

رابطه تعلق اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه گردشگری پایدار: نقش میانجی اثرات ادراک شده

علی اکبر امین بیدختی*

سکینه جعفری**

وحیدرضا فرهادی***

چکیده

هدف این پژوهش، رابطه تعلق اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات ادراک شده در جامعه محلی کاشان بوده است. شرکت کنندگان ۲۰۰ نفر از مردم محلی بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. همه آنها مقیاس‌های تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی، منافع و هزینه‌های درک شده و حمایت برای توسعه گردشگری پایدار را تکمیل کردند. داده‌ها با مدل تحلیل مسیر با استفاده از نرم‌افزار LISREL تحلیل شده است. یافته‌ها نشان داد که مشارکت اجتماعی به طور مستقیم بر توسعه گردشگری پایدار اثر مستقیم دارد. تعلق اجتماعی به طور غیر مستقیم با میانجی منافع ادراک شده بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر دارد. همچنین، منافع ادراک شده بر توسعه گردشگری پایدار اثر مستقیم دارد. و نیز هزینه‌های ادراک شده بر توسعه گردشگری پایدار اثر مستقیم و منفی دارد.

واژگان کلیدی: تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی، منافع و هزینه‌های درک شده، توسعه گردشگری پایدار.

* دانشیار دانشکده اقتصاد، مدیریت و امور اداری، دانشگاه سمنان، ایران

** دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی دانشگاه سمنان، ایران (نویسنده مسئول) sjafari.105@gmail.com

*** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی - برنامه ریزی دانشگاه گردشگری سمنان، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۰/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۲/۷/۱۴

مقدمه

اخیراً با کاهش یافتن صنایع سنتی و قدیمی مانند صنایع روستایی، صنایع ماهیگیری روستایی، صنایع قبایل بومی و... برخی از جوامع به دنبال یافتن راهی جایگزین هستند تا به وسیله آن بتوانند منابع اقتصادی را برای توسعه جامعه محلی تقویت کنند (وانگ، یانگ، چن، یانگ و لای^۱، ۲۰۱۰). از سوی دیگر امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از صنایع مهم توسعه پایدار در هر جامعه‌ای محسوب می‌شود، که از تحرک بالایی در تغییرات اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، شهری و محیطی برخوردار است (رامکیسون و نانکو^۲، ۲۰۰۸). و به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح ملی می‌تواند رهیافتی برای توسعه پایدار در قلمرو محلی و ملی به شمار آید (احمدی و اعتمادی، ۱۳۹۰).

نقش توسعه گردشگری در پایداری اقتصاد محلی بطور گسترده برای همگان شناخته شده است. قابلیت این صنعت برای ایجاد درآمد و اشتغال‌زایی عنصری که می‌تواند توسعه را دستخوش تغییر کند (اندریوتیس و واقان^۳، ۲۰۰۳). به طوری که پژوهشگران دیگر نیز اخیراً بیان داشته‌اند که با کاهش یافتن صنایع سنتی و قدیمی، بعضی از اجتماعات به دنبال یافتن راهی جایگزین‌اند تا بوسیله آن بتوانند منابع اقتصادی را برای توسعه جامعه محلی تقویت کنند (لیپ^۴، ۲۰۰۷؛ تی و کابانبان^۵، ۲۰۰۷؛ وانگ و همکاران، ۲۰۱۰). برخی نیز معتقدند گردشگری مناسب‌ترین گزینه برای توسعه بوده است، به دلیل اینکه گردشگری می‌تواند منافع اقتصادی بالایی را برای ساکنان محلی (برامول و لان^۶، ۱۹۹۳؛ محمداگلو^۷، ۲۰۰۱؛ آدریان پالمر، نیکول کونینگ لویس، لیزالینور، مدی جانز^۸، ۲۰۱۳) توسعه مقاصد میزبان (پو و باصر^۹، ۲۰۰۶؛ محمداگلو و الینگسن^{۱۰}، ۲۰۰۵) و یک تجربه کیفی و شناخت وسیعی را برای بازدیدکننده فراهم کند (لیپ، ۲۰۰۷؛ شرستا، استین و کلارک^{۱۱}، ۲۰۰۷؛ لی^{۱۲}، ۲۰۰۹). اما آنچه از نظر دور مانده و قابل طرح است نقش مردم

1. Wang, Yang, Chen, Yang & Li
2. Ramkissoon & Nunkoo
3. Andriotis & Vaughan
4. Lepp
5. Teh & Cabanban
6. Bramwell & Lane
7. Mehmetoglu
8. Adrian Palmer, Nicole Koenig lewis, Lisa Elinor & Medi jones
9. Boo & Busser
10. Ellingsen
11. Shrestha, Stein, & Clark
12. Lee

در توسعه‌ی این صنعت است. مشارکت مردمی به عنوان یکی از شاخص‌های توسعه‌ی سیاسی و مظاهر دموکراسی به شکل حضور پر شور مردم در انتخابات و سایر فعالیت‌های اجتماعی مورد توجه است. بدون شک و بر اساس پژوهش‌های انجام شده این مشارکت و حمایت مردم می‌تواند یکی از مهمترین عوامل توسعه‌ی گردشگری نیز قلمداد شود (جیان - نیاپان، دارتس بی مورایس، لوراین داولر^۱، ۲۰۰۶؛ رابین نانکو^۲، ۲۰۱۰؛ دنی یل اسپنسر، کریستیان نسیاه^۳، ۲۰۱۳). مشارکتی که تاکنون مغفول مانده و باید آنرا حلقه مفقوده توسعه‌ی این صنعت دانست.

در گردشگری به عنوان فعالیتی خدمت‌مندی و انسان محور، نباید از نقش سازنده مردم برای توسعه‌ی غافل ماند. نگاه به مردم در این صنعت نباید صرف نگاه به عنوان مصرف کننده باشد و اینکه تنها گروه خاصی از جامعه عهده‌دار تولید و عرضه هستند. باید مردم را در توسعه‌ی این صنعت و تصمیم‌سازی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها وارد نمود تا در اجرای برنامه‌ها مشارکت داشته و با مشکلات، موانع و مزایای حاصل از این صنعت به خوبی آشنا شوند. در میان عوامل و عناصر مختلف در توسعه‌ی این صنعت، مشارکت مردم باید به عنوان محور و شاخص توسعه‌ی در نظر گرفته شود. گردشگری جامعه محور^۴ با توسعه‌ی پایدار و حفاظت محیطی مرتبط است، سبک زندگی ساکنان جامعه میزبان ممکن است که بر تغییرات ساختاری که در صنعت گردشگری رخ می‌دهد اثرگذار باشد، بطوری که در نتایجی به دست آمده، صنعت گردشگری باعث تغییراتی در اقتصاد محلی (دنی - یل اسپنسر و همکاران، ۲۰۱۳)؛ تغییرات اجتماعی (آدریان پالمر و همکاران، ۲۰۱۳)؛ تغییرات فرهنگی (دوگان گارسوی، دنی رادرفورد^۵، ۲۰۰۴؛ نانکو و رامکیسون^۶، ۲۰۱۱) و تغییرات زیست محیطی (اویدو، کاستلانوردوگو و مارتین رایز^۷، ۲۰۰۸) شده است.

جامعه‌ای که برنامه‌ریزی و استفاده از گردشگری را به عنوان یک مفهوم جایگزین که تقویت کننده‌ی توسعه‌ی اقتصادی آن جامعه است طراحی می‌نماید، باید گردشگری پایدار را، توسعه‌ی دهد که با شرایط، نیازها و تقاضای ساکنان آن منطقه مطابق باشد (پاسکو و راتز^۸، ۲۰۰۰، اتسوکو اوکازاکی^۱، ۲۰۰۸). توسعه‌ی گردشگری پایدار بدون

1. Gyan, Nyaupane, Duarte, Morais & Lorraine Dowler
2. Robin Nunkoo
3. Daniel, Spencer & Christian Nsiah
4. Community-based tourism
5. Denney & Rutherford
6. Nunkoo & ramkissoon
7. Oviedo-Garcia.Castllano-Verdugo & Martin-Ruiz
8. Puczko & Ratz

حمایت و مشارکت جامعه میزبان مشکل است (فالون و کرایوکن^۲، ۲۰۰۳؛ گارسوی و رادرفورد^۳، ۲۰۰۴؛ نیکولاس، تاپا و کو^۴، ۲۰۰۹؛ رابین نانکو و همکاران، ۲۰۱۰)، زیرا ساکنان جامعه برای شناسایی منافع یا هزینه درک شده خود باید اهمیت اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را از دیدگاه خود ارزش گذاری کنند (یون، گارسوی و چن^۵، ۲۰۰۱؛ گارسوی و همکاران، ۲۰۰۴؛ گارسوی، چای ودی یر^۶، ۲۰۱۰؛ نانکو و رامکیسون^۷، ۲۰۱۱) بر این اساس اگر ساکنان جامعه میزبان احساس کنند که بدون متحمل شدن هزینه‌های گزاف، سود کسب می‌کنند، احتمال موافقت و تبادل با بازدیدکنندگان و همچنین حمایت از توسعه‌ی گردشگری جامعه محور افزایش می‌یابد (گارسوی و همکاران، ۲۰۰۴).

بنابراین حمایت ساکنین از توسعه‌ی گردشگری پایدار یک فاکتور اساسی برای توسعه‌ی اجتماعات در حال توسعه بشمار می‌آید. درک و شناخت قبلی از حمایت ساکنان محلی برای توسعه‌ی گردشگری پایدار می‌تواند به ارتقای توسعه‌ی گردشگری پایدار کمک کند، زیرا جوامع می‌توانند این نمونه‌ها را برای پیش‌بینی سطح حمایت ساکنانشان از توسعه‌ی گردشگری پایدار امتحان کنند. عواملی که بر حمایت ساکنان محلی در توسعه‌ی گردشگری پایدار مؤثر هستند، بطور ممتد توسط پژوهشگران متعددی مطالعه شده است. اگرچه تحقیقات قبلی بطور اصولی ارتباط بین حمایت از توسعه‌ی گردشگری پایدار و اثرات درک شده‌ی آنرا بررسی کرده‌اند، اما مطالعه‌ی مشارکت و تعلق اجتماعی در بین ساکنان ملل شرقی به ویژه ایران که دارای پتانسیل‌های گردشگری فراوانی است، به طور محدود مورد پژوهش قرار گرفته است. با توجه به اوصاف ذکر شده و پرکردن این شکاف تحقیقاتی و بررسی اهمیت نقش مشارکت و تعلق اجتماعی در موفقیت جامعه محلی در راستای دستیابی به توسعه‌ی گردشگری پایدار و همچنین ایجاد شرایط مطلوب در توسعه‌ی جامعه محلی، در این پژوهش به رابطه بین تعلق اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه‌ی گردشگری پایدار و نقش میانجی اثرات ادراک شده (هزینه و فایده) پرداخته شده است.

1. Etsuko okazaki
2. Fallon & Kriwoken
3. Gursoy and rutherford
4. Thapa & Ko
5. Yoon, Gursoy & Chen
6. Gursoy, Chi and Dyer
7. Nunkoo and ramkissoon

مرور مبانی نظری

هدف از مرور مبانی نظری تبیین و توصیف بهتر توسعه‌ی گردشگری پایدار و پیامدهای است. از این رو، در ادامه مفاهیم تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی، اثرات ادراک شده و توسعه‌ی گردشگری پایدار بسط داده شده است.

تعلق اجتماعی

از یک سوی مفهوم حس تعلق اجتماعی را می‌توان وابستگی به اجتماع یا گروهی معین تعریف کرد. به عبارت دیگر، کسی که حس تعلق و تعهد دارد، عضو جدایی‌ناپذیر گروه است (کوتابا و تامی^۱، ۲۰۱۰ به نقل از مبارکی و صلاحی، ۱۳۹۲). از سوی دیگر در ارتباط با توسعه جامعه‌ی محلی، بحث آزادی و احساس تعلق همه‌ی افراد آن مطرح است. مفهوم آزادی و احساس تعلق، کلیدی برای یک اجتماع محلی سالم به شمار می‌رود. اگر اجتماع محلی بسته باشد تعلق به آن معنی ندارد، و علاوه بر آن بدون حس تعلق مکانی، شهروندی نیز معنایی ندارد. بر این اساس بین اثرات تعلقات اجتماعی مردم و اهداف معنادار و خاصی که آنها دارند یک رابطه روانشناسانه وجود دارد (تامسون، مک کینز، و پارک^۲، ۲۰۰۵؛ فانک و جامز^۳، ۲۰۰۶). تعلق اجتماعی می‌تواند به عنوان یک مشارکت اجتماعی و ادغام در زندگی اجتماعی مورد توجه قرار بگیرد و یک پیوند مؤثر یا یک ارتباط عاطفی بین یک اجتماع منفرد خاص یا ویژه ایجاد کند (مک کول و مارتین^۴، ۱۹۹۴). بنابراین تعلق اجتماعی بازتابی از ریشه کن کردن اجتماع منفرد و افزایش احساس تعلق به یک جامعه است. همچنین تعلق اجتماعی یک فرایند چند سطحی روانشناسی است که منعکس کننده‌ی رفتار شناختی و عاطفی در محدوده‌ی نگرش شخصی یک فرد است احساس تعلق اجتماعی به مردم کمک می‌کند تا احساس مسئولیت بیشتری به جامعه داشته و در پیشرفت جامعه خود را سهم بدانند و همچنین این حس به ظرفیت‌سازی جامعه از طریق قادر ساختن مردم به حس ارتباط داشتن و انگیزه داشتن برای زندگی بهتر با ایجاد تعاون و همکاری با هم در جهت اهداف مشترک جامعه (مانند توسعه‌ی گردشگری) کمک می‌نماید (کایل، موون و تارنت^۵، ۲۰۰۴). با توجه به اوصاف ذکر شده می‌توان تعلق اجتماعی جامعه‌ی

1. Qutaiba & Tamie
2. Thomson, Macinnis and Park
3. Funk & James
4. McCool & Martin
5. Kyle, Mowen & Tarrant

محلی را یک ساختار پیچیده برای ارزیابی نگرش‌های ساکنان جامعه‌ی میزبان نسبت به جامعه‌شان در راستای گردشگری دانست. برخی محققان معتقدند که تعلق اجتماعی به طور مستقیم و چشمگیری بر حمایت از توسعه‌ی گردشگری پایدار تأثیر گذار است (گارسوی و رادفورد، ۲۰۰۴). اخیراً، تعدادی از پژوهشگران نقش منافع و هزینه‌های درک شده به عنوان یک متغیر میانجی در ارزیابی نقش تعلق اجتماعی در پیش‌بینی کردن دقیق حمایت برای توسعه‌ی گردشگری پایدار را گزارش نموده‌اند (گارسوی و کندال، ۲۰۰۶؛ گارسوی و رادفورد، ۲۰۰۴، نیکولاس و همکاران، ۲۰۰۹). همچنین بعضی دیگر از پژوهشگران در پژوهش‌های خود به این نتیجه رسیده‌اند که تعلق اجتماعی به طور مثبت، مستقیم و چشمگیرانه بر منافع درک شده اثر گذارند و بنابراین اثرات غیر مستقیم روی حمایت جامعه میزبان برای توسعه‌ی گردشگری دارند (گارسوی و همکاران، ۲۰۰۹).

مشارکت اجتماعی

مشارکت یک مفهوم غنی است که عبارت است از: راه‌های متفاوت موجود برای مردم متفاوت در زمینه‌های متفاوت (وانگ^۱، ۲۰۰۶). گای^۲ مشارکت را فرآیندی غیرمتمرکز می‌داند که امکان توزیع منابع، فرصت‌ها، آموزش و قدرت تصمیم‌گیری در سطوح بزرگ و پایین را میسر می‌سازد تا مردم بتوانند نقشی بسیار مؤثر در توسعه ایفا کنند (وانگ، ۲۰۰۶). مشارکت اجتماعی محدوده‌ای که ساکنان در موضوعات مشترک زندگی‌شان در جامعه مشارکت دارند را توضیح می‌دهد. مشارکت جامعه می‌تواند به عنوان یک فاکتور اساسی در توسعه‌ی گردشگری پایدار محسوب شود (جونز^۳، ۲۰۰۵؛ لیپ^۴، ۲۰۰۷). همچنین مشارکت جامعه می‌تواند یک نقش مهم در توسعه‌ی گردشگری پایدار بازی کند، به خاطر اینکه مشارکت اجتماعی می‌تواند سطح جامعه را از طریق افزایش اثرات مثبت گردشگری و کاهش اثرات منفی آن در جامعه افزایش دهد. بنابراین مشارکت جامعه در گردشگری فرصت‌های زیادی برای ساکنان جامعه‌ی میزبان در راستای توسعه‌ی گردشگری پایدار فراهم می‌نماید (توسان^۵، ۲۰۰۶؛ سیمون^۶، ۲۰۰۸؛ اوکازاکی^۷، ۲۰۰۸).

1. Wang
2. Ghai
3. Jones
4. Lepp
5. Tosun
6. Simmons
7. Okazaki

اثرات ادراک شده

محققان بسیاری بر اساس تعریف زیثمال (۱۹۸۸) از اثرات ارزش درک شده، آن را این گونه تعریف کرده‌اند: اثرات ارزش درک شده به ارزیابی کلی مصرف کننده از مزایای خدمت (کالا) بر اساس ادراکشان از آنچه دریافت کرده‌اند و آنچه برای گرفتن آن خدمت داده‌اند، اطلاق می‌شود (جانکینگتون و گنجنارت^۱، ۲۰۱۲). با استناد به تئوری مبادله اجتماعی، ساکنان یک جامعه برای شناسایی منافع یا هزینه درک شده، باید اهمیت اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی را از دیدگاه خود ارزشگذاری کنند (نانکو و رامکیسون^۲، ۲۰۱۱). بر اساس این نظریه؛ اگر ساکنان جامعه میزبان احساس کنند که بدون متحمل شدن هزینه‌های گزاف، سود کسب می‌کنند، احتمال موافقت و تبادل با بازدیدکنندگان و همچنین حمایت از توسعه گردشگری پایدار افزایش می‌یابد. از طرف دیگر؛ اگر ساکنان جامعه میزبان احساس کنند که هزینه‌های توسعه گردشگری پایدار بیشتر از منافعش است، با این نوع از توسعه مخالفت می‌کنند (گارسوی و رادرفورد^۳، ۲۰۰۴). بر اساس نظریه تبادل اجتماعی؛ مطالعات تجربی گواه این است که منافع درک شده به طور معنادار و مستقیم بر حمایت از توسعه گردشگری تأثیرگذار است، در حالی که هزینه‌های درک شده به طور معنادار و غیر مستقیم بر حمایت از توسعه گردشگری تأثیرگذار است (کالتن برن، آندرسن، نلیمان، بجرک و تران^۴، ۲۰۰۸)، بطور وضوح منافع و هزینه‌های مشاهده شده جزء متغیرهای اولیه برای حمایت ساکنان از توسعه گردشگری پایدار هستند (گارسوی، چای ودی، ۲۰۱۰).

توسعه گردشگری پایدار

سازمان جهانگردی نخستین بار در سال ۱۹۸۸ اصطلاح گردشگری پایدار را این گونه تعریف کرد: گردشگری پایدار نیازهای گردشگران حاضر و جوامع میزبان را با محافظت و ارتقای فرصت‌های آیندگان برآورده می‌کند (جورج^۵، ۲۰۰۸). توسعه پایدار نیز شکل خاصی از توسعه گردشگری است که سیستم را قادر به حفظ بقا در سطح بالایی از کیفیت می‌سازد. گردشگری پایدار برای منع گردشگری طراحی نشده بلکه برای مدیریت

1. Jankingthong & Gonejanart
2. Nunkoo & Ramkissoon
3. Gursoy & Rutherford
4. Kaitenborn.Andersen.nellemann.Bjerk & Thrane
5. Georg

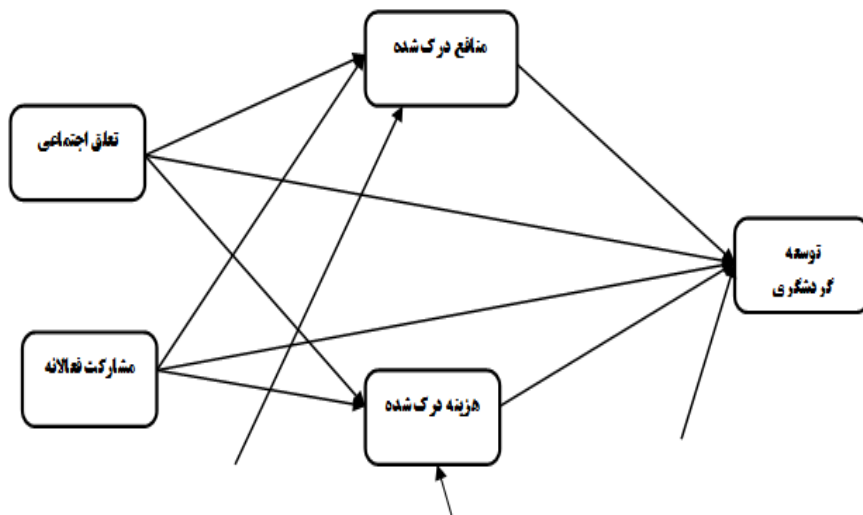
علاقه سه گروه ذی نفع شامل ساکنین، جوامع میزبان، گردشگران و دست اندرکاران صنعت گردشگری و به دنبال ایجاد تعادل بین توسعه‌ی و محافظت و به طور کلی به دنبال یافتن بهترین شکل از توسعه‌ی گردشگری برای یک ناحیه با توجه به فرهنگ و محیط زیست آن است (میلر و تونین^۱، ۲۰۰۵). صاحب‌نظران برای دستیابی به توسعه‌ی گردشگری پایدار پنج عنصر کلیدی را مطرح کردند که مشتمل است بر (۱) حفاظت و نگهداری از اصل منابع کنونی برای نسل‌های آینده؛ (۲) برقرار نگه داشتن زاینده‌گی اصل منابع؛ (۳) برقرار نگه داشتن تنوع زیستی و اقلیمی و اجتناب از تغییرات غیرقابل بازگشت؛ (۴) تضمین عدالت و تساوی بین نسل‌ها؛ (۵) برقرار نگه داشتن و حمایت از میراث فرهنگی و تاریخی محیط، منطقه یا کشور (ال. اجل، ۱۳۸۸؛ به نقل از نیک بین و کرمی، ۱۳۹۱).

در حوزه‌ی تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی و توسعه‌ی گردشگری پایدار پژوهش‌های نسبتاً زیادی انجام شده است. از جمله نتایج این پژوهش‌ها می‌توان به مواردی از آنها اشاره نمود. اثرات درک شده (هزینه‌ها و منافع درک شده) بر توسعه‌ی گردشگری پایدار تأثیر دارد (یون و همکاران، ۲۰۰۱؛ دوگان گارسوی، کلادیا جاروسکی^۲، ۲۰۰۲؛ دیر و همکاران، ۲۰۰۷). چندی از پژوهشگران دیگر به این نتیجه دست یافتند که تعلق اجتماعی بر توسعه‌ی گردشگری پایدار تأثیر معناداری دارد (تامسون، مک کینز، و پارک^۳، ۲۰۰۶؛ نیکولاس^۴، ۲۰۰۹؛ نانکو و رامکیسون^۵، ۲۰۱۱). همچنین مشارکت و حمایت مردم محلی بر گردشگری پایدار تأثیر مستقیم دارد (دانگ وانیو و استوارت^۶، ۲۰۰۲؛ جونز^۷، ۲۰۰۵).

با توجه به آنچه مطرح گردید و بررسی پیشینه پژوهش مشخص می‌گردد که هر چند تاکنون پژوهش‌های متعددی در زمینه متغیرهای تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی با توسعه‌ی گردشگری پایدار صورت گرفته است، اما تاکنون پژوهشی که به صورت همزمان به رابطه تعلق اجتماعی، مشارکت اجتماعی با توسعه‌ی گردشگری پایدار و نقش میانجی اثرات ادراک شده (فایده و هزینه) پردازد، صورت نگرفته است. لذا پژوهش حاضر با توجه به مورد اشاره شده، پژوهش حاضر مدلی از روابط بین تعلق اجتماعی و مشارکت

-
1. Miller & Twining
 2. Dogan Gursoy, Claudia & Jurowski
 3. Thomson, Macnnis & Park
 4. Nicholas
 5. Nunkoo and Ramkisso on
 6. Dongwanyo & Stewart
 7. Jones

اجتماعی با توسعه گردشگری پایدار را در نظر گرفته شده است. در مدل مفهومی ارائه شده مشارکت و تعلق اجتماعی به عنوان متغیر برونزاد بر توسعه گردشگری پایدار اثر مستقیم دارند. همچنین، منافع و هزینه‌های ادراک شده در رابطه مشارکت اجتماعی و تعلق اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار نقش میانجی ایفا می‌کنند (شکل ۱).



شکل ۱: مدل مفهومی تأثیر تعلق اجتماعی و مشارکت فعالانه بر توسعه گردشگری پایدار با واسطه منافع و هزینه درک شده

در راستای هدف پژوهش و با توجه به مدل مفهومی و مبانی تئوریک ذکر شده فرضیه‌های زیر مطرح و آزمون شد:

۱. تعلق اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر مستقیم دارد.
۲. مشارکت اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر مستقیم دارد.
۳. منافع درک شده بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر مستقیم دارد.
۴. هزینه‌های درک شده بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر مستقیم دارد.
۵. تعلق اجتماعی با واسطه منافع و هزینه‌های درک شده بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر غیر مستقیم دارد.
۶. مشارکت اجتماعی با واسطه منافع و هزینه‌های درک شده بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر غیر مستقیم دارد.

روش‌شناسی

شرکت کنندگان

مطالعه حاضر از نوع همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مردم محلی کاشان بوده است. با توجه به مسیرهای فرض شده تعداد ۱۴ پارامتر (۶ پارامتر در ماتریس گاما، ۲ پارامتر در ماتریس بتا، ۳ پارامتر در ماتریس فای و ۳ پارامتر در ماتریس سای) باید برآورد شود. به این ترتیب، حجم نمونه باید حداقل ۵ تا ۵۰ برابر پارامترها مورد نظر باشد (میولر، ۱۳۹۰). به صفت یا مشخصه‌ای در مورد جامعه که مجهول است و قصد بررسی و محاسبه آنرا داریم پارامتر گفته می‌شود. براین اساس، نمونه‌ای به حجم ۲۰۰ نفر در نظر گرفته شد. شرکت کنندگان ۲۰۰ نفر از مردم محلی بودند که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. در نمونه‌گیری خوشه‌ای در مرحله ابتدایی باید از بین خوشه‌های تشکیل دهنده جامعه یا جمعیت مورد بررسی تعدادی خوشه را انتخاب کنیم. نحوه انتخاب خوشه‌ها می‌تواند تصادفی ساده یا منظم باشد. پس از انتخاب خوشه‌های مورد نظر وارد مرحله بعدی این نوع نمونه‌گیری می‌شویم. در این مرحله دو انتخاب اساسی داریم. در انتخاب اول کلیه اعضای خوشه‌های منتخب را مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهیم. به عبارت دیگر کلیه اعضای خوشه به عنوان حجم نمونه مطالعه در نظر گرفته می‌شوند به این شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای، نمونه‌گیری خوشه‌ای یک مرحله‌ای^۱ اطلاق می‌گردد. در انتخاب دوم از بین کلیه اعضای خوشه یا خوشه‌های انتخاب شده تعدادی از اعضا به شیوه تصادفی ساده یا منظم انتخاب می‌گردند به عبارت دیگر در این حالت در داخل خوشه‌ها نمونه‌گیری انجام می‌دهیم که به این شیوه، نمونه‌گیری خوشه‌ای دو مرحله‌ای^۲ می‌گویند. در این پژوهش به منظور انتخاب نمونه پژوهش، از نمونه‌گیری خوشه‌ای دو مرحله‌ای استفاده شده است. در این راستا ابتدا شهر کاشان به محله‌های ۶ گانه تقسیم‌بندی شد. در مرحله بعد ۳۰٪ از محله‌ها به صورت تصادفی انتخاب شدند و پس از آن ۳۰٪ مردم محله‌های منتخب، به عنوان نمونه پژوهش انتخاب و ابزارهای پژوهش را تکمیل و عودت دادند.

ابزارهای اندازه‌گیری

1. Single stage cluster sampling
2. Double/ two stage cluster sampling

در پژوهش حاضر برای احراز روایی از روش تحلیل همسانی درونی گویه و برای اعتباریابی از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. در بررسی «پایایی» هدف این است که بدانیم ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می‌دهد. به بیان دیگر اگر ابزار اندازه‌گیری را در یک فاصله زمانی کوتاه چندین بار به یک گروه واحدی از افراد بدهیم نتایج حاصل نزدیک به هم خواهد بود؟ به عبارت دیگر، «همبستگی میان یک مجموعه از نمرات و مجموعه دیگری از نمرات در یک آزمون معادل که به صورت مستقل بر یک گروه آزمودنی به دست آمده است» چقدر است. برای اندازه‌گیری پایایی غالباً از شاخصی به نام «ضریب پایایی» استفاده می‌کنیم. دامنه ضریب پایایی از صفر تا +۱ است. ضریب پایایی صفر معرف عدم پایایی و ضریب پایایی یک معرف پایایی کامل است. در این پژوهش از ضریب آلفای کرونباخ برای اعتباریابی مقیاس‌ها استفاده شده است. شرط پذیرش پایایی، بالاتر بودن مقدار آزمون از $0/70$ می‌باشد.

مقصود از روایی این است که آیا ابزار اندازه‌گیری موردنظر می‌تواند ویژگی و خصوصیتی که ابزار برای آن طراحی شده است را اندازه‌گیری کند یا خیر؟ به عبارت دیگر مفهوم روایی به این سؤال پاسخ می‌دهد که ابزار اندازه‌گیری تا چه حد خصیصه مورد نظر را می‌سنجد. در این پژوهش به منظور سنجش روایی مقیاس‌ها از روش تحلیل همسانی درونی گویه استفاده شده است، بر این اساس ضریب گویه‌های هر مقیاس با نمره کل مقیاس مربوط به خود محاسبه گردید که نتایج آن به صورت کمترین و بیشترین ضریب همبستگی گویه‌ها در مقیاس‌های مربوطه، گزارش شده است.

الف) مقیاس تعلق اجتماعی: در این پژوهش از مقیاس تعلق اجتماعی (یوکسل و بلیم، ۲۰۱۰) استفاده شده است که مشتمل بر ۱۱ گویه است و به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. اعتبار ابعاد این مقیاس توسط هانگ لی^۱ (۲۰۱۳) به روش آلفای کرونباخ $0/93$ گزارش شده است. در این پژوهش ضریب آلفای کرونباخ مقیاس تعلق اجتماعی $0/84$ محاسبه شده است. دامنه همبستگی گویه‌ها با نمره کل $0/72 - 0/30$ بوده است.

ب) مقیاس مشارکت اجتماعی: به منظور اندازه‌گیری مشارکت اجتماعی از مقیاس مشارکت اجتماعی (هانگ لی، ۲۰۱۳) مبتنی بر مدل (نیکلاس، تاپا و کو، ۲۰۰۹؛ توسان، ۲۰۰۶) استفاده شده است که مشتمل بر ۵ گویه می‌باشد و به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. اعتبار این مقیاس توسط هانگ لی (۲۰۱۳) به روش آلفای کرونباخ (۰/۹۰) گزارش شده است. در این پژوهش از مقیاس مشارکت اجتماعی با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۶ استفاده شده است. دامنه همبستگی گویه‌ها با نمره کل ۰/۸۲-۰/۴۶ به دست آمد.

ج) مقیاس اثرات ادراک شده: در این پژوهش با توجه به هدف پژوهش از مقیاس اثرات ادراک شده (هانگ لی، ۲۰۱۳) شامل زیر مقیاس‌های منافع درک شده و هزینه‌های درک شده استفاده شده است. این مقیاس مشتمل بر ۱۴ گویه است که ۱۰ گویه آن منافع درک شده و ۴ گویه هزینه‌های درک شده را می‌سنجد و به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. ضریب آلفای کرونباخ منافع درک شده (۰/۹۴) و هزینه‌های درک شده (۰/۸۰) توسط (هانگ لی، ۲۰۱۳) گزارش شده است. در این پژوهش از زیر مقیاس‌های منافع درک شده و هزینه‌های درک شده به ترتیب با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۲ و ۰/۷۰ استفاده شده است. دامنه همبستگی گویه‌های منافع درک شده و هزینه‌های درک شده با نمره کل به ترتیب ۰/۷۸-۰/۴۱ و ۰/۷۵-۰/۶۲ به دست آمد.

د) مقیاس توسعه‌ی گردشگری پایدار: از مقیاس توسعه‌ی گردشگری پایدار، هانگ لی (۲۰۱۳) استفاده شد. این مقیاس مشتمل بر ۶ گویه است که به صورت طیف لیکرت پنج گزینه‌ای از کاملاً مخالفم (۱) تا کاملاً موافقم (۵) درجه‌بندی شده است. هانگ لی (۲۰۱۳) ضریب آلفای ۰/۷۰ را برای این مقیاس گزارش کرده است. ضریب آلفای محاسبه شده در این پژوهش برابر با ۰/۷۹ است. دامنه همبستگی گویه‌ها با نمره کل ۰/۸۶-۰/۴۶ به دست آمد.

روش تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌ها از بسته‌بندی آماری برای تحلیل داده‌های علوم اجتماعی نسخه ۱۹^۱ و نرم افزار روابط خطی ساختاری نسخه ۸/۵۴^۲ استفاده شده است. شاخص‌های توصیفی شامل میانگین، انحراف استاندارد و ضرایب همبستگی محاسبه شد. روابط فرضی ساختاری با مدل تحلیل مسیر آزمون شده است. و شاخص‌های برازندگی مدل نهایی گزارش شده است.

یافته‌ها

برای تعیین میانگین متغیرهای تعلق اجتماعی؛ مشارکت اجتماعی؛ منافع درک شده؛ هزینه‌های درک شده و توسعه‌ی گردشگری پایدار از آمار توصیفی میانگین، انحراف استاندارد و ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش استفاده شد (جدول ۲). در جامعه محلی مورد مطالعه میانگین تعلق اجتماعی ($M = 3/36$) در یک بازه ۵ درجه‌ای نشان می‌دهد که شرکت کنندگان تعلق اجتماعی را در سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. الگوی مشابهی در مورد مشارکت اجتماعی مشاهده می‌شود. میانگین ابعاد اثرات ادراک شده در بعد منافع و هزینه‌ها نشان می‌دهد که به طور متوسط منافع ادراک شده در مقایسه با هزینه‌های ادراک شده بیشتر وجود دارد. رابطه توسعه‌ی گردشگری پایدار با مشارکت در گردشگری ($r = 0.53, p < .001$) و منافع درک شده ($r = 0.26, p < .001$) مثبت است اما با هزینه‌های درک شده رابطه منفی دارد ($r = -0.22, p < .001$). تعلق اجتماعی با منافع درک شده رابطه مثبت و با هزینه درک شده رابطه منفی دارد. همچنین مشارکت در توسعه با منافع درک شده رابطه مثبت دارد. برای آزمون مدل فرضی این مطالعه الگوی روابط همبستگی بین متغیرها در نظر گرفته شد. نخست کشیدگی و چولگی تک متغیری و چند متغیری بررسی شد. یافته‌ها حاکی از آن است که فرض توزیع نرمال چند متغیری در داده‌ها صادق است. به این ترتیب، شاخص‌های برازش مدل فرضی بررسی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که مدل فرضی یک مدل فرا شناسا^۳ است. به این معنا که تعداد پارامترهای قابل برآورد مدل بیشتر از تعداد واریانس-کوواریانس‌های مشاهده شده است ($p > c$). از این رو برای بررسی برازندگی مدل فرضی ضرایب مسیر و معناداری آنها بررسی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد اثر مستقیم تعلق اجتماعی بر توسعه‌ی گردشگری پایدار

1. Statistical Package for the Social Sciences (SPSS V19)
2. Linear Structural Relations (LISREL V8.54)
3. Over-identification

ادراک شده معنادار نیست ($\gamma_{11} = 1.07, p > .05$) همچنین، اثر مستقیم تعلق اجتماعی بر هزینه‌های ادراک شده معنادار نیست ($\gamma_{12} = 0.697, p > .05$).

نتایج به دست آمده حاکی از آن است که گرچه در مدل فرضی اولیه، فرض بر این بود که تعلق اجتماعی بر توسعه‌ی گردشگری پایدار اثر مستقیم دارد، اما چنین فرضی در جامعه محلی کاشان احتمالاً فرض متناسبی نیست. این یافته ممکن است به این دلیل باشد که افراد محلی آزادی عمل زیادی در توسعه‌ی گردشگری پایدار ندارند و مورد حمایت قرار نمی‌گیرند. همچنین می‌تواند ناشی از عدم وابستگی اجتماعی و پیوند اجتماعی بین افراد باشد. همچنین فرض اولیه بر این مبنا بود که تعلق اجتماعی بر توسعه‌ی گردشگری پایدار اثر مستقیم دارد، اما در آزمون مدل این فرض تأیید نشد، علت دستیابی به چنین نتیجه‌ای در جامعه محلی قلمرو پژوهش را می‌توان به وضعیت اقتصادی افراد و این نگرش که صرف هزینه در مواردی غیر از خانواده و برای افراد محلی دیگر بی‌فایده است، دانست.

جدول ۲ میانگین، انحراف استاندارد، همبستگی و ضرایب اعتبار متغیرهای پژوهش

متغیرها	میانگین	انحراف استاندارد	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)
۱. منافع درک شده	۳/۶۵	۰/۷۶	۰/۸۴				
۲. هزینه درک شده	۲/۹۷	۰/۷۹	۰/۱۱	۰/۷۶			
۳. توسعه‌ی گردشگری پایدار	۳/۷۰	۰/۸۷	۰/۵۳**	-۰/۲۰**	۰/۸۲		
۴. تعلق اجتماعی	۳/۳۶	۰/۷۵	۰/۲۶**	۰/۱۵*	۰/۲۳**	۰/۷۰	
۵. مشارکت اجتماعی	۳/۲۸	۰/۷۶	۰/۲۲**	-۰/۲۳**	۰/۳۲**	۰/۱۴*	۰/۷۹

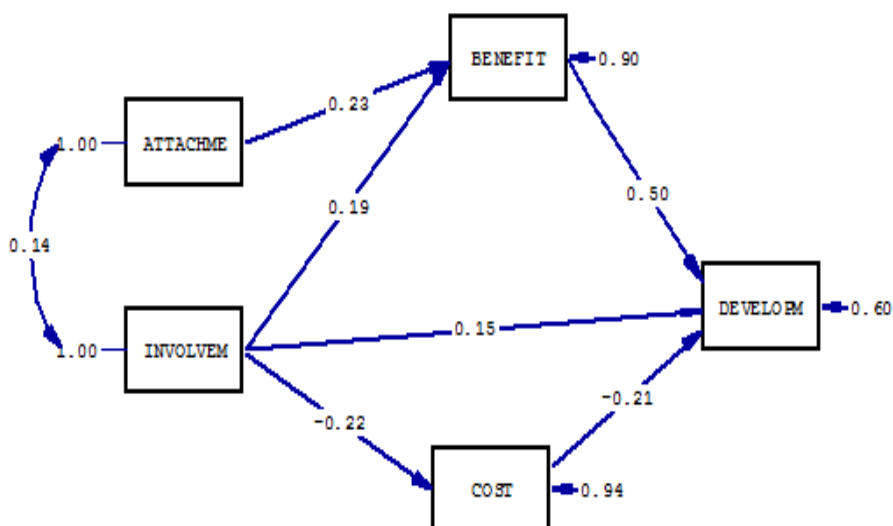
*. ضرایب اعتبار بر روی قطر فرعی ماتریس پائین مثلثی قرار دارند $P < 0.05$ ** $P < 0.001$

به منظور اصلاح مدل، مسیرهای غیرمعنادار از مدل حذف شدند و برازندگی داده - مدل بررسی شد. مدل اصلاح شده نهایی در شکل ۲ گزارش شده است. بررسی شاخص‌های برازش مدل حاکی از آن است که مدل نهایی، برازش نسبتاً مطلوبی با داده‌ها دارد (جدول ۳). اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل در جدول شماره ۴ گزارش شده است. در مدل نهایی در حالیکه مشارکت اجتماعی بر توسعه‌ی گردشگری اثر مستقیم دارد، تعلق اجتماعی بر توسعه‌ی گردشگری پایدار با میانجی‌گری منافع ادراک شده اثر غیر مستقیم دارد. منافع ادراک شده در رابطه ساختاری مشارکت اجتماعی و توسعه‌ی گردشگری

پایدار اثر غیر مستقیم دارد. هزینه‌های ادراک شده در رابطه ساختاری مشارکت اجتماعی و توسعه گردشگری پایدار اثر غیر مستقیم ندارد. یافته دیگر آن است هزینه‌های ادراک شده در رابطه ساختاری تعلق اجتماعی و توسعه گردشگری پایدار اثر غیر مستقیم ندارد، اما بر توسعه گردشگری پایدار اثر مستقیم دارد. از بین مؤلفه‌های منافع و هزینه‌های ادراک شده و مشارکت جامعه محلی بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر دارد.

جدول ۳. شاخص‌های برازندگی مدل نهایی اصلاح شده

شاخص	دامنه مورد قبول	مقدار	نتیجه
X^2	$P > 0/05$	۷/۰۴۴	تأیید
df	-	۲	-
X^2/df	۳-۵	۳/۵۲	تأیید
RMSEA	$RMSEA \leq 0/08$	۰/۰۸	تأیید
CI (90%)RMSEA	۱.۰ Up to	۰/۰۷۰ - ۰/۳۰	تأیید
GFI	$GFI > 0/90$	۰/۹۸	تأیید
AGFI	$GFI > 0/90$	۰/۸۰	رد
NFI	$NFI > 0/90$	۰/۹۵	تأیید
CFI	$CFI > 0/90$	۰/۹۵	تأیید
IFI	$IFI > 0/90$	۰/۹۶	تأیید



شکل ۲ مدل نهایی اثر تعلق و مشارکت بر توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی منافع و هزینه‌ها
*ضرایب استاندارد گزارش شده‌اند (همه ضرایب در سطح ۵ درصد معنادار هستند)

جدول ۴. اثر مستقیم، غیر مستقیم و کل تعلق، مشارکت، منافع و هزینه‌ها بر توسعه گردشگری پایدار

اثر	مسیر	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کل
	تعلق اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار	-	۰/۱۱۵	۰/۱۱۵*
برونزاد بر درونزاد	مشارکت اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار	۰/۱۵*	۰/۱۶*	۰/۳۱**
	تعلق اجتماعی بر منافع درک شده	۰/۱۹*	-	۰/۱۹*
	مشارکت اجتماعی بر هزینه درک شده	-۰/۲۲**	-	-۰/۲۲**
درونزاد	منافع درک شده بر توسعه گردشگری پایدار	۰/۵۰**	-	۰/۵۰**
بر درونزاد	هزینه درک شده بر توسعه گردشگری پایدار	-۰/۲۱*	-	-۰/۲۱*

**P<۰/۰۰۱ *P<۰/۰۵

*ضرایب متریک گزارش شده اند

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری روستایی مناسب‌ترین گزینه برای توسعه‌ی منابع روستایی بوده است، به دلیل اینکه گردشگری می‌تواند منافع اقتصادی بالایی را برای ساکنان محلی، توسعه‌ی مقاصد میزبان و یک تجربه کیفی و شناخت وسیعی را برای بازدیدکننده فراهم کند. اما آنچه که نباید از نظر دور بماند نقش مردم در توسعه‌ی این صنعت است. بر این اساس باید مردم را در توسعه‌ی این صنعت و تصمیم‌سازی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها وارد نمود تا در اجرای برنامه‌ها مشارکت داشته و بستری برای توسعه‌ی گردشگری پایدار فراهم گردد. در این مطالعه با توجه به نقش تعلقات و مشارکت اجتماعی، یک مدل فرضی از رابطه تعلقات اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه‌ی گردشگری پایدار تدوین شد و نقش میانجی اثرات ادراک شده در رابطه بین آنها برجسته گردید.

نخستین یافته‌ی این پژوهش حاکی از آن است که از نظر مردمان محلی کاشان، مشارکت اجتماعی به طور مستقیم بر توسعه‌ی گردشگری پایدار اثر ساختاری دارد. این یافته با مطالعات قبلی همسو است (فالون و همکاران، ۲۰۰۳؛ گارسوی و همکاران، ۲۰۰۴؛ جونز، ۲۰۰۵؛ جیان - نیپان و همکاران، ۲۰۰۶؛ اتسوکو اوکازاکی، ۲۰۰۸؛ نیکولاس و همکاران، ۲۰۰۹؛ رایین نانکو و همکاران، ۲۰۱۰؛ آدریان پالمر و همکاران، ۲۰۱۳). پژوهشگران هدف عینی مشارکت جامعه محلی را افزایش توسعه‌ی گردشگری پایدار در کوتاه مدت و بلند مدت می‌دانند و مشارکت جامعه را به عنوان یک عامل اساسی در توسعه‌ی گردشگری پایدار می‌دانند (جونز، ۲۰۰۵؛ لیپ، ۲۰۰۷). به عبارت دیگر وجود مشارکت جامعه محلی انعکاسی از افزایش توسعه‌ی گردشگری پایدار در محیط‌های متفاوت و چگونگی واکنش آن به تغییرات در شرایط و موقعیت‌های مختلف است. بنابراین، بدیهی است که مشارکت جامعه محلی بر توسعه‌ی گردشگری پایدار تأثیرگذار باشد. در این پژوهش نیز از دیدگاه مردم جامعه محلی، شرکت کردن در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری، حمایت از پایداری جامعه، تشویق سرمایه گذاری برای توسعه‌ی گردشگری پایدار در شهر، وجود یک برنامه‌ریزی و مدیریت مطلوب در راستای توسعه‌ی گردشگری و مشارکت دادن مردم در برنامه‌های توسعه‌ی و ... بر کیفیت توسعه‌ی و پایدار بودن آن تأثیر گذار است.

یافته‌ی دیگر این پژوهش حاکی از آن است که تعلق اجتماعی به طور غیر مستقیم با میانجی منافع ادراک شده بر توسعه‌ی گردشگری پایدار تأثیر دارد. این یافته با مطالعات

(گارسوی وهمکاران، ۲۰۰۹؛ چوی و ماری، ۲۰۱۰) همسو است اما با یافته‌های (گارسوی و رادرفورد، ۲۰۰۴) ناهمسو می‌باشد. تعلق اجتماعی می‌تواند به عنوان یک مشارکت اجتماعی بطور انفرادی و ادغام در زندگی اجتماعی مورد توجه قرار بگیرد و یک پیوند مؤثر یا یک ارتباط عاطفی بین یک اجتماع منفرد ویژه ایجاد کند (مک‌کول و مارتین^۱، ۱۹۹۴). به عبارت دیگر تعلق اجتماعی یک فرایند چند سطحی روانشناسی است که منعکس کننده رفتار شناختی و انفعالی (عاطفی) در محدوده‌ی نگرش شخصی یک فرد است (کایل، موون و تارنت^۲، ۲۰۰۴). بر این اساس می‌توان اذعان داشت که تعلق اجتماعی یک ساختار پیچیده برای ارزیابی نگرش‌های ساکنان جامعه‌ی میزبان نسبت به جامعه‌شان است و شاید بتوان گفت که حلقه اتصال تعلق افراد به جامعه‌شان یک منفعت عاطفی یا مالی باشد. بنابراین بدیهی است که از دیدگاه مردم محلی کاشان تعلق اجتماعی با میانجی منافع ادراک شده بر توسعه‌ی گردشگری پایدار تأثیر داشته باشد.

همچنین، منافع ادراک شده بر توسعه‌ی گردشگری پایدار اثر مستقیم دارد. این یافته با یافته‌های یون و دیگران (۲۰۰۱) و دیر و همکاران (۲۰۰۷) هم راستا می‌باشد. یکی از مواردی که این پژوهش بر آن صحنه گذاشته است، تأثیرپذیری توسعه‌ی گردشگری پایدار از منافع به دست آمده است. بنابراین با توجه به یافته‌های به دست آمده زمانی که توسعه‌ی گردشگری پایدار منجر به افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش فرصت‌های خرید، درآمدزایی برای مردم محلی، ایجاد تسهیلات عمومی و بهبود وضعیت راه‌ها؛ نگهداشت فرهنگ بومی، تبادل فرهنگی بین گردشگر و مردم محلی و ... شود به نوبه خود می‌تواند منجر به توسعه‌ی گردشگری پایدار شود.

از دیدگاه مردم محلی کاشان هزینه‌های ادراک شده بر توسعه‌ی گردشگری پایدار اثر مستقیم و منفی دارد. این یافته با برخی از یافته‌های پیشین هماهنگ است (گارسوی و همکاران، ۲۰۰۴؛ کالتن برن، آندرسن، نلیمان، بجرک و تران^۳، ۲۰۰۸). همه افراد زمانی که فعالیت یا برنامه‌ای برای آنان هزینه‌بردار باشد تمایلی به انجام آن ندارند، بر همین اساس اگر ساکنان جامعه محلی احساس کنند که هزینه‌های توسعه‌ی گردشگری پایدار جامعه محور بیشتر از منافعش است، بدیهی است با این نوع از توسعه‌ی مخالفت کنند و از سوی دیگر زمانی که توسعه‌ی گردشگری پایدار همراه با افزایش جرم و بزهکاری، افزایش

1. McCool & Martin

2. Kyle, Mowen & Tarrant

3. Kaltenborn, Andersen, Nellesmann, Bjerke & Thrane

قیمت کالاها و خدمات عمومی، افزایش آلودگی زیست محیطی و تنش و درگیری مردم محلی را به همراه داشته باشد، مسلم است که این گونه هزینه‌ها بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر منفی داشته باشد.

نخستین محدودیت مطالعه حاضر مربوط به نمونه شرکت‌کنندگان است. یافته‌های حاصل از این مطالعه به جامعه محلی کاشان قابل تعمیم هستند. محدودیت دوم این مطالعه مربوط به ابزارهای اندازه‌گیری است. ابزارهای اندازه‌گیری پرسشنامه‌ای دارای تعدادی از محدودیت‌های ذاتی (خطاهای اندازه‌گیری، عدم خویشتن‌نگری، پاسخ‌های قابل پذیرش اجتماعی و...) هستند.

پیشنهاد می‌شود تا پژوهشگران در مطالعات آتی، بر روی سایر جوامع مطالعه حاضر را تکرار نمایند تا شواهدی از بسط روابط ساختاری مشاهده در کشور فراهم آید. همچنین، پیشنهاد می‌شود علاوه بر استفاده از ابزارهای معتبرتر برای اندازه‌گیری سازه‌ها، از سایر روش‌های اندازه‌گیری استفاده شود تا شواهدی از بسط روابط مشاهده شده از یک روش به روش‌های دیگر به دست آید. این احتمال وجود دارد که فرض‌های تدوین شده در مدل اولیه در این مطالعه در بعضی از جوامع محلی از لحاظ تعلق اجتماعی بر توسعه گردشگری پایدار تأیید گردد، لذا پیشنهاد می‌شود، پژوهشگران در مطالعات آتی ابتدا جامعه محلی را در یک طیف از لحاظ میزان توسعه گردشگری پایدار از کمترین تا بیشترین درجه‌بندی کنند و سپس به آزمون روایی مدل فرضی اولیه مبادرت نمایند.

منابع

احمدی، عباداله و اعتمادی، آیدا. (۱۳۹۰). نقش گردشگری در توسعه پایدار. *اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار*، محل برگزاری: دانشگاه آزاد مرودشت.

مبارکی، محمد و صلاحی، سمیه. (۱۳۹۲). کیفیت خدمات شهری، تعهدات شهروندی و حس تعلق اجتماعی. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، ۱۳(۵۰)، ۲۷۵-۳۱۵.

میولر، رالف ا. (۱۳۹۰). پایه های اساسی مدل یابی معادلات ساختاری معرفی نرم افزارهای LISREL و EQS. ترجمه: سیاوش طالع پسند. سمنان: دانشگاه سمنان.

نیک بین، مهنا و کرمی، مهرداد. (۱۳۹۱). بررسی پایداری اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری؛ مطالعه موردی جزیره کیش. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی*، ۵(۲)، ۱۵۸-۱۳۷.

Adrian, P., Nicole K. L., Lisa, E., & Medi, J. (2013). The Effects of Residents' Social Identity and Involvement on their Advocacy of Incoming Tourism. *Tourism Management*, 38: 142-151.

Boo, S., & Busser, J. A. (2006). Impact Analysis of a Tourism Festival on Tourists 'Destination Images. *Event Management*, 9(4): 223-237.

Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1): 1-5.

Daniel, M. Spencer, Chrítian, N. (2013). The Economic Consequences of Community Support for tourism: A Case Study of a Heritage Fish Hatchery. *Tourism Management*, 34: 221-230.

Dogan Gursoy, Claudia & Jurowski, M. (2002). Resident Attitudes A Structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29, 79-105.

Dogan, G., & Denney, G. R. (2004). Host Attitudes toward Tourism an Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 3: 495-516.

Dong-Wanko, S., William, P., & Stewart, M. (2002). A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development. *Tourism Management*, 23: 521-530

Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., & Carter, J. (2007). Structural Modeling of Resident Perceptions of Tourism and Associated Development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28: 409-422.

- Etsuko Okazaki, N. (2008). A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 05: 511-519.
- Fallon, L. D., & Kriwoken, L. K. (2003). Community Involvement in Tourism Infrastructure: the Case of the Strahan Visitor Centre, Tasmania. *Tourism Management*, 24: 289-308.
- Funk, D. C., & James, J. D. (2006). Consumer Loyalty: the Meaning of Attachment in the Development of Sport Team Allegiance. *Journal of Sport Management*, 20, 189-217.
- Georg, W. (2008). Tourism Politics, Globalization, Sustainable and Responsible Tourism; Vailable from. www.arlt-lectures.com.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host Attitudes toward Tourism an Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3): 495-516.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Local's Attitudes toward Mass and Alternative Tourism: the Case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49: 381-394.
- Gyan, P. Nyaupane, Duarte, B. Morais, & Lorrain, D. (2006). The Role of Community Involvement and Number/ Type of Visitors on Tourism Impacts: A Controlled Comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, 37: 1373-1385.
- Hung, L. T. (2013). Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development. *Tourism Management*, 34: 37- 46.
- Jankingthong, W., & Gonejanart, P. (2012). *The Relationships of Factors Affecting Post-purchase Behavioral Intentions in Tourism Sector. Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts*, 12 (1): 72-90.
- Jones, S. (2005). Community-Based Ecotourism: the Significance of Social Capital. *Annals of Tourism Research*, 32(2): 303-324.
- Kaltenborn, B. P., Andersen, O., Nellemann, C., Bjerke, T., & Thrane, C. (2008). Resident attitudes towards Mountain Second-Home Tourism Development in Norway: the Effects of Environmental Attitudes. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(6): 664-680.
- Kyle, G., Mowen, A. J., & Tarrant, M. (2004). Linking Place Preferences with Place Meaning: an Examination of the Relationship between Place Motivation and Place Attachment. *Journal of Environmental Psychology*, 24, 439-454.
- Lee, T. H. (2009). A Structural Model to Examine How Destination Image, Attitude, and Motivation Affect the Future Behavior of Tourists. *Leisure Sciences*, 31(3): 215-236.
- Lepp, A. (2007). Residents' Attitudes towards Tourism in Bigodi Village, Uganda. *Tourism Management*, 28: 876-885.

- McCool, S. F., & Martin, S. R. (1994). Community Attachment and Attitudes toward Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 32(3): 29-34.
- Mehmetoglu, M. (2001). Economic Scale of Community-Run Festivals: A Case Study. *Event Management*, 7(2): 93-102.
- Miller, G. & Twining, L. (2005). *Monitoring for a Sustainable Tourism*. Cabi Publishing.
- Nicholas, L., Thapa, B., & Ko, Y. (2009). Residents' Perspectives of a World Heritage Site e the Pitons Management Area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36(3): 390-412.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a Community Support Model for Tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3): 964-988.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a Community Support Model for Tourism. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964-988.
- Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511-529.
- Oviedo-García, M. A., Castellano-Verdugo, M., & Martín-Ruiz, D. (2008). Gaining Residents' Support for Tourism and Planning. *International Journal of Tourism Research*, 10(2): 95-109.
- Robin Nunkoo, P. B. (2010). Modeling Community for a Proposed Resort Project. *Journal of Sustainable Tourism*, 2: 257-277.
- Shrestha, R. K., Stein, T. V., & Clark, J. (2007). Valuing Nature-based Recreation Inpublic Natural Areas of the Apalachicola River Region, Florida. *Journal of Environmental Management*, 85(4): 977-985.
- Simpson, M. C. (2008). Community Benefit Tourism Initiatives: a Conceptual Oxymoron? *Tourism Management*, 29, 1-18.
- Teh, L., & Cabanban, A. S. (2007). Planning for Sustainable Tourism in Southern Pulau Banggi: an Assessment of Biophysical Conditions and their Implications for Future Tourism Development. *Journal of Environmental Management*, 85(4): 999-1008.
- Thomson, M., Macnnis, D. J., & Park, C. W. (2005). The Ties that Bind: Measuring the Strength of Consumers' Emotional Attachments to Brands. *Journal of Consumer Psychology*, 15(1): 77-91.
- Tosun, C. (2006). Expected Nature of Community Participation in Tourism Development. *Tourism Management*, 27, 493-504.
- Wang, H., Yang, Z., Chen, L., Yang, J., & Li, R. (2010). Minority Community Participation in Tourism: a Case of Kanas Tuva villages in Xinjiang, China. *Tourism Management*, 31(6): 759-764.

- Wang, Y. (2006). *Rural Community Participation in Tourism Development: Cases from Hainan Province, China*. Unpublished Ph.D. Dissertation, Waterloo (Ontario): University of Waterloo.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a Tourism Development Theory with Structural Equation Modeling. *Tourism Management*, 22(4): 363-372.

