

تدوین مدل رضایتمندی جامعه میزبان از توسعه گردشگری (مورد مطالعه: ساکنان شهر لاهیجان)

نسبیه محمدپور - دکتری مدیریت سیستم، دانشگاه تربیت مدرس تهران، تهران، ایران
علی رجبزاده* - دانشیار گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس تهران، تهران، ایران
عادل آذر - استاد گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس تهران، تهران، ایران
حمید زرغام بروجنی - دانشیار گروه مدیریت، دانشگاه علامه طباطبائی تهران، تهران، ایران

پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۰۱/۲۰

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۰۸

چکیده

امروزه صنعت گردشگری یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های درآمدزا و اشتغال‌زا در سطح بین‌المللی است. در این بین، یکی از ذی‌نفعان مهم در این حوزه، جوامع و ساکنان مقاصد گردشگری هستند که هم از این صنعت تأثیر بسیاری می‌پذیرند و هم در توسعه و پیشرفت آن تأثیرگذار هستند. در این پژوهش تلاش شده است عوامل تأثیرگذار بر سطح رضایت جوامع محلی از توسعه گردشگری با استفاده از روش تحلیل مسیر و آزمون مدل مفهومی مستخرج از ادبیات بررسی شود. متغیرهای اصلی مدنظر با توجه به پرسش‌های پژوهش عبارت است از ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در جوامع میزبان و اثرات ادراک‌شده مثبت و منفی ساکنان محلی؛ همچنین تلاش شده است تا چگونگی تأثیرپذیری این متغیرها بر یکدیگر و نیز تأثیرات آن‌ها بر میزان رضایت جامعه میزبان از گردشگری بررسی شود. برای بررسی روایی، پایایی و شناسایی متغیرهای اصلی و تأثیرگذار از روش تحلیل عامل استفاده شده است و به منظور بررسی چگونگی روابط بین متغیرهای پنهان این پژوهش بر یکدیگر، روش مدل‌سازی معادلات ساختاری به کار رفته؛ تحلیل داده‌های پژوهش نیز با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS23 و AMOS 18 صورت گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد یکی از عوامل مهم در میزان رضایتمندی، بعد اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۹+ است و آثار ادراک‌شده مثبت نیز با ضریب تأثیر ۰/۷۴۸+ به صورت مستقیم بر رضایتمندی تأثیرگذار است؛ یعنی آثار اجتماعی و متعاقب آن آثار مثبتی که ساکنان محلی درک کرده‌اند، به اندازه‌ای تأثیرگذار است که موجب رضایت می‌شود و آن‌ها را برای مشارکت در فعالیت‌های مرتبط با توسعه گردشگری ترغیب می‌کند.

واژه‌های کلیدی: اثرات مثبت و منفی گردشگری، جامعه میزبان، رضایت از توسعه گردشگری، گردشگری.

مقدمه

گردشگری به مثابه پدیده‌ای اجتماعی، یکی از نیروهای اصلی معاصر در کشف مکان‌ها و عرضه فرهنگ‌هاست. امروزه، اهمیت گردشگری در توسعه اقتصادی-اجتماعی کشورها به حدی است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی می‌نامند و رکن اصلی توسعه پایدار به شمار می‌آورند (زارعی و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۰۶).

مفهوم گردشگری پایدار ریشه در توسعه پایدار دارد. با توجه به اینکه توسعه پایدار رشد و پیشرفتی همه‌جانبه در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است، همچنین به دلیل نقشی که گردشگری در این زمینه‌ها، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه ایفا می‌کند، ضرورت توجه به گردشگری پایدار بسیار مهم است. ظهور اندیشه توسعه پایدار با تأکید بیشتر بر افزایش نقش جامعه محلی و نگرش پایین به بالا در برنامه‌ریزی و مدیریت، حرکت به سمت توسعه گردشگری پایدار را تسهیل کرده است (سرور، ۱۳۹۰: ۱).

گفتنی است مشارکت جامعه عنصری حقیقی در تحقق طرح‌ها و راهکارهای گردشگری است و از چند جنبه جامعه را در حرکت به سمت توسعه پایدار گردشگری یاری می‌کند، همچنین رضایت گردشگری و ادامه گردشگری را افزایش می‌دهد؛ زیرا توسعه صنعت گردشگری تمام افراد جامعه میزبان را درگیر می‌کند؛ بنابراین، آگاهی از نظر جامعه میزبان بسیار مهم خواهد بود، در این میان، پایداری اجتماعی به مفهوم قضاوت مثبت و رضایتمندی جامعه میزبان از حضور گردشگران در محیط سکونت خود و توسعه گردشگری، عاملی بنیادین در تبیین تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های برنامه‌ریزان، کارشناسان و متصدیان عرصه گردشگری است؛ زیرا موفقیت و پایداری هر نوع توسعه‌ای در گرو حمایت فعال جمعیت محلی از آن است (عادلی، ۱۳۹۱: ۸۲).

از دیدگاه ساکنان محلی، پذیرش گردشگری نوعی مبادله پایاپای است (Wall, 1997: 3). بسیاری از پژوهش‌های صورت گرفته پس از دهه ۱۹۷۰ نشان می‌دهد که اثرات منفی گردشگری از اثرات مثبت آن بیشتر است (Jafari, 1990: 171). Wall, 1997: 3) با وجود این، ممکن است جوامع میزبان در ازای آنچه اثرات مثبت و مطلوب تلقی می‌کنند برخی از اثرات منفی را نیز تحمل کنند. در طول سه دهه گذشته مطالعات زیادی در رابطه با نگرش مردم محلی به اثرات گردشگری صورت گرفته است، به این دلیل که داشتن درک جامع درباره نگرش ساکنان به توسعه گردشگری کمک شایانی به متصدیان و سیاست‌گذاران گردشگری در تدوین راهبردها می‌کند، همچنین با توجه بیشتر به اثرات گردشگری بر جوامع میزبان، آگاهی از نگرش و دیدگاه ساکنان محلی به گردشگری اهمیت زیادی خواهد داشت؛ زیرا برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران صنعت گردشگری به کمک آن می‌توانند علاوه بر فراهم کردن کیفیت بهتری از زندگی، حمایت بیشتری از مردم محلی داشته باشند (تراپیان، ۱۳۸۶: ۴). با توجه به نقش کلیدی جامعه میزبان در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری، آگاهی از دیدگاه این جامعه به‌عنوان عرضه‌کننده محصول گردشگری در مورد آثار گردشگری اهمیت بسیاری دارد (قنبری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۲).

باید توجه داشت که حمایت و پشتیبانی ساکنان محلی برای توسعه و ارتقای سطح گردشگری با وجود چه عواملی تحریک، و عوامل درگیر شدن هرچه بیشتر جامعه میزبان در فرایند توسعه از چه طریق مهیا خواهد شد. مطالعات گوناگونی طی ادوار گذشته به بررسی این مهم پرداخته‌اند، اما وجه تمایز این مطالعه با آن‌ها بررسی عوامل تأثیرگذار بر پشتیبانی جامعه میزبان از نظر توسعه گردشگری در جوامع در حال توسعه است. پرسش اصلی این پژوهش نیز بر همین مبنا و با هدف سنجش عوامل تأثیرگذار بر رضایتمندی ساکنان محلی از توسعه گردشگری شکل گرفته است.

نکته مهم این است که اگرچه اصول گردشگری، خیرخواهانه و ضامن منافع جوامع میزبان و گردشگران در بلندمدت است، اجرای آن‌ها با توجه به شرایط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حاکم بر کشورهای در حال توسعه دشوار، و با مشکلاتی توأم است.

در این مطالعه به بررسی موضوع رضایتمندی جامعه میزبان از توسعه گردشگری پرداخته شده و به منظور آزمون و مطالعه موردی، یک منطقه گردشگری در ایران مدنظر قرار گرفته است. هرچند هر گوشه این کشور مناطق زیبا و دیدنی دارد، آمار نشان می‌دهد استان‌های گیلان و مازندران، و اصفهان و فارس از مهم‌ترین هدف‌های گردشگری هستند، از این میان استان گیلان و از شهرهای آن لاهیجان به دلیل وجود جاذبه‌های گردشگری و یکی از مقصدهای گردشگری مهم در استان گیلان که سالانه گردشگران بسیاری از آن بازدید می‌کنند مدنظر قرار گرفته، اطلاعات موردنیاز نیز از ساکنان و بومیان این شهر جمع‌آوری شده است. با توجه به آنچه بیان شد پرسش اصلی پرسش را می‌توان به شکل زیر مطرح کرد:

چه عواملی بر سطح رضایتمندی جامعه میزبان از توسعه گردشگری تأثیرگذار هستند؟

در حوزه گردشگری و نقش جامعه میزبان، به‌ویژه رضایتمندی آن از توسعه گردشگری و حضور گردشگری در جامعه محلی مطالعات و تحقیقاتی در داخل و خارج از کشور انجام شده است که در ادامه به چند نمونه از مهم‌ترین آن‌ها اشاره خواهیم کرد:

شفیعی و محمدی در مطالعه‌ای به بررسی تأثیرات توسعه گردشگری بر جامعه میزبان پرداخته و دریافته‌اند که تأثیرات مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی و حضورنداشتن در منطقه، همچنین تأثیر مستقیم جامعه محلی در برنامه‌ریزی و تصمیم‌سازی در خصوص توسعه صنعت گردشگری و نشأت منافع اقتصادی است. از دیگر نتایج پژوهش حاضر این است که اگر ساکنان از توسعه گردشگری در منطقه منتفع شوند، مطمئناً از دیگر برنامه‌های توسعه‌ای حمایت خواهند کرد و رضایت آن‌ها، رضایت گردشگر را در تمام زمینه‌ها- چه در نحوه استقبال و برخورد با گردشگران و چه در نحوه ارائه خدمات- ارتقا خواهد داد (شفیعی و محمدی، ۱۳۹۳: ۷۷).

اجزاءشکوهی و همکاران در پژوهشی، اثرات ادراک‌شده گردشگری را بر کیفیت زندگی جامعه میزبان مطالعه کرده‌اند. نتایج اصلی این مطالعه عوامل تأثیرگذار بر کیفیت زندگی جامعه محلی را هدف قرار داده است، همچنین نشان می‌دهد توجه به عوامل تأثیرگذار، به‌ویژه تقویت عامل زیست‌محیطی (فیزیکی) عامل‌های دیگر را تقویت می‌کند و رضایتمندی از محیط سکونت را بین ساکنان افزایش می‌دهد (اجزاءشکوهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۰۱).

در پژوهش‌های خارجی نیز به موضوع رضایت جامعه میزبان پرداخته شده است که در ادامه به بخشی از آن‌ها اشاره خواهد شد.

رضایت از جامعه یکی از اجزای مهم توسعه و برنامه‌ریزی جامعه است (van and sirgy and Cronwell, 2001:125; Schneider, 1983: 32; sirgy et al., 2000: 281).

پژوهش‌های محدودی به بررسی رابطه بین سطح رضایت از جامعه ساکنان محلی و پشتیبانی پرداخته است (ko and Vargás-Sánchez et al 2009: 374 Stewart, 2002:527).

عمده نتایج که به موضوع رضایت جامعه محلی پرداخته‌اند، به‌عنوان موضوعی حاشیه‌ای و حاصل از بررسی‌های کلی برای مطالعه جامعه میزبان بوده است. وارگاس سانچز و همکاران وجود رابطه مستقیم بین رضایت از جامعه و اثرات ادراک‌شده مثبت را کشف کرده‌اند (Ramkisson and 2011: 968 Nunkoo). مطالعات نانکو و رامکینسون که رضایت از جامعه را به‌عنوان تعیین‌کننده نگرش ساکنان محلی بررسی کرده است نشان می‌دهد که پیش از همه می‌تواند پیش‌بینی‌کننده خوبی از پاسخ‌های جامعه به توسعه باشد. ساکنان راضی از این موضوع، با احتمال بیشتری گردشگری را به‌عنوان عاملی با اثرات مثبت درک خواهند کرد (Nunkoo and Ramkisson, 2011: 968).

با توجه به اینکه توسعه هر صنعتی همواره با هزینه‌هایی همراه، و بر زندگی جامعه میزبان تأثیرگذار است (Nunkoo 2011: 968 Ramkisson and)، برنامه‌ریزی و توسعه موفق مقصد گردشگری، به حمایت و پشتیبانی از جامعه و مردم محلی

به منظور پذیرش برنامه‌های گردشگری و ایجاد جو مثبت و کمک‌کننده به روابط مناسب و متقابل میهمان-میزبان نیازمند است (ضرغام و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۲).

ساکنان محلی باید در نقطه مرکزی فرایند تصمیم‌گیری باشند (Choi and Sirakaya, 2005: 381). در این بین، بررسی اطلاعات در مورد اثرات گردشگری بر نگرش جامعه میزبان هنگام برنامه‌ریزی برای صنعت نزد برنامه‌ریزان مهم است (Nunkoo and Ramkisson, 2011: 964).

مبانی نظری

بر اساس نظریه مبادله اجتماعی، افراد رفتارهایی را تکرار می‌کنند که در قبال انجام آن پاداش می‌گیرند و از رفتارهایی که قبلاً هزینه زیادی برای آنان داشته است پرهیز می‌کنند. در این نظریه رفتار اجتماعی یعنی مبادله یا عملی محسوس یا نامحسوس، توأم با میزانی از پاداش یا هزینه که دست‌کم بین دو فرد رخ می‌دهد (دیلینی، ۱۳۸۸: ۱۷؛ Byrd et al 2009: ۶۶، gursoy et al 2010: 390، lee et al 2010: 190). اصول اولیه این نظریه این است که افراد در صورتی به شرکت در تبادلات تمایل دارند که باور داشته باشند بدون متحمل شدن هزینه‌های غیرقابل قبول منافی به دست خواهند آورد (اسکیدمور، ۱۳۸۵: ۲۶). در گردشگری به این نظریه توجه شده و مطالعات بسیاری در زمینه آن صورت گرفته است. بر اساس تعریف اسکیدمور، ساکنانی که گردشگری را به صورت فعالیتی پرسود یا بالقوه سودآور می‌دانند و معتقدند هزینه‌های آن بیشتر از منافعش نیست، در مبادله اجتماعی شرکت می‌کنند و حامی توسعه گردشگری می‌شوند (Allen et al 1993: 28؛ ترابیان، ۱۳۸۶: ۱۳۴).

در نظریه مبادله اجتماعی، فرد واحد تحلیل و موضوعی است که هنگام مشاهده باید به آن دقت شود، همچنین موضوع اصلی در تبیین نظم به‌شمار می‌آید. این نظریه بر نوعی از کنش اجتماعی به نام اراده‌گرایی تأکید می‌کند که رفتار روزمره را پاسخی به خواسته و محاسبه فردی می‌داند و بر این اعتقاد است که کنش‌کنندگان در انتخاب‌های خود آزادی زیادی دارند (اسکیدمور، ۱۳۸۵: ۲۸).

از آنجا که گردشگری پدیده‌ای چندوجهی و شامل عوامل تأثیرگذار متفاوتی است، همچنین ناشی از فرایند پیچیده مبادله اجتماعی میان گردشگران و جامعه میزبان محسوب می‌شود، درک این جامعه از گردشگری ممکن است جنبه مثبت و منفی را با هم داشته باشد (yoon et al 2001: 364). ادراک جامعه میزبان از اثرات کلی گردشگری که بر این حاصل از درک اثرات مثبت و منفی گردشگری است با توجه به نظریه مبادله اجتماعی در صورتی که برداشت‌ها بیانگر این باشد که اثرات مثبت در مقایسه با اثرات منفی وزن بیشتری دارد، رضایت کلی را برای فرد دارد و برای تکرار و توسعه آن تلاش خواهد کرد.

اگرچه هدف بسیاری از مطالعات اشاره‌کردن مستقیم به اثرات مثبت گردشگری است (Andereck et al 2005: 1070؛ gursoy et al 2002: 79) و اثرات منفی گردشگری را نادیده می‌گیرد، نباید از این امر غافل شد که گردشگری هزینه‌های زندگی را افزایش می‌دهد (Kwan and McCartney, 2005: 184؛ liu and var, 1986: 193؛ perdue et al 1990: 586).
گفتنی است گردشگری پدیده پیچیده‌ای است که اثرات توأمان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی دارد که از این میان، اثرات اقتصادی آن به مراتب شناخته‌شده‌تر از اثرات سایر ابعاد است.

مزایای اقتصادی یکی از مهم‌ترین عناصری است که ساکنان محلی از توسعه گردشگری درک می‌کنند (yoon et al ۲۰۰۱: ۳۶۵) و بیشتر این بررسی‌ها نیز با فرصت‌های اقتصادی ایجادشده متعاقب از توسعه گردشگری ارتباط پیدا می‌کند، اما در این میان برخی اثرات اقتصادی حاصل از این توسعه ممکن است با اثرات منفی برای ساکنان جامعه میزبان همراه باشد که در کوتاه‌مدت یا هنگام برنامه‌ریزی دیده نشود، اما ساکنان محلی پس از گذشت زمان آن را درک کنند.

اگرچه ظهور پدیده گردشگری به عنوان یک صنعت یا فعالیت اقتصادی است، نباید فراموش کرد این پدیده مجموعه‌ای پیچیده و متشکل از پدیده‌های اجتماعی است که مستقیم یا غیرمستقیم بر زندگی ساکنان محلی تأثیر می‌گذارد. از آنجا که گردشگری صنعتی متعلق به تمام مردم جهان است، نمی‌توان مسائل فرهنگی و اجتماعی مردم کشورهای مختلف را در آن نادیده گرفت (فروهر کلخوران، ۱۳۸۷: ۳۳-۳۲).

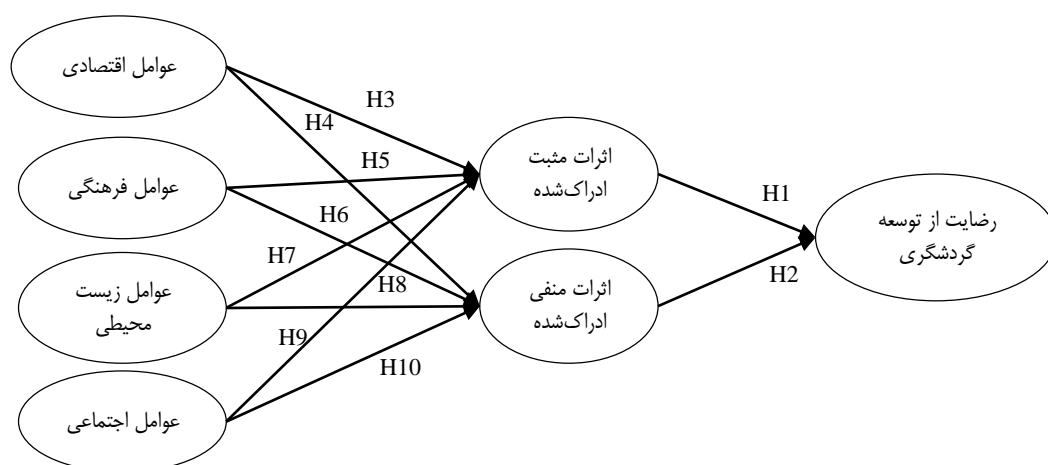
در عصر صنعت، نمود اقتصادی گردشگری جلوه‌ها و پیامدهای آن را تحت‌الشعاع خود قرار داده است. سازمان‌های گردشگری بیشتر به دنبال دستیابی به درآمد بیشتر از گردشگری هستند و اگر اثرگذاری فرهنگی را فراموش نکرده باشند آن را موضوعی دست‌دوم و کم‌اهمیت تلقی می‌کنند (نادی و صادقی، ۱۳۹۰: ۷).

باید توجه داشت که بیشتر فعالیت‌های گردشگران در مناطق حساس صورت می‌گیرد و اثرات زیست‌محیطی چشمگیری به دنبال دارد. این مناطق شامل مکان‌های باستانی، آثار تاریخی، مناطق طبیعی خاص و غیره است که پوشش گیاهی آن به مرور زمان در اثر رفت‌وآمد و جمعیت زیاد گردشگران در یک منطقه طبیعی در مسیرهای حرکت تهی می‌شود و از بین می‌رود، همچنین برخی فعالیت‌های مخرب تعدادی از گردشگران در چنین مناطقی بر بسیاری از گیاهان و جانوران منطقه تأثیرگذار است (فروهر کلخوران، ۱۳۸۷: ۳۳).

با توجه به مطالعات صورت‌گرفته به منظور پاسخگویی به پرسش اصلی پژوهش، فرضیاتی پیشنهاد، و داده‌ها نیز تجزیه و تحلیل شده است؛ بدین منظور برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است سپس عامل متغیرهای غیرمرتبط یا با تأثیرگذاری کمتر، با کمک تحلیل حذف، و برای بررسی و ارزیابی چگونگی روابط و میزان تأثیرگذاری آن‌ها از معادلات ساختاری استفاده شده است. در ادامه فرضیه‌های پژوهش و چگونگی اجرای آزمون‌های آن‌ها را می‌بینیم.

فرضیه ۱: بین اثرات مثبت ادراک‌شده از عوامل اقتصادی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اجتماعی گردشگری و رضایت افراد از توسعه این صنعت رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه ۲: اثرات منفی ادراک‌شده از عوامل اقتصادی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اجتماعی گردشگری با رضایت افراد از توسعه این صنعت رابطه معناداری دارد.



تصویر ۱. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به فرضیات ارائه‌شده، مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر است. همان‌طور که در تصویر نیز به خوبی پیداست هر مسیر نشان‌دهنده یک فرضیه است که در ادامه با استفاده از معادلات ساختاری تأیید یا رد آن‌ها آزموده می‌شود.

همان‌طور که مدل مفهومی نیز به‌خوبی نشان می‌دهد متغیرهای مستقل و وابسته در این پژوهش مطابق جدول ۱ است:

جدول ۱. معرفی متغیرهای مورد استفاده در مدل مفهومی پژوهش

متغیرهای مستقل سطح ۱	متغیرهای میانجی	متغیرهای وابسته
عوامل اقتصادی	اثرات ادراک‌شده مثبت گردشگری	سطح رضایت ساکنان محلی
عوامل اجتماعی		
عوامل زیست‌محیطی	اثرات ادراک‌شده منفی گردشگری	
عوامل فرهنگی		

در جدول ۲، ابعاد تأثیرگذار، مؤلفه‌های مرتبط با هر بعد و شاخص‌هایی که آن‌ها را می‌سنجد نشان داده شده است.

جدول ۲. ابعاد و مؤلفه‌های مورد نظر در مدل مفهومی پژوهش

بعد	مؤلفه	عبارات	منبع	
اقتصاد	ایجاد اشتغال	گردشگری فرصت‌های شغلی بیشتری برای جامعه ایجاد می‌کند.	تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۱)؛ رضاعلی محسنی (۱۳۸۸)؛ Yoon et al (2001)	
	افزایش درآمد	گردشگری منجر به صرف پول بیشتر در جامعه می‌شود.	تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۱)؛ Yoon et al (2001)؛ Gursoy and Rutherford (2004)	
	افزایش قیمت‌ها	قیمت زمین و دارایی به دلیل ورود گردشگری افزایش می‌یابد.	تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۱)؛ Yoon et al (2001)؛ Nunkoo and Ramkisson (2011)؛	
	فرهنگ	افزایش سطح کیفیت رفاهی	استانداردهای زندگی در مناطق گردشگری به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد.	تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۱)؛ Yoon et al (2001)؛ Mohd Hafiz Hanafiah et al., (2013)
		صادرات تولید	گردشگری مزایای اقتصادی برای مردم محلی و کسب‌وکارهای کوچک دارد.	Yoon et al (2001)؛ Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013)
	زیست‌محیطی	پذیرش تفاوت‌های فرهنگی (افزایش تنوع فرهنگی)	گردشگری تنوع فعالیت‌های فرهنگی را برای افراد محلی تشویق می‌کند.	Yoon et al؛ Mohd Hafiz Hanafiah et al., (2013)؛ al., (2001)؛
		تبادلات فرهنگی	توسعه گردشگری، فرهنگ محلی و سبک زندگی را تعدیل می‌کند.	تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۱)؛ Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013)؛ Gursoy and Rutherford (2004)
		نهادینه کردن توسعه در فرهنگ محلی	گردشگری به تبادلات فرهنگی زیاد بین گردشگران و افراد جامعه منجر می‌شود.	Gursoy and Rutherford (2004)؛ Yoon et al (2001)
		انتقال فرهنگ به نسل بعد	گردشگری سبب نهادینه کردن توسعه در فرهنگ محلی برای جذب گردشگر بیشتر می‌شود.	Gursoy and Rutherford (2004)؛ Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013)
	اجتماعی	حفظ فرهنگ	ورود گردشگر به منطقه سبب انتقال فرهنگ به سایر مناطق و نسل‌های بعد خواهد شد.	Mohd Hafiz Hanafiah et al؛ Azizi et al (2011)؛ (2013)؛ Gursoy and Rutherford (2004)
آلودگی		گردشگری سبب تولید زباله‌های شهری می‌شود.	تقوایی و صفراآبادی (۱۳۹۱)؛ رضاعلی محسنی (۱۳۸۸)؛ Yoon et al (2001)؛ Gursoy and Rutherford (2004)	
		گردشگری به ازدحام ترافیک، آلودگی و سروصدا منجر می‌شود.	Azizi et al (2011)، Yoon et al (2001)؛ Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013)؛ ko and Stewart (2004)؛ (Gursoy and Rutherford (2004)	

جدول ۲. ابعاد و مؤلفه‌های مورد نظر در مدل مفهومی پژوهش

بعد	مؤلفه	عبارات	منبع
		گردشگری به شلوغی بیش از حد سواحل، پارک‌ها و سایر محیط‌های گردشگری منجر می‌شود.	Mohd Hafiz Hanafiah et al ;Yoon et al (2001) (۲۰۱۳)
	انرژی	مصرف انرژی‌های آب، برق، گاز و سوخت مربوط به گردشگری افزایش می‌یابد.	Azizi et al (2011)
	تخریب محیط‌زیست	ساخت هتل و دیگر زیرساخت‌های گردشگری محیط طبیعی را نابود می‌کند.	Mohd Hafiz Hanafiah et al ;Yoon et al (2001) (۲۰۱۳)
		گردشگری سبب ایجاد پارک‌های بیشتر و مناطق تفریحی دیگر برای افراد جامعه میزبان می‌شود.	Yoon et al (2001) Gursoy and Rutherford (۲۰۰۴); Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013)
		رضاعلی محسنی (۱۳۸۸):	
	بهبود کیفیت زندگی	صرف هزینه زیاد گردشگران بر روش زندگی ما تأثیر می‌گذارد.	Nunkoo :Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013) ;Yoon et al (۲۰۰۲) Stewart ko a :Ramkisson (2011) Gursoy and Rutherford (2004) al (2001);
		ورود گردشگران به جامعه سبب افتخار است.	Yoon et al (2001); Gursoy and Rutherford (۲۰۰۴)
	شبکه اجتماعی	گردشگری سبب شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی بین افراد می‌شود.	Yoon et al (2001); Gursoy and Rutherford (۲۰۰۴)
	انطباق با هنجارها	گردشگری پذیرش هنجارهای جدید را برای مردم محلی آسان‌تر می‌کند.	Yoon et al (2001); Gursoy and Rutherford (۲۰۰۴)
		گردشگری فرهنگ سنتی و ارزشمند ما را تغییر می‌دهد.	Yoon et al (2001); Gursoy and Rutherford (۲۰۰۴)
		گردشگری سبب افزایش وندالیسم (خرابکاری) می‌شود	Nunkoo and Gursoy (2012); Yoon et al (۲۰۰۱).
		گردشگری سبب افزایش نرخ جرم و جنایت در جامعه می‌شود.	Yoon et al (2001); Gursoy and Rutherford (۲۰۰۴); Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013)
		ورود گردشگر به جامعه سبب کاهش امنیت در منطقه می‌شود.	Nunkoo and Gursoy(2012); Gursoy and Rutherford (2004)
		گردشگری سبب افزایش فحشا می‌شود.	Nunkoo and Gursoy(2012); Nunkoo Ramkisson (2011)
	اثرات ادراک‌شده منفی	گردشگری سبب تغییر در فرهنگ سنتی جامعه می‌شود.	Nunkoo and Gursoy(2012)
		گردشگری سبب تخریب محیط‌زیست طبیعی می‌شود.	;Nunkoo and (۲۰۱۳) nunkoo and smith ko and Stewart (2002) Gursoy(2012)
		توسعه گردشگری سبب بروز تورم اقتصادی در منطقه می‌شود.	nunkoo and smith ;Yoon et al (2001) ko and Stewart ;Nunkoo Gursoy (2012);(۲۰۱۳) (۲۰۰۲)
		توسعه تسهیلات گردشگری، اتلاف پول مالیات‌دهندگان است.	Yoon et al (2001)
		گردشگری فرصت‌هایی برای کسب‌وکار محلی ایجاد می‌کند.	Mohd Hafiz nunkoo and smith(2013); Hanafiah et al (2013) ko and Stewart (۲۰۰۲);
		گردشگری به توسعه منطقه‌ای کمک می‌کند.	nunkoo and smith (۲۰۱۳) ko and Stewart (۲۰۰۲);
		گردشگری سبب شکل‌گیری تحرک اقتصادی در منطقه می‌شود.	رضاعلی محسنی (۱۳۸۸):
	اثرات ادراک‌شده مثبت	گردشگری سبب توسعه و بهبود تجهیزات زیربنایی در جامعه می‌شود.	Gursoy and Rutherford (۲۰۰۴) رضاعلی محسنی (۱۳۸۸)
		گردشگری سبب تجدید حیات مناطق فقیر و غیرصنعتی می‌شود.	Gursoy and Rutherford (2004)
		گردشگری سبب خودکفایی و تقویت اقتصاد محلی می‌شود.	رضاعلی محسنی (۱۳۸۸):
		مزایای گردشگری از هزینه‌های آن بیشتر است.	Gursoy and Rutherford (2004) Yoon et al (2001);
	رضایت جامعه میزبان از توسعه گردشگری	از زندگی در یک قطب گردشگری احساس ناخوشایندی دارید.	Nunkoo and Gursoy(2012); Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013);Yoon et al (2001); Gursoy and Rutherford (2004)
		از حضور گردشگر در محل سکونت خود احساس غرور می‌کنید.	Mohd Hafiz Hanafiah et al (2013); Nunkoo and Ramkisson (2011)

روش پژوهش

این پژوهش با توجه به هدف از تحقیقات کاربردی به‌شمار می‌آید؛ زیرا به توسعه دانش کاربردی در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت برای توسعه گردشگری می‌پردازد، همچنین براساس چگونگی دستیابی به داده‌های موردنیاز توصیفی از نوع

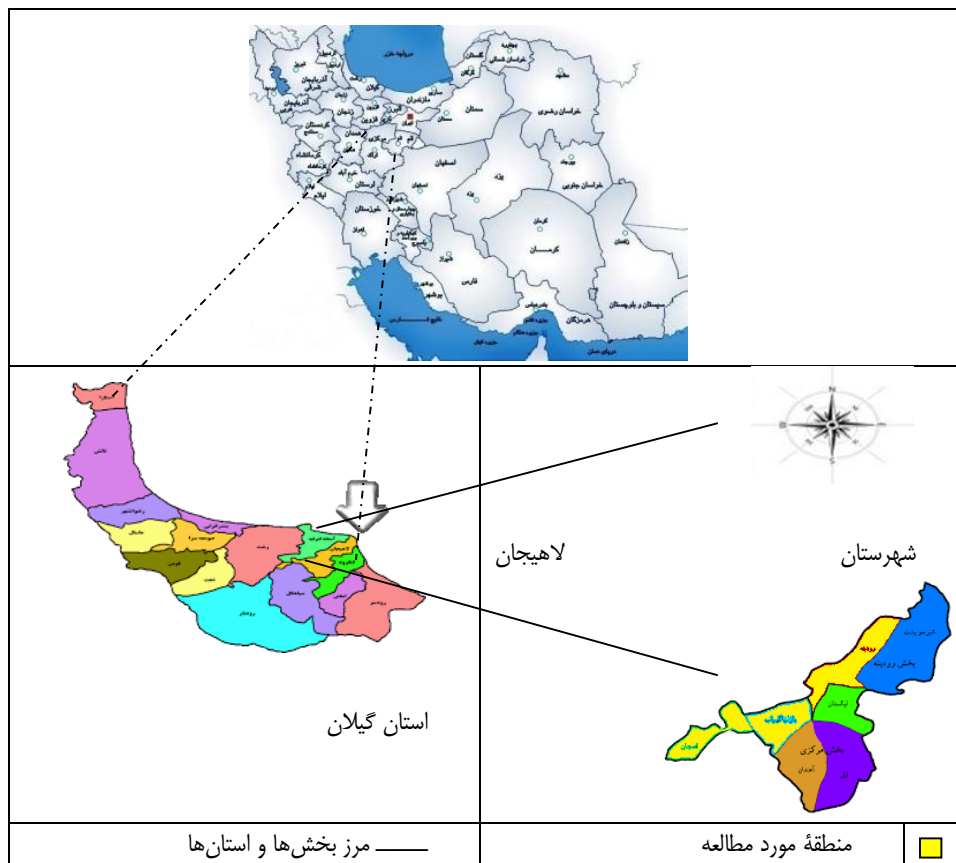
همبستگی است که در آن رابطه میان متغیرها براساس هدف پژوهش تحلیل می‌شود. در مطالعه حاضر برای بررسی پیشینه پژوهش و استخراج مدل مفهومی از روش کتابخانه‌ای و مطالعه اسناد و مدارک استفاده شده، همچنین به منظور آزمون مدل و فرضیات تحقیق از روش پیمایش بهره گرفته شده است؛ به این ترتیب که داده‌ها و اطلاعات از طریق ابزار پرسشنامه از افراد موردنظر گردآوری شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه نیز از روش معادلات ساختاری و آماره‌های کمی استفاده شده است.

محدوده مورد مطالعه

جامعه مدنظر در این مطالعه، ساکنان شهر لاهیجان از شهرستان‌های استان گیلان است. ادبیات مدل‌های ساختاری که برای مدل‌هایی با ۱۰-۱۵ شاخص معمولاً ۲۰۰ تا ۴۰۰ نمونه (شایع‌ترین حجم نمونه) را پیشنهاد می‌کند، نشان می‌دهد که اگر تعداد متغیرها بیش از ۱۰ مورد باشد، حجم‌های نمونه‌ای کمتر از ۲۰۰ ممکن است به ناپایداری مقادیر برآوردشده برای پارامترها منجر شود و آزمون‌های معناداری آماری نیز کارایی خود را از دست بدهد (آذر و همکاران، ۱۳۹۳: ۵۰). در این مطالعه تعداد نمونه‌های بررسی‌شده با استفاده از روش کوکران، ۳۸۴ نفر از ساکنان شهرستان لاهیجان است.

لاهیجان از جمله مهم‌ترین شهرهای استان گیلان است که در ۵۰ درجه طول شرقی و ۳۷ درجه و ۱۶ دقیقه عرض شمالی و در ارتفاع ۲ متر از سطح دریا قرار گرفته که از شمال به دریای خزر، از جنوب به شهر سیاهکل و شهرستان رودبار، از شرق به شهرستان لنگرود و از غرب به شهر آستانه اشرفیه و کوچصفهان محدود است. این شهر با داشتن چشم‌اندازها و جاذبه‌های طبیعی زیبا یکی از اصلی‌ترین مقاصد گردشگری در کشور به‌شمار می‌آید و شامل دو بخش مرکزی و رودبند با جمعیت ۱۶۸ هزار و ۸۲۹ نفر است. از کل جمعیت این شهرستان، ۹۷ هزار و ۶۹۷ نفر در مناطق شهری، و ۷۱۱۳۲ نفر در نقاط روستایی ساکن هستند (سالنامه آماری کشور، ۱۳۹۰).

در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای استفاده شده است؛ به این ترتیب که جامعه مورد بررسی از نظر موقعیت جغرافیایی به سه خوشه گردشگرپذیر مختلف تقسیم شده که شامل سه بخش لاهیجان (موقعیت اصلی)، بازکیاگوراب (موقعیت ارتباط بین‌شهری) و بخش رودبند (منطقه ساحلی) است که در تصویر ۲ با رنگ زرد مشاهده می‌شود (سایر مناطق که از نظر ورود گردشگر در اولویت‌های گردشگران قرار ندارند، مدنظر قرار نگرفته است). پس از این ۴۵۰ پرسشنامه به نسبت جمعیت در این سه خوشه براساس نمونه‌گیری تصادفی توزیع شده که ۳۹۰ پرسشنامه تکمیل و جمع‌آوری شده است. پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص، ۳۶۲ پرسشنامه کاربردی در تحلیل‌های این پژوهش به کار رفته است.



تصویر شماره ۲. نقشه شهرستان لاهیجان (مناطق مورد مطالعه در شهرستان لاهیجان با رنگ زرد مشخص شده است)

بحث و یافته‌ها

مشخصات نمونه مورد بررسی در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳. مشخصات نمونه مورد بررسی

درصد	فراوانی	مشخصات نمونه مورد بررسی	
۴۱/۷	۱۵۱	زن	جنسیت
۵۸/۳	۲۱۱	مرد	
۳۷/۸	۱۳۷	مجرد	وضعیت تأهل
۶۲/۲	۲۲۵	متأهل	
۱۷/۱	۶۲	کمتر از ۲۵	سن
۲۴/۳	۸۸	۲۵-۳۰	
۲۲/۱	۸۰	۳۱-۳۵	
۱۶	۵۸	۳۶-۴۰	
۸/۸	۳۲	۴۱-۴۵	
۱۱/۶	۴۲	۴۵ به بالا	
۲۸/۲	۱۰۲	دیپلم و پایین‌تر	تحصیلات
۱۰/۸	۳۹	کاردانی	
۳۸/۱	۱۳۸	کارشناسی	
۲۲/۹	۸۳	ارشد و بالاتر	

به منظور گردآوری داده‌ها و اطلاعات در این پژوهش از روش پیمایشی با استفاده از پرسشنامه‌ای شامل ۴۲ گویه استفاده شده، بررسی پایایی پرسشنامه نیز بر مبنای آلفای کرونباخ محاسبه شده است. میزان آلفای کرونباخ محاسبه شده مربوط به هر متغیر در جدول ۴ مشاهده می‌شود.

جدول ۴. بررسی پایایی متغیرها

متغیر	تعداد متغیر	آلفای کرونباخ	نام متغیر	تعداد متغیر	آلفای کرونباخ
فرهنگی	۷	۰/۸۲۲	اثرات مثبت ادراک شده	۶	۰/۸۶۶
اجتماعی	۵	۰/۷	اثرات منفی ادراک شده	۸	۰/۹۲۸
زیست‌محیطی	۶	۰/۸۵۶	رضایت از توسعه گردشگری	۳	۰/۷۱
اقتصادی	۷	۰/۷۹	کل	۴۲	۰/۹۱۵

با توجه به اینکه حداقل ضریب پایایی برای پرسشنامه‌های پژوهشی ۰/۷ است، ضریب آلفای کرونباخ به دست آمده برای متغیرها فراوانی است؛ بنابراین می‌توان ادعا کرد که اعتبار ابزار، میزان مطلوبی دارد.

باید توجه داشت که برای بررسی روایی پرسشنامه از روش روایی محتوایی استفاده شده است؛ به این منظور از نظرات یازده نفر از خبرگان گردشگری، علوم اجتماعی و مدیریت برای بررسی اعتبار گویه‌های پرسشنامه استفاده کردیم، همچنین به منظور بررسی روایی سازه، تحلیل عامل اکتشافی را با روش تحلیل مؤلفه‌های اصلی برای ۳۶۲ پرسشنامه جمع‌آوری شده به کار بردیم.

همان‌طور که در جدول ۵ نیز نشان داده شده است، متغیرهای ۱۲، ۱۳، ۱۶، ۲۷ و ۳۲ به دلیل بار عاملی ضعیف حذف شدند و باقی متغیرها، به عنوان مبنای بررسی‌های بعدی قرار گرفتند.

هدف ما در این پژوهش بررسی روابط بین ابعاد مختلف گردشگری، اثرات مثبت و منفی ادراک شده در جامعه محلی و تأثیر آن بر رضایت جامعه میزبان است. برای آزمون فرضیات و تحلیل مدل مفهومی از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزارهای SPSS 23 و AMOS 18 استفاده شده است.

مدل معادله ساختاری در شکل عمومی خود از دو نوع مدل اندازه‌گیری و ساختاری و انواعی از متغیرها تشکیل شده است. 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 یک از متغیرهای پژوهش، متغیر پنهان و متغیرهای آشکار همان گویه‌های پرسشنامه هستند.

مرحله ۱. مدل‌های اندازه‌گیری

مدل اصلی با توجه به متغیرهای پنهان موجود در آن به ۸ مدل اندازه‌گیری مختلف تقسیم می‌شود که نتایج این ارزیابی‌های متفاوت در جدول ۵ نشان داده شده است.

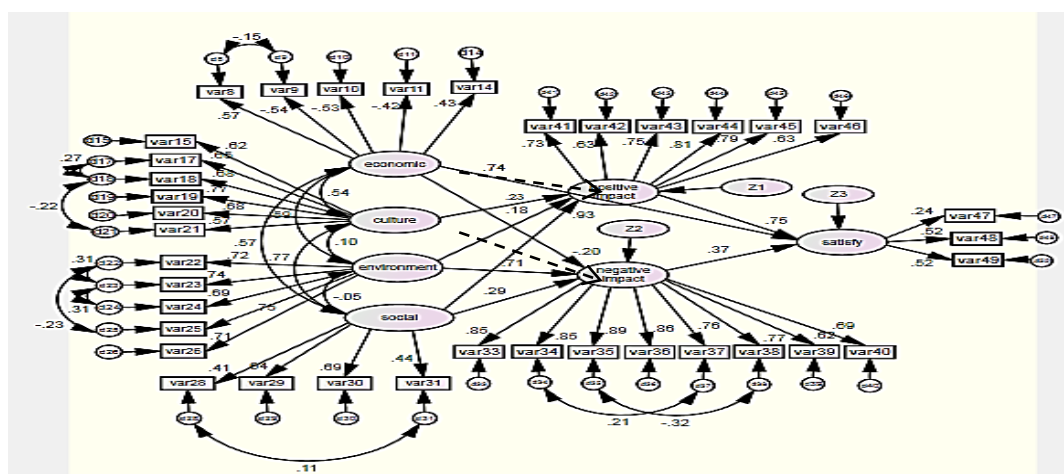
در جدول ۵ تمام ضرایب عاملی مدل نشان داده شده است. براساس محاسبات، روابطی که ضرایب بارهای عاملی پایینی دارد (در جدول مشخص شده‌اند) در مدل برازش شده حذف شده است.

جدول ۵. نتایج تحلیل عامل

بار عاملی	رابطه بین متغیرها	بار عاملی	رابطه بین متغیرها
۰/۷۶۴	محیط زیست → متغیر ۲۲	۰/۶۳۶	فرهنگ → متغیر ۱۵
۰/۸۳۷	محیط زیست → متغیر ۲۳	۰/۳۶۳	فرهنگ → متغیر ۱۶
۰/۷۵۶	محیط زیست → متغیر ۲۴	۰/۷۲۱	فرهنگ → متغیر ۱۷
۰/۶۶۷	محیط زیست → متغیر ۲۵	۰/۷۱۱	فرهنگ → متغیر ۱۸
۰/۶۸۲	محیط زیست → متغیر ۲۶	۰/۷۵۹	فرهنگ → متغیر ۱۹
-۰/۱۸۹	محیط زیست → متغیر ۲۷	۰/۶۵۸	فرهنگ → متغیر ۲۰
۰/۵۷۴	اقتصادی → متغیر ۸	۰/۵۰۷	فرهنگ → متغیر ۲۱
-۰/۵۶۹	اقتصادی → متغیر ۹	۰/۴۲۶	اجتماعی → متغیر ۲۸
-۰/۵۰۲	اقتصادی → متغیر ۱۰	-۰/۵۹۸	اجتماعی → متغیر ۲۹
-۰/۵۴	اقتصادی → متغیر ۱۱	-۰/۶۸	اجتماعی → متغیر ۳۰
۰/۳۵۶	اقتصادی → متغیر ۱۲	-۰/۴۶۴	اجتماعی → متغیر ۳۱
۰/۲۰۷	اقتصادی → متغیر ۱۳	-۰/۱۳۵	اجتماعی → متغیر ۳۲
۰/۴۸۷	اقتصادی → متغیر ۱۴	۰/۷۵۳	اثرات ادراک شده مثبت → متغیر ۴۱
۰/۸۴۵	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۳۳	-۰/۶۴۵	اثرات ادراک شده مثبت → متغیر ۴۲
۰/۸۶۳	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۳۴	۰/۷۲۵	اثرات ادراک شده مثبت → متغیر ۴۳
۰/۸۸۶	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۳۵	۰/۸۰۲	اثرات ادراک شده مثبت → متغیر ۴۴
۰/۸۶۱	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۳۶	۰/۷۵۸	اثرات ادراک شده مثبت → متغیر ۴۵
۰/۷۷۵	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۳۷	۰/۶۳۶	اثرات ادراک شده مثبت → متغیر ۴۶
۰/۷۴۱	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۳۸	-۰/۶۲۸	رضایت → متغیر ۴۷
۰/۶۲۱	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۳۹	۰/۵۴۸	رضایت → متغیر ۴۸
۰/۶۹۶	اثرات ادراک شده منفی → متغیر ۴۰	-۰/۵۷۶	رضایت → متغیر ۴۹

مرحله ۲. مدل ساختاری

مدل اصلاح شده با ضرایب جدید پس از اصلاح و حذف عبارتهایی با بار عاملی کم به صورت شکل زیر برآزش شده است:



تصویر ۳. مدل برآزش شده و نهایی پژوهش

خطوط نقطه چین در مدل نشان دهنده فرضیاتی است که با توجه به ادبیات نظری در پژوهش ارائه شده، اما با توجه به

نتایج به دست آمده تأیید نشده است. شاخص‌های برازش مدل در جدول ۶ ارائه شده که این جدول بیانگر شاخص‌های کلی برازش مدل مربوط به فرضیه‌های پژوهش است:

جدول ۶. شاخص‌های برازش مدل

شاخص	χ^2	DF	χ^2/df	PNFI	PCFI	IFI	RMR	RMSEA
مقدار آماره	۱۴/۸۵	۶۰۵	۲/۳۷	۰/۶۲۴	۰/۶۷۱	۰/۷۴۰	۰/۱۱۸	۰/۰۴۷
حد مطلوب کمتر بهتر بیشتر بهتر	بین دو و سه قابل قبول است	بالاتر از ۰/۵ یا ۰/۶ مناسب است	حداقل ۰/۶	کوچک بودن کمتر از ۰/۰۵				

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، براساس نتایج به دست آمده در این مدل همه شاخص‌های برازش کلی مدل در محدوده بهتری قرار دارد. با توجه به نتایج، سطح معناداری بارهای عاملی و ضرایب مدل بررسی شده است. بررسی سطوح معناداری و ضرایب مدل، در واقع آزمون فرضیه‌های پیشنهادی پژوهش خواهد بود که در ادامه به بررسی آن‌ها خواهیم پرداخت.

براساس مدل آزمون شده ضرایب مسیر، بارهای عاملی، خطای استاندارد، مقدار بحرانی، سطح معناداری و وضعیت فرضیه از نظر تأیید/رد برای متغیرهای مدل محاسبه شده که در جدول ۷ آمده است. یازده مسیر فرضی در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بررسی شده‌اند و به منظور تعیین ارتباط بین دو متغیر یا ساختار پنهان هم از مقادیر بتا (B) استفاده می‌شود. بزرگ بودن مقدار بتا نشان‌دهنده اهمیت و نقش نسبی آن در روابط است.

جدول ۷. نتایج آزمون فرضیه‌ها

شماره فرضیه	مسیر بین متغیرها	ضریب تأثیر/بار عاملی	خطای استاندارد	مقدار بحرانی	معناداری (P)	تأیید/رد
۱	اثرات ادراک شده مثبت	۰/۷۴	۰/۰۹۴	۲/۸۳۸	***	قابل قبول
۲	اثرات ادراک شده منفی	۰/۳۷۳	۰/۰۳۹	۴/۱۰۶	***	قابل قبول
۳	اقتصادی	-۰/۰۹	۰	-۱/۷۹۸	۰/۶۸۴	رد
۴	اقتصادی	-۰/۰۲۰	۰/۱۹۹	-۰/۱۸۳۹	۰/۰۳۶	قابل قبول
۵	فرهنگی	-۰/۲۳	۰/۱۲۶	-۱/۵۷۶	۰/۰۲۸۶	قابل قبول
۶	فرهنگی	۰/۰۴	۰/۱۳۶	۰/۱۲۶	۰/۸۳۳	رد
۷	زیست محیطی	۰/۱۸۳	۰/۰۳۷	۲/۷۱۱	***	قابل قبول
۸	زیست محیطی	۰/۷۰۷	۰/۰۹۰	۸/۲۳۴	***	قابل قبول
۹	اجتماعی	۰/۹۳۳	۰/۲۷۲	۴/۸۴۳	***	قابل قبول
۱۰	اجتماعی	۰/۲۸۸	۰/۲۱۰	۳/۳۱۶	***	قابل قبول

*** نشان‌دهنده سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۱ است.

نتیجه‌گیری

مدل نهایی و تحلیل داده‌ها با رد فرضیه‌های H3 و H6 و تأیید دیگر فرضیه‌ها (مسیرها)، همچنین شناسایی دو مسیر ارتباطی جدید بین متغیرها ارائه شده است. تحلیل نتایج بیانگر این است که بعد اجتماعی (۰/۹۳) بیشترین ضریب تبیین‌کنندگی بر اثرات ادراک شده مثبت را دارد؛ به این ترتیب بیشترین نقش را به صورت غیرمستقیم و از طریق ادراک اثرات مثبت گردشگری در رضایت جامعه میزبان دارد. این شاخص اجتماعی عمدتاً بازتابی از احساس خوب از ورود گردشگران در جامعه محل سکونت و شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی بین افراد است. پس از این بعد اجتماعی بالاترین تأثیر را اثرات ادراک شده مثبت با ضریب عاملی ۰/۷۴۸ دارد. این تأثیر به صورت مستقیم، و بیانگر این است که هرچه

درک مثبت‌تری در مقایسه با اثرات گردشگری بر جامعه وجود داشته باشد، سطح رضایتمندی از توسعه گردشگری نیز بالاتر خواهد بود.

رضایت جامعه میزبان از گردشگری با توجه به مدل از دو متغیر اثرات ادراک‌شده مثبت و منفی تأثیر می‌پذیرد، اثرات ادراک‌شده مثبت با ۰/۷ و اثرات ادراک‌شده منفی با ۰/۲۵ این متغیر را تبیین می‌کنند. هرچه درک ساکنان محلی از گردشگری مثبت‌تر باشد، سطح رضایت بالاتری را تجربه می‌کنند و در نتیجه به توسعه این پدیده خوش‌بین‌تر خواهند بود؛ از این رو برای حمایت و توسعه هرچه بیشتر گردشگری تلاش خواهند کرد.

اثرات ادراک‌شده مثبت با توجه به مدل مفهومی ارائه‌شده در ابتدای پژوهش از طریق چهار بعد اقتصادی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اجتماعی تبیین می‌شود که بعد اجتماعی بالاترین میزان تأثیرگذاری را بر این متغیر دارد. براساس نتایج حاصل‌شده، بعد اقتصادی اثر معناداری بر این متغیر ندارد، اما نتایج نهایی همان‌طور که در مدل نیز به‌خوبی پیداست نشان می‌دهد این متغیر به‌صورت مستقیم بر میزان رضایتمندی ساکنان محلی تأثیرگذار است؛ از این رو مسیر مربوط در مدل نهایی به‌منظور ارتقا و بهبود مدل پیشنهادی تحقیق حذف شده است، اما دو بعد اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی بخشی از این متغیر را تبیین خواهد کرد، البته میزان اثرگذاری دو بعد فرهنگی و زیست‌محیطی با وجود تأییدشدن، ضعیف است و در مقایسه با بعد اجتماعی در جایگاه پایین‌تری قرار دارد.

اثرات ادراک‌شده منفی با توجه به نتایج و یافته‌ها تأثیر مستقیمی از بعد فرهنگی دریافت نمی‌کند، اما به‌ترتیب به‌وسیله ابعاد زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی با بارهای عاملی ۰/۷۲، ۰/۲۸ و ۰/۱۸- تبیین می‌شود. اگرچه وجود رابطه مستقیم بین عوامل اقتصادی و ادراک منفی از گردشگری تأیید شده است، ضریب منفی رابطه معکوس بین این دو متغیر را نشان می‌دهد؛ یعنی هرچه به ابعاد اقتصادی در سطح بالاتری دست یابیم میزان ادراک منفی از گردشگری کاهش خواهد یافت. یک مسیر جدید نیز شناسایی شده که بیانگر وجود رابطه مستقیم بین بعد اقتصادی و میزان رضایتمندی از گردشگری است و به مدل نهایی اضافه شده است.

با توجه به نتایج پژوهش، به‌منظور دستیابی به توسعه صنعت گردشگری در جوامع لازم است حمایت و پشتیبانی جامعه محلی از توسعه گردشگری را به‌عنوان یکی از ذی‌نفعان مهم در اختیار داشته باشیم. این امر نیز از مسیر رضایتمندی ساکنان حاصل می‌شود، برای دستیابی به سطح رضایت آن‌ها لازم است نگرش و درک آنان به گردشگری به این سمت گرایش یابد که منافع حاصل از توسعه بیش از مضرات آن است؛ بنابراین به‌منظور دسترسی به هدف، باید در این راستا تلاش کرد. اگر مشخص شود نتایج حاصل از فعالیت‌های گردشگری ضرری ندارد (یا اینکه مضرات محدودی دارد) و ممکن است منفعت‌هایی را نیز داشته باشد، هر فردی برای ورود به این صنعت و توسعه آن همکاری خواهد کرد. به‌منظور ایجاد این حس در جوامع میزبان با توجه به یافته‌های مدل باید کارهایی زیربنایی در چهار بعد اصلی گردشگری، یعنی ابعاد اقتصادی، فرهنگی، زیست‌محیطی و اجتماعی انجام شود که می‌توان با توجه به بارهای عاملی هر یک از ابعاد و زمینه‌های موجود در هر موقعیت گردشگری، برای فعالیت‌های لازم برنامه‌ریزی، و آن را اجرا کرد؛ یعنی اطلاعات حاصل‌شده را برای اولویت‌بندی فعالیت‌ها برنامه‌های موردنظر به‌کار برد.

منابع

- ۱) اجزاءشکوهی محمد؛ بوذرجمهری، خدیجه؛ ایستگلدی، مصطفی؛ مودودی، مهدی (۱۳۹۳) بررسی اثرات گردشگری بر کیفیت زندگی جامعه میزبان (نمونه مطالعاتی: بندر ترکمن)، فضای جغرافیایی، دوره ۴، شماره ۴۷، صص. ۱۲۵-۱۰۱.
- ۲) اسکیدمور، ویلیام (۱۳۸۵) تفکر نظری در جامعه‌شناسی، ترجمه علی‌محمد حاضری و همکاران، قم: انتشارات پژوهشکده علوم و فرهنگ اسلامی.

