

فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۷، شماره پیاپی ۲۸، زمستان ۱۳۹۶

شاپای چاپی: ۶۷۳۵-۲۲۵۱ - شاپای الکترونیکی: ۷۰۵۱-۲۴۲۳

<http://jzpm.miau.ac.ir>

جایگاه تصویر ذهنی ساکنان محلی در توسعه گردشگری (نمونه موردی: شهر آران و بیدگل)

محسن شاطریان؛ دانشیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، کاشان، ایران

یونس غلامی؛ استادیار گروه جغرافیا و اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، کاشان، ایران

مریم کیانی؛ کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه کاشان، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، کاشان، ایران

پذیرش: ۱۳۹۶/۳/۲۰

صص ۱۳۴-۱۲۱

دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۳۰

چکیده

تصویر ذهنی یکی از عوامل کلیدی در فهم حمایت برای توسعه صنعت گردشگری است، به این ترتیب، این یک فرصت است که بتوان ادراک ساکنان را از اثرات و تغییرات ایجاد شده توسط گردشگران شناسایی کرد، از طرف دیگر تبلور یافتن گردشگری به عنوان یک نیاز، تبدیل شدن به بزرگ‌ترین صنعت خدماتی دنیا و تخصصی شدن گردشگری این فرصت را فراهم کرده تا هر مقصدی جهت بهره جستن از منافع حاصل از گردشگری امیدوار کننده باشد. اما مسلماً این کار بدون شناسایی عوامل تأثیرگذار، برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک امکان‌پذیر نخواهد بود. بر این اساس پژوهش حاