

## بررسی نقش جوامع میزبان در پشتیبانی از توسعه گردشگری: استان گیلان

نسیبه محمدپور<sup>1</sup>، علی رجب زاده قطری<sup>2\*</sup>، عادل آذر<sup>3</sup>، حمید ضرغام بروجنی<sup>4</sup>

- 1- دانشجوی دکتری مدیریت سیستم، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
- 2- دکتری مدیریت، دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
- 3- دکتری مدیریت، استاد، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
- 4- دکتری مدیریت، دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

پذیرش: 1394/10/3

دریافت: 1394/6/17

### چکیده

توسعه مقاصد گردشگری نیازمند حمایت مؤثر و همه جانبه جوامع برای همراه و همسو کردن ذینفعان گردشگری و گسترش تعاملات رضایت‌بخش گردشگران و اجتماعات میزبان است. در نتیجه این تعاملات سازنده و مؤثر، منافع گردشگری برای گردشگران و جوامع میزبان ارتقا یافته و می‌تواند زمینه‌های توسعه ملی را فراهم کند. به منظور جلب حمایت‌های جامعه، بر مبنای نظریه مبادله اجتماعی باید زمینه‌های رضایت افراد جامعه بیش از پیش فراهم شود. آنچه می‌تواند این مهم را محقق سازد، برابری ادراکات و برداشت‌های مثبت یا منفی از توسعه صنعت گردشگری است. براساس مبانی نظری، ابعاد چهارگانه فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به عنوان مؤلفه‌های اساسی هستند که در جوامع میزبان، زمینه تکوین ادراکات مثبت و منفی اجتماعات محلی را ایجاد می‌کنند. در مطالعه حاضر،



چگونگی اثرات این متغیرها بر یکدیگر و تأثیر آنها بر حمایت و پشتیبانی از توسعه گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است. برای بررسی روایی متغیرهای مدل از روش تحلیل عامل و برای بررسی روابط علی بین متغیرهای پنهان مدل از روش مدلسازی معادلات ساختاری استفاده شده است. تحلیل داده‌های با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS23 و AMOS 18 انجام می‌شود. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که یکی از عوامل مهم حمایت یا عدم حمایت جامعه میزبان، میزان رضایت‌مندی از گردشگری است. این عامل با ضریب تأثیر 0/9 مهم‌ترین عامل تبیین‌کننده واریانس متغیر وابسته است. بعد اجتماعی با ضریب تأثیر 0/8 به صورت غیرمستقیم و از طریق دو متغیر اثرات ادراک شده مثبت و رضایت‌مندی، مهم‌ترین عوامل مؤثر بر حمایت از توسعه گردشگری هستند.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری، جامعه میزبان، حمایت و پشتیبانی از توسعه گردشگری، رضایت از توسعه گردشگری.

## 1- مقدمه

امروزه گردشگری آنچنان در توسعه اقتصادی - اجتماعی کشورها اهمیت یافته است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نام نهاده‌اند و از آن به‌عنوان رکن اصلی توسعه پایدار یاد می‌کنند [1، 2009]. اهمیت این صنعت و نقش آن در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باعث شده است تا بسیاری از مدیران و برنامه‌ریزان محلی، منطقه‌ای و ملی در هر کجای دنیا، برای گسترش آن برنامه‌ریزی و تلاش کنند [2، 2001]. پاسخ به گردشگری در یک جامعه می‌تواند از منابع متفاوتی نشأت گیرد، اشخاص، گروه‌های اجتماع، متصدیان تجاری، سازمان‌های غیر دولتی، گروه‌های محیطی و دولت [3، ص 4]؛ به‌نوعی ذینفعان گردشگری نامیده می‌شوند.

طبق نظر فریمن (1984) ذینفعان گردشگری شامل افراد یا گروه‌هایی می‌شوند که به گردشگری علاقه دارند یا در آن درگیر شده‌اند و یا اینکه از طریق گردشگری تأثیر پذیرفته‌اند [4، ص 46]. سواربوک (2001) ذینفعان را به پنج گروه اصلی تقسیم می‌کند: دولت، گردشگران، جامعه میزبان، کسب‌وکارهای گردشگری و دیگر بخش‌ها. اهمیت مشارکت عمومی و همگانی در برنامه‌ریزی گردشگری به دلیل اثرگذاری‌های ناشی از اجرای برنامه‌های گردشگری بر جامعه میزبان و دیگر ذینفعان است [5، ص 1]. ساکنان محلی یکی از ذینفعان



مهم در حوزه گردشگری هستند که توسعه گردشگری در گرو حمایت و رضایت آنها قرار دارد. اگر برداشت مردم محلی از گردشگری این باشد که منافع آن از هزینه‌هایش بیشتر است، تمایل به مشارکت در مبادلات خواهند داشت. بنابراین از توسعه گردشگری در جامعه خود حمایت خواهند کرد. عوامل زیادی می‌تواند در ایجاد احساس مثبت نسبت به توسعه گردشگری در جامعه میزبان تأثیرگذار باشد و این عوامل از جامعه‌ای به جامعه دیگر با توجه به شرایط حاکم و فرهنگ قالب آن محیط متفاوت است.

تعداد مطالعات انجام شده در زمینه نگرش جامعه میزبان در توسعه گردشگری به دلیل ارتباط میان حمایت افراد و توسعه آینده جوامع در حال افزایش است [6، ص 793]. بیشتر این مطالعات در کشورهای پیشرفته انجام گرفته است [6؛ 8، 9] و در کشورهای جهان سوم خیلی مورد توجه نبوده است. از آن جایی که امروزه بسیاری از کشورهای جهان سوم و از جمله ایران در راستای توسعه گردشگری برای مقابله با مشکلات حاکم و بهره‌گیری از مزایای آن تلاش می‌کنند و علی‌رغم اهمیت این موضوع، مطالعات قابل توجهی در ایران در خصوص این موضوع صورت نگرفته است، در این پژوهش بر آن شدیم تا به این مهم بپردازیم.

نکته حائز اهمیت اینکه اگرچه اصول گردشگری، خیرخواهانه و ضامن منافع جوامع میزبان و گردشگران در بلندمدت است، اما اجرای آنها با توجه به شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر کشورهای در حال توسعه دشوار بوده و با مشکلاتی توأم می‌باشد. در اینجا می‌خواهیم با شناخت این عوامل تأثیرگذار راه برای توسعه هرچه بیشتر و پایدارتر گردشگری هموار نماییم. با توجه به آنچه گفته شد، سؤال اصلی تحقیق عبارت است از:

عوامل تأثیرگذار بر پشتیبانی جامعه میزبان از توسعه گردشگری چه می‌باشد؟

با توجه به مطالعات انجام گرفته در جهت پاسخگویی به سؤال اصلی تحقیق فرضیه‌هایی پیشنهاد شده است که در ادامه مورد اشاره قرار گرفته‌اند.

## 2- مبانی نظری

روابط بین جامعه محلی و گردشگران در یک مقصد بسیار پیچیده است و می‌تواند چالش‌های زیادی را برای ذینفعان ایجاد کند [7، ص 804]. از آنجا که گردشگری به شدت بر حسن نیست



ساکنان محلی متکی است، نیازمند حمایت آنها برای توسعه، عملیات موفقیت‌آمیز و پایداری گردشگری خواهد بود [8، ص 369]. ساکنان محلی باید در نقطه مرکزی فرایند تصمیم‌گیری باشند [9] و این برای برنامه‌ریزان حایز اهمیت است که اطلاعاتی را در مورد اثرات گردشگری بر نگرش جامعه میزبان در هنگام برنامه‌ریزی برای صنعت بررسی نمایند [8، ص 964]. بنابراین حایز اهمیت است تا بدانید ساکنان محلی چه درکی از اثرات کلی گردشگری دارند و اینکه چه عواملی بر آن تأثیرگذار است [9، ص 364]. ساکنان محلی ذینفعان اصلی تحولات گردشگری محسوب می‌شوند.

موضوع محوری در بحث ادراک جامعه میزبان در زمینه گردشگری، مقوله رضایت ذینفعان اصلی (افراد اجتماع میزبان) از توسعه و گسترش گردشگری در آن جامعه است [11؛ 12]. پژوهش‌های محدودی به بررسی رابطه بین سطح رضایت از جامعه ساکنان محلی و پشتیبانی پرداخته‌اند. مطالعه انجام شده توسط نانکو و رامکینسون که رضایت از جامعه را به‌عنوان تعیین‌کننده نگرش ساکنان محلی مورد بررسی قرار داده است، نشان می‌دهد که پیش از همه می‌تواند یک پیش‌بینی‌کننده خوبی از پاسخ‌های جامعه نسبت به توسعه باشد. ساکنانی که از این موضوع رضایت دارند با احتمال بیشتری گردشگری را به‌عنوان عاملی با اثرات مثبت درک خواهند کرد [8، ص 968].

**فرضیه 1:** بین رضایت جامعه میزبان از اثرات کلی گردشگری و توسعه گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

از آن جایی که گردشگری پدیده چندوجهی و شامل عوامل تأثیرگذار متفاوتی است و ناشی از یک فرایند پیچیده مبادله اجتماعی میان گردشگران و جامعه میزبان می‌باشد، درک جامعه میزبان از گردشگری ممکن است هر دو جنبه مثبت و منفی را دارا باشد [9، ص 364]. اثرات مثبت و منفی هر دو بر حمایت جامعه میزبان از توسعه گردشگری تأثیر دارد [13]. ادراک جامعه میزبان از اثرات کلی گردشگری که برآیند حاصل از درک اثرات مثبت و منفی گردشگری است با توجه به نظریه مبادله اجتماعی در صورتی که برداشت‌ها حاکی از این امر باشد که اثرات مثبت نسبت به اثرات منفی وزن بیشتری دارد رضایت کلی را برای فرد در برداشته و نسبت به تکرار و توسعه آن تلاش خواهند کرد.



**فرضیه 2:** بین اثرات ادراک شده مثبت از گردشگری و رضایت از توسعه گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

**فرضیه 3:** بین اثرات ادراک شده منفی از گردشگری و رضایت از توسعه گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

اثرات گردشگری در منطقه مقصد جایی که گردشگران با محیط محلی، اقتصاد، فرهنگ و جامعه تعامل دارند، بسیار مشهود است. از این رو می‌توان به طور مرسوم اثرات گردشگری را تحت عناوین اثرات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی مورد بررسی قرار داد. زمان بررسی هر یک از انواع اثرات باید به خاطر داشت که این اثرات چند جانبه‌اند و تقسیم‌بندی آنها آن طور که اغلب نشان داده شده است، آسان نیست. به بیان دیگر این اثرات گرایش به داشتن ابعاد به هم پیوسته بسیار دارند [14، ص 3]. مزایای اقتصادی یکی از مهم‌ترین عناصری است که توسط ساکنان محلی از توسعه گردشگری درک می‌شود [9، ص 365] و اکثریت این بررسی‌ها نیز به فرصت‌های اقتصادی ایجاد شده متعاقب از توسعه گردشگری ارتباط پیدا می‌کند اما در این میان برخی اثرات اقتصادی حاصل از این توسعه می‌تواند اثرات منفی برای ساکنان جامعه میزبان به دنبال داشته باشد که در کوتاه‌مدت و یا هنگام برنامه‌ریزی دیده نشود اما در طولانی‌مدت و توسط ساکنان محلی درک شود. در عصر صنعت، جلوه اقتصادی گردشگری جلوه‌ها و پیامدهای آن راتحت الشعاع خود قرار داده است. سازمان‌های گردشگری بیشتر در پی به دست آوردن درآمد بیشتری از گردشگری هستند و اگر اثرگذاری فرهنگی را کلاً از یاد نبرده باشند آن را یک موضوع دست دوم و کم اهمیت تلقی می‌کنند [15، ص 7]. اگرچه ظهور پدیده گردشگری به عنوان یک صنعت یا فعالیت اقتصادی بوده است، اما نباید فراموش کرد که گردشگری مجموعه‌ای پیچیده و متشکل از پدیده‌های اجتماعی است که مستقیم یا غیر مستقیم زندگی ساکنان محلی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از آن جایی که گردشگری صنعت متعلق به تمام مردم جهان است نمی‌توان مسائل فرهنگی و اجتماعی مردم کشورهای مختلف را در آن صنعت نادیده گرفت [16، صص 32 - 33]. از طرف دیگر توسعه روزافزون گردشگری و افزایش نرخ بازدیدکنندگان شاخص‌های بالقوه‌ای را در کاهش کیفیت مناطق تاریخی و زیست‌محیط به وجود آورد [16، ص 1]. گردشگری می‌تواند منجر به



تخریب محیط زیست شود، گردشگران آلودگی‌ها و اتلاف‌هایی را ( هوا، آب، مواد زاید جامد، سرو صدا، و تصویری) به وجود می‌آورند [17، ص 627] چرا که بیشتر فعالیت‌های گردشگران در مناطق حساس صورت می‌گیرد، اثرات زیست‌محیطی قابل ملاحظه‌ای به دنبال دارد و این امر باید در بررسی آثار توسعه گردشگری مد نظر قرار گیرد.

گردشگری پدیده پیچیده‌ای است که اثرات توأمان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی را در بردارد اما اثرات اقتصادی آن به مراتب شناخته شده‌تر از سایر ابعاد می‌باشد. با توجه به آنچه در بالا گفته شد، فرضیه زیر پیشنهاد می‌شود:

**فرضیه 4:** بین اثرات بعد اقتصادی گردشگری و اثرات ادراک شده مثبت از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

**فرضیه 5:** بین اثرات بعد اقتصادی گردشگری و اثرات ادراک شده منفی از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

**فرضیه 6:** بین اثرات بعد فرهنگی گردشگری و اثرات ادراک شده مثبت از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

**فرضیه 7:** بین اثرات بعد فرهنگی گردشگری و اثرات ادراک شده منفی از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

**فرضیه 8:** بین اثرات بعد محیطی گردشگری و اثرات ادراک شده مثبت از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

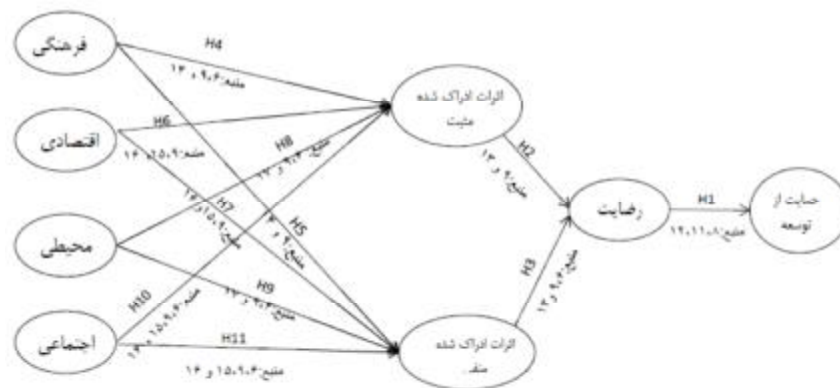
**فرضیه 9:** بین اثرات بعد محیطی گردشگری و اثرات ادراک شده منفی از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

**فرضیه 10:** بین اثرات بعد اجتماعی گردشگری و اثرات ادراک شده مثبت از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.

**فرضیه 11:** بین اثرات بعد اجتماعی گردشگری و اثرات ادراک شده منفی از گردشگری رابطه مستقیم وجود دارد.



با توجه به فرضیه‌های ارائه شده، مدل مفهومی تحقیق به صورت زیر می‌باشد. همان طور که در تصویر نیز به‌خوبی پیداست، هر مسیر نشان‌دهنده یک فرضیه بوده که در ادامه با استفاده از معادلات ساختاری تأیید یا رد آنها مورد آزمون قرار گرفته است.



تصویر 1 مدل مفهومی تحقیق (منبع: یافته‌های تحقیق)

### 3- روش تحقیق

در مطالعه حاضر برای بررسی پیشینه تحقیق و استخراج مدل مفهومی از روش کتابخانه‌ای و مطالعه اسناد و مدارک استفاده شده است. همچنین به منظور آزمون مدل و فرضیه‌های تحقیق از روش پیمایشی بهره برده‌ایم. به این ترتیب که داده‌ها و اطلاعات از طریق ابزار پرسشنامه از افراد مورد نظر گردآوری شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل شده از پرسشنامه، از روش معادلات ساختاری و آماره‌های کمی استفاده شده است.

جامعه مورد بررسی در این مطالعه ساکنان شهر لاهیجان از شهرستان‌های استان گیلان می‌باشند. این شهرستان دارای دو بخش و دو شهر شامل مرکزی رودبنه با جمعیت 162/898 نفر و با تعداد 48/106 خانوار و یکی از مقصدهای گردشگری مهم در استان گیلان می‌باشد که سالانه گردشگران بسیاری از آن بازدید می‌کنند.

مدل‌های ساختاری برای مدل‌هایی با 10-15 شاخص به طور معمول 200 تا 400 نمونه (شایع‌ترین حجم نمونه) را پیشنهاد می‌کنند. اگر تعداد متغیرها بیش از 10 مورد باشد،



حجم‌های نمونه‌ای کمتر از 200 می‌تواند به ناپایدار شدن مقادیر برآورد شده برای پارامترها منجر شده و آزمون‌های معناداری آماری نیز کارایی خود را از دست می‌دهند [18، ص 50]. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای انتخاب شده است. به این ترتیب که جامعه مورد بررسی از لحاظ موقعیت جغرافیایی به ده خوشه مختلف تقسیم شده و سپس تعداد 450 پرسشنامه به طور مساوی در این ده خوشه براساس نمونه‌گیری تصادفی توزیع شده است که 380 پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری گردید که تعداد 362 پرسشنامه قابل استفاده در تحلیل‌های این پژوهش بودند و مورد استفاده قرار گرفتند.

#### 4- یافته‌ها

برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات در این تحقیق از روش پیمایشی با استفاده از پرسشنامه استفاده شده است، پرسشنامه این پژوهش 49 گویه دارد. بررسی پایایی پرسشنامه بر مبنای آلفای کرونباخ محاسبه شده است. میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده مربوط به متغیرهای فرهنگی، اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی به ترتیب عبارتند از 0/822، 0/7، 0/856، 0/79 و برای متغیرهای اثرات ادراک شده مثبت و منفی 0/866 و 0/928 و برای دو متغیر رضایت از توسعه گردشگری و پشتیبانی از توسعه نیز 0/71 و 0/862 می‌باشد، آلفای کرونباخ کل نیز 0/915 محاسبه شده است. با توجه به اینکه ضرایب به دست آمده برای متغیرها در سطح قابل قبولی قرار دارد می‌توان ادعا کرد که پایایی ابزار از میزان مطلوبی برخوردار است. برای بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی محتوایی با استفاده از نظرات 11 نفر از خبرگان گردشگری، علوم اجتماعی و مدیریت برای بررسی اعتبار گویه‌های پرسشنامه بهره برده‌ایم. همچنین به منظور بررسی روایی سازه از تحلیل عامل اکتشافی با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی برای 362 پرسشنامه جمع‌آوری شده استفاده شده است همان طور که در جدول 1 نیز نشان داده شده است متغیرهای 12، 13، 16، 27، 32 و 53 به دلیل بار عاملی ضعیف حذف شدند و باقی متغیرها، مبنای بررسی‌های بعدی قرار گرفتند.

یک مدل معادله ساختاری در شکل عمومی‌اش از دو نوع مدل و انواعی از متغیرها تشکیل شده است. دو نوع مدل تشکیل‌دهنده مدل معادله ساختاری عبارتند از: 1- مدل اندازه‌گیری؛ 2- مدل





ساختاری. یک مدل اندازه‌گیری جزئی از مدل معادله ساختاری است که نحوه سنجش یک متغیر پنهان را با استفاده از دو یا تعداد بیشتری متغیر مشاهده شده تعریف می‌کند. در اینجا هر کدام از متغیرهای پژوهش، متغیر پنهان و متغیرهای آشکار همان گویه‌های پرسشنامه هستند.

### مرحله 1 مدل‌های اندازه‌گیری

مدل اصلی با توجه متغیرهای پنهان موجود در آن به 8 مدل اندازه‌گیری مختلف قابل تقسیم است که نتایج این ارزیابی‌های متفاوت در جدول 1 نشان داده شده است:

جدول 1 نتیجه تحلیل عامل

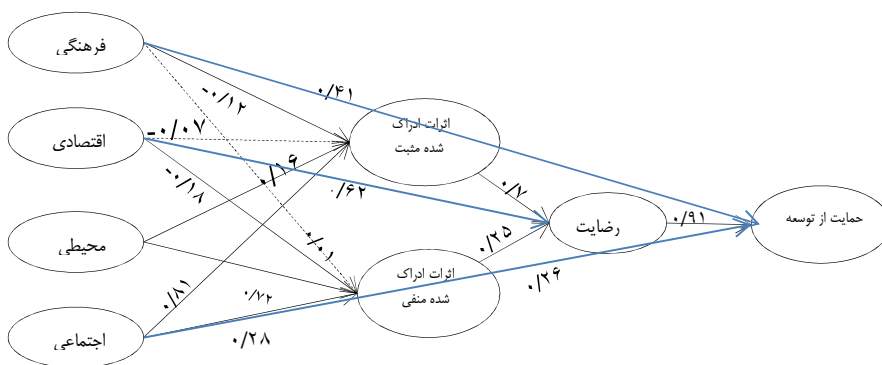
| بار عاملی | رابطه بین متغیرها                               | بار عاملی | رابطه بین متغیرها                            |
|-----------|---|-----------|--|
| 0/788     | تبدیل جامعه به مقصد گردشگری---پشتیبانی          | 0/636     | تشویق تنوع فعالیت‌های فرهنگی--فرهنگ          |
| 0/775     | مدیریت رشد و اقتصاد---پشتیبانی                  | 0/363     | تعدیل فرهنگ محلی-----فرهنگ                   |
| 0/832     | تمایل به افزایش تعداد گردشگر---پشتیبانی         | 0/66      | نهادینه کردن توسعه در فرهنگ محلی - فرهنگ     |
| 0/105     | تمایل به پرداخت مالیات---پشتیبانی               | 0/68      | تبادلات فرهنگی-----فرهنگ                     |
| 0/651     | گردشگری نقش مهم اقتصاد---پشتیبانی               | 0/77      | انتقال فرهنگ به مکان‌های دیگر---فرهنگ        |
| 0/661     | حمایت از ایجاد تسهیلات--پشتیبانی                | 0/68      | انسجام محلی و فرهنگی-----فرهنگ               |
| 0/73      | تولید زیاده‌های شهری---محیط‌زیست                | 0/58      | اثرات مثبت روی هویت فرهنگی---فرهنگ           |
| 0/74      | ازدحام و ترافیک-----محیط‌زیست                   | 0/845     | وندالیسم-----اثرات منفی                      |
| 0/69      | شلوغی بیش از حد-----محیط‌زیست                   | 0/85      | نرخ جرم و جنایت-----اثرات منفی               |
| 0/74      | تخریب محیط‌زیست-----محیط‌زیست                   | 0/89      | پایین آمدن امنیت-----اثرات منفی              |
| 0/71      | ایجاد مناطق تفریحی بیشتر--محیط‌زیست             | 0/861     | تخریب طبیعت برای ایجاد زیر ساخت- اثرات منفی  |
| -0/189    | بالا رفتن مصرف انرژی---محیط‌زیست                | 0/775     | تورم اقتصادی در منطقه---اثرات منفی           |
| 0/389     | افتخار جامعه به ورود گردشگر---اجتماعی           | 0/771     | پرداخت مالیات برای توسعه-اثرات منفی          |
| 0/62      | ارتباطات اجتماعی بین افراد-----اجتماعی          | 0/621     | افزایش فحشا-----اثرات منفی                   |
| 0/73      | اساتر شدن پذیرش هنجارهای-----اجتماعی            | 0/696     | نرخ جرم و جنایت-----اثرات منفی               |
| 0/44      | تاثیر بر سبک زندگی از طریق هزینه بیشتر--اجتماعی | 0/761     | فرصت برای کسب و کار محلی - اثرات مثبت        |
| 0/135     | تغییر فرهنگ سنتی-----اجتماعی                    | 0/645     | توسعه منطقه ای --- اثرات مثبت                |
| 0/574     | فرصت‌های شغلی-----اقتصادی                       | 0/725     | حفظ و انسجام هویت فرهنگی -- اثرات مثبت       |
| -0/531    | صرف پول بیشتر-----اقتصادی                       | 0/81      | ایجاد تخرک اقتصادی---اثرات مثبت              |
| -0/51     | افزایش قیمت ملک-----اقتصادی                     | 0/758     | توسعه تجهیزات زیر بنایی---اثرات مثبت         |
| -0/42     | افزایش هزینه کالا و خدمات-----اقتصادی           | 0/636     | خود کفایی و تقویت اقتصاد محلی---اثرات مثبت   |
| 0/356     | بالا رفتن استانداردهای زندگی-----اقتصادی        | 0/253     | احساس خوشایندی از حضور گردشگر --- رضایت      |
| 0/207     | مزایای اقتصادی برای مردم محلی---اقتصادی         | 0/548     | احساس غرور از حضور گردشگر-----رضایت          |
| 0/44      | جذب سرمایه بیشتر-----اقتصادی                    | 0/586     | بیشتر بودن اثرات مثبت از اثرات منفی ---رضایت |



جدول 1 تمام ضرایب عاملی مدل را نشان می‌دهد. بر اساس محاسبات صورت گرفته روابطی که دارای ضرایب بارهای عاملی پایینی بوده (در جدول مشخص شده‌اند) در مدل برازش شده حذف شده است.

### مرحله 2: مدل ساختاری

مدل اصلاح شده با ضرایب جدید پس از اصلاح و حذف متغیرهای دارای بار عاملی کم به صورت تصویر 2 برازش شده است. با توجه به اینکه شاخص RMSEA در سطح 0/046 و RMR در سطح 0/111 می‌باشد و همچنین شاخص‌های IFI، PCFI، PNFI به ترتیب 0/620، 0/669 و 0/728 می‌باشد می‌توان پذیرفت که همه شاخص‌های برازش کلی مدل در محدوده قابل قبول قرار دارد. با توجه به نتایج به دست آمده سطح معناداری بارهای عاملی و ضرایب مدل مورد بررسی قرار می‌گیرد. بررسی سطوح معناداری و ضرایب مدل، در واقع آزمون فرضیه‌های پیشنهادی پژوهش خواهد بود که در ادامه به بررسی آنها پرداخته خواهد شد.



تصویر 2 مدل برازش شده و نهایی پژوهش (منبع: نتایج تحقیق)

بر اساس مدل آزمون شده ضرایب مسیر، بارهای عاملی، خطای استاندارد، مقدار بحرانی، سطح معناداری و وضعیت فرضیه از نظر تأیید/رد را برای متغیرهای مدل محاسبه شد که در جدول 2 آمده است. یازده مسیر فرضی در سطح معناداری کمتر از 0/05 بررسی شده‌اند.



جدول 2 نتایج آزمون فرضیه‌ها

| رد | تأیید/ | سطح<br>معناداری | مقدار<br>بحرانی | خطای<br>استاندارد | ضریب<br>تأثیر | مسیر بین متغیرها          | شماره |
|----|--------|-----------------|-----------------|-------------------|---------------|---------------------------|-------|
| P  |        | ***             | 4/108           | 0/421             | 0/9           | رضایت <----- پشتیبانی     | 1     |
| P  |        | ***             | 4/313           | 0/080             | 0/7           | اثرات مثبت <----- رضایت   | 2     |
| P  |        | ***             | 3/184           | 0/025             | 0/25          | اثرات منفی <----- رضایت   | 3     |
| x  |        | 0/684           | -0/407          | 0/190             | -0/07         | اقتصادی <----- اثرات مثبت | 4     |
| P  |        | 0/056           | -0/1839         | 0/199             | -0/18         | اقتصادی <----- اثرات منفی | 5     |
| P  |        | 0/0286          | -1/066          | 0/136             | -0/12         | فرهنگی <----- اثرات مثبت  | 6     |
| x  |        | 0/929           | 0/089           | 0/183             | 0/01          | فرهنگی <----- اثرات منفی  | 7     |
| P  |        | ***             | 3/310           | 0/037             | 0/16          | محیطی <----- اثرات مثبت   | 8     |
| P  |        | ***             | 8/264           | 0/090             | 0/72          | محیطی <----- اثرات منفی   | 9     |
| P  |        | ***             | 4/871           | 0/295             | 0/8           | اجتماعی <----- اثرات مثبت | 10    |
| P  |        | ***             | 3/381           | 0/225             | 0/28          | اجتماعی <----- اثرات منفی | 11    |

\*\*\* نشان‌دهنده سطح معناداری کمتر از 0/001 می‌باشد.

خطوط نقطه‌چین در مدل نشان‌دهنده فرضیاتی است که با توجه به ادبیات نظری در پژوهش ارائه شده‌اند ولی با توجه به نتایج به دست آمده مورد تأیید قرار نگرفته‌اند.

## 5- نتیجه‌گیری

تحلیل نتایج بیانگر این امر است که بُعد اجتماعی (0/8) بیشترین ضریب تبیین‌کنندگی بر اثرات ادراک شده مثبت داراست. به این ترتیب این بعد بیشترین نقش را به صورت غیرمستقیم و از طریق ادراک اثرات مثبت گردشگری در نگرش و حمایت از توسعه گردشگری دارد. این شاخص اجتماعی به طور عمده بازتابی از احساس خوب، از ورود گردشگران در جامعه محل سکونت و همچنین به وجود آمدن ارتباطات اجتماعی بین افراد می‌باشد. نتایج حاصل شده با نتایج پژوهش یون (2001) و محمد حافظ حنفیه (2013) مطابقت دارد. پس از بعد اجتماعی بالاترین تأثیر را در حمایت از توسعه گردشگری رضایت ساکنان جامعه محلی از توسعه گردشگری با ضریب عاملی 0/9 و به صورت



مستقیم داراست و بیانگر این است که هر چه سطح رضایت جامعه از گردشگری بالاتر باشد، میزان مشارکت افراد بومی در حمایت و پشتیبانی از توسعه گردشگری نیز در سطح بالاتری خواهد بود، نتایج به دست آمده در راستای نتایج به دست آمده از پژوهش گائونتی (2015) و یون (2001) می‌باشد. رضایت جامعه میزبان از گردشگری با توجه به مدل از دو متغیر اثرات ادراک شده مثبت با ضریب تأثیر 0/7 و اثرات ادراک شده منفی با ضریب تأثیر 0/25 این متغیر تبیین می‌شود. هر چه درک ساکنان محلی از گردشگری مثبت‌تر باشد، سطح رضایت بالاتری را تجربه کرده و در نتیجه به توسعه این پدیده خوش‌بین‌تر خواهند بود لذا در جهت حمایت و توسعه هرچه بیشتر گردشگری تلاش خواهند کرد که با توجه به نظریه مبادلات اجتماعی اسکیدمور چنین نتیجه‌ای قابل پیش‌بینی بود و در واقع نتایج به دست آمده تأییدی بر تئوری اسکیدمور می‌باشد. اثرات ادراک شده مثبت با توجه به مدل مفهومی ارائه شده در ابتدای پژوهش از طریق چهار بعد اقتصادی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اجتماعی تبیین می‌شود که بعد اجتماعی بالاترین میزان تأثیرگذاری را بر این متغیر داراست. با توجه به نتایج حاصل شده بعد اقتصادی اثر معناداری بر این متغیر نداشته است، اما براساس نتایج نهایی همان طور که در مدل نیز به خوبی پیداست، این متغیر به صورت مستقیم بر میزان رضایت‌مندی ساکنان محلی تأثیرگذار است. لذا مسیر مربوط در مدل نهایی به منظور ارتقا و بهبود مدل پیشنهادی تحقیق حذف شده است. اما دو بُعد اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی بخشی از این متغیر را تبیین خواهد کرد که البته میزان اثرگذاری دو بعد فرهنگی و زیست‌محیطی اگرچه مورد تأیید قرار گرفته است ولی ضعیف می‌باشد و در حد بعد اجتماعی قرار نمی‌گیرد. همان طور که در مطالعات یون (2001) و حنفیه (2013) بر این موارد تأکید شده بود، چنین نتایجی مورد انتظار بود، اما شدت تأثیرپذیری با نتایج پژوهش‌ها مطابقت نداشته و به نظر می‌رسد که شرایط بومی بر ادراک این موضوع اثرگذار بوده است.

اثرات ادراک شده منفی نیز با توجه به نتایج و یافته‌ها تأثیر مستقیمی از بعد فرهنگی دریافت نمی‌کند اما به ترتیب از طریق بعدهای زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی با بارهای عاملی 0/72، 0/28، 0/18- قابل تبیین می‌باشد که لازم به ذکر است وجود رابطه مستقیم بین عوامل اقتصادی و ادراک منفی از گردشگری اگرچه تأیید شده است اما وجود ضریب منفی



نشان از رابطه معکوس بین این دو متغیر می‌باشد؛ یعنی هر چه به ابعاد اقتصادی در سطح بالاتری دست پیدا کنیم، میزان ادراک منفی از گردشگری کاهش خواهد یافت، یافته‌های این مسیرها مؤید نتایج حاصل از پژوهش‌های یون (2001)، حنفیه (2013)، نانکو و رامکینسون (2008) می‌باشد.

سه مسیر جدید نیز شناسایی شده‌اند که در مدل نهایی نشان داده شده است.

## 5- منابع

- [1] Zareie Azim, Zargar Mojtaba, Nazari Mashaallah (2009) "tourist's satisfaction, step towards the development of the tourism industry in Semnan province ", Semnan University, The National Tourism Conference, Sustainable Development and job Creation, p: 105. 116. [In Persian].
- [2] Genning G., *Tourism Research*, John Wiley and Sons Australia Ltd, 2001.
- [3] Zargham Hamid, Rasoli Nastaran, Kohzadi Salar (2011) *The role of local community participation in developing countries to achieve tourism sustainable development*, Tourism and Sustainable Development Conference, Islamic Azad University, Hamedan, pp: 1-12 . [In Persian].
- [4] Freeman R. E. (1984) *Strategic management: A stakeholder approach*, Boston: Pitman.
- [5] Zargham Hamid, Ayoobi Hamid, Akbarpoor Taghi (1930) Stakeholder participation in the planning and development of tourism , place , management and challenges, management and tourism development conference, challenges and solutions, Sharif University of Technology , pp:1-16. [In Persian].
- [6] Mohd Hafiz Hanafiah, Mohd Raziff Jamaluddin, Muhammad Izzat Zulkifly (2013) Local community attitude and support towards tourism development in tioman island, Malaysia, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 105, pp: 792- 800.
- [7] Datzira-Masip Jordi; Beeton Sue, Best Gary (2014) Absorbing tourists into the host community: The case of Barcelona [online]. In: Chien, P.Monica. CAUTHE 2014: Tourism and Hospitality in the



Contemporary World: Trends, Changes and Complexity. Brisbane: School of Tourism, the University of Queensland, pp: 804-808.

- [8] Nunkoo Robin, Ramkissoon Haywantee (2011) *Developing a community support MODEL for tourism*, Annals of Tourism Research, Vol. 38, No. 3, pp: 964-988,
- [9] Yoon Yooshik, Gursoy Dogan, Chen Joseph S., validating a tourism development theory with structural equation modeling, *Tourism Management* 22, 2001, pp :363-372.
- [10] Choi, H. S., & Sirakaya, E. Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: Development of a sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43, 2005, pp: 380-394.
- [11] Sirgy, M. J., & Cornwell, T. Further validation of the Sirgy et al'.s measure of community quality of life. *Social Indicators Research*, 56, 2001, pp: 125-143.
- [12] Sirgy, M. J., Rahtz, D., Cicic, M., & Underwood, R. A method for assessing residents' satisfaction with community-based services: A quality-of-life perspective. *Social Indicators Research*, 49, 2000, pp: 279-316.
- [13] Sinclair-Maragh Gaunette, Gursoy Dogan, Imperialism and tourism: The case of developing island countries, *Annals of Tourism Research*, Volume 50, January 2015, pp: 143-158
- [14] Ziaee Mahmoud, Rahmani Maryam. social impacts of tourism , science tourism , 2014 , pp: 1-29, [www.tourismscience.ir](http://www.tourismscience.ir) .[in Persian]
- [15] Nadi Mohammad Ali, Mehrdad Sadeghi (2011) Social and cultural effects of tourism management on the community, First International Conference on Tourism Management and Sustainable Development, Islamic Azad University Marvdasht, 2011, [In Persian].
- [16] Forouhar kalkhoran Parinaz (2008) "Survey and design of tourism Ecopark in Latyan - an emphasis on local characteristics, (Unpublished master's thesis), TMU, Tehran, [In Persian].



- [17] Swapnil Shrivastava (2015) "The dynamic role of tourism- 'host community managing by host community", *International Journal of Recent Advances in Multidisciplinary Research*, Vol. 02, Issue 08, pp: 626-630, August.
- [18] Azar Adel, Gholamzadeh Rasool, ghanavati Mahdi (2012) Path- structural modeling in management, Negahdanesh, Tehran, [In Persian].