- ۳) آذر، عادل و خدیور، آمنه (۱۳۹۳) کاربرد تحلیل آماری چندمتغیره در مدیریت، تهران: انتشارات نگاه دانش.
- ۴) ترابیان، پونه (۱۳۸۶) سنجش سطح قابل قبول اثرات اجتماعی منفی دیدارکنندگان بر جوامع محلی در ایران (سکونت‌گاه‌های روستایی تالاب پریشان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۵) تقوایی، مسعود و صفراآبادی، اعظم (۱۳۹۱) توسعه گردشگری فرهنگی با تأکید بر جاذبه‌های تاریخی (مطالعه موردی: جاذبه‌های تاریخی شهر اصفهان)، برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره سوم، شماره ۱۲، صص. ۷۸-۵۹.
- ۶) دیلینی، تیم (۱۳۸۸) نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی، ترجمه به‌رنگ صدیقی و وحید طلوعی، تهران: نشر نی.
- ۷) زارعی، عظیم؛ سید مجتبی؛ نظری، ماشاله (۱۳۸۸) رضایت گردشگران گامی به سوی توسعه صنعت گردشگری استان سمنان، همایش ملی گردشگری، توسعه پایدار و اشتغال‌زایی، دانشگاه سمنان، صص. ۱۱۶-۱۰۵.
- ۸) مرکز آمار ایران (۱۳۹۰) سالنامه آماری کشور
<https://salnameh.sci.org.ir/AllUser/DirectoryTreeComplete.aspx>
- ۹) سرور، رحیم و موسوی، سیدمحمد (۱۳۹۰) کاربرد شاخص پایداری عملکرد (SPI) برای خطمشی‌گذاری و توسعه گردشگری، همایش گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، صص. ۱۳-۱.
- ۱۰) شفیع، زاهد و محمدی، امین (۱۳۹۳) بررسی تأثیرات توسعه گردشگری بر جامعه میزبان: نمونه موردی شهر چادگان، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال یازدهم، دوره ۱۱، شماره ۱، صص. ۹۰-۷۷.
- ۱۱) ضرغام، حمید؛ ایوبی یزدی، اکبر؛ پورحمید، تقی (۱۳۹۰) مشارکت ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، جایگاه مدیریت و چالش‌ها، نخستین همایش مدیریت و توسعه گردشگری، چالش‌ها و راهکارها، دانشگاه صنعتی شریف، صص. ۱۶-۱.
- ۱۲) عادل سمیرا (۱۳۹۱) بررسی نگرش جامعه میزبان نسبت به گردشگری و پیامدهای آن در یک بافت زنده تاریخی، نشریه هنرهای زیبا، معماری و شهرسازی، دوره هفدهم، شماره ۴، صص. ۹۴-۸۱.
- ۱۳) فروهر کلخوران، پریناز (۱۳۸۷) بررسی و طراحی اکوپارک گردشگری حوزه سد لتیان با تأکید بر ویژگی‌های بومی منطقه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد معماری، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه تربیت مدرس تهران.
- ۱۴) قنبری سیروس؛ قاسمی، مریم؛ پورجوپاری، مرضیه (۱۳۹۲) بررسی اثرات گردشگری بر توسعه روستایی از دیدگاه جامعه میزبان، (مطالعه موردی: بخش ماهان شهرستان کرمان)، مجله آمایش جغرافیایی فضا، دوره ۳، شماره ۹، صص. ۴۴-۱۹.
- ۱۵) محسنی رضاعلی (۱۳۸۸) گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها، فضای جغرافیایی، دوره ۹، شماره ۲۸، صص ۱۴۹-۱۷۱.
- ۱۶) نادی، محمدعلی و صادقی ده‌چشمه، مهرداد (۱۳۹۰) مدیریت گردشگری و اثرات فرهنگی اجتماعی آن بر جوامع، نخستین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، صص. ۱۵-۱.
- ۱۷) Allen Lawrence, H.H. & Patrick, L. (1993) Rural Residents Attitudes toward Recreation and Tourism Development, *Journal of Travel Research*, Vol. 31, No. 4, pp. 27-33.
- ۱۸) Andereck, K., & Karin, M. Valentine. & Richard, C. Knopf. & Christine, A. Vogt. (2005) Residents perceptions of community tourism impacts, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 4, pp. 1056-1076.
- ۱۹) Azizi, h. & Biglari, M. & Joudi, p. (2011) Assessment the feasibility of sustainable tourism in urban environments employing the cumulative linear model, 2011 International Conference on Green Buildings and Sustainable Cities, *Procedia Engineering* Vol. 21, No.1, pp. 24 - 33.
- ۲۰) Byrd, E. & Bosley, H. & Dronberger, M. (2009) Comparison of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina, *Tourism Management*, Vol. 30, No.5, pp. 693-703.
- ۲۱) Choi, H.C. & Sirakaya, E. (2005) Measuring residents' attitudes toward sustainable

- tourism: Development of a sustainable tourism attitude scale, *Journal of Travel Research*, Vol. 43, No.4, pp. 380–394.
- ۲۲) Gursoy, D. & Rutherford, Dy. (2004) Host attitudes toward tourism: An improved structural modeling approach, *Annals of Tourism Research* Vol. 31, No. 3, pp. 495-516.
- ۲۳) Gursoy, Dogan. & Chi, Christina. & Dyer Pam. (2010). Local's attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia, *Journal of Travel Research*. Vol 49, No. 3, pp. 381–394.
- ۲۴) Gursoy, D. & Jurowski, C. & Uysal, M. (2002) Resident attitudes: A structural modeling approach, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, No.1, pp. 79–105.
- ۲۵) Jafari, J. (1990) Editor's page, *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, NO. 2, pp. 171.
- ۲۶) Ko, D.Wan. & Stewart, W. (2000) structural model of residents' attitude for tourism development, *Tourism Management*, Vol. 23, No.5, pp. 521–530.
- ۲۷) Kwan Fanny, vong. C. & McCarteney, G. (2005) Mapping resident perceptions of gaming impacts, *Journal of Travel Research*, Vol. 44, No.2, pp. 177–187.
- ۲۸) Lee Choong. K., (2010) Residents' perceptions of casino impacts: A comparative study, *Tourism Management*, Vol. 31, No. 2, pp. 189–201.
- ۲۹) Liu, J. & Var, T. (1986) Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii, *Annals of Tourism Research*, Vol. 13, No.2, pp. 193-214.
- ۳۰) Mohd Hafiz, H. & Mohd Raziff, J. & Muhammad, Izzat. Z. (2013) Local community attitude and support towards tourism development in tioman island, Malaysia, *Procedia - Social and Behavioral Sciences* Vol. 105, No. pp: ۷۹۲- ۸۰۰.
- ۳۱) Nunkoo, R. & Gursoy, D. (2012) Residents' support for tourism: An Identity Perspective, *Annals of Tourism Research*, Vol. 39, No. 1, pp. 243–268.
- ۳۲) Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2011) Developing a Community Support Model for Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38, No. 3, pp. 964–988.
- ۳۳) Nunkoo, R. & Smith Stephen, L.J. (2013) Political economy of tourism: Trust in government actors, political support, and their determinants, *Tourism Management*, Vol. 36, No. c, pp. 120–132.
- ۳۴) Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2010) Modeling community support for a proposed integrated resort project, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 18, No. 2, pp. 257–277
- ۳۵) Perdue, R. & Long, P. & Allen, L. (1990), Resident support for tourism development, *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, No.4, pp. 586-599.
- ۳۶) Sirgy, J. & Cornwell, T. (2001) Further validation of the Sirgy et al s measure of community quality of life', *Social Indicators Research*, Vol. 56, No.2, PP. 125–143.
- ۳۷) Sirgy, J. (2000) A method for assessing residents' satisfaction with community-based services: A quality-of-life perspective, *Social Indicators Research*, Vol. 49, No.3, pp. ۳۷۹–۳۱۶.
- ۳۸) Van, Es. & Judy, S. (1983) Age relates positively to community satisfaction: Some explanations and implications, *Community Development*, Vol. 14, No. 1, pp. 31–38.
- ۳۹) Vargas, S. (2009) Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community, *Journal of Travel Research*, Vol. 47, No. 3, pp. 373-387.
- ۴۰) Wall, G. (1997) Rethinking impacts of tourism. In *Tourism Development*, Edditors: C. Cooper, B. Archer, and S. Wanhill, pp. 1–10. Chichester, John Wiley and Sons.
- ۴۱) Yoon, Y. & Gursoy, D. & Chen, Joseph. S. (2001) validating a tourism development theory with structural equation modeling, *Tourism Management* Vol. 22, No. 4, pp. 363-۳۷۲.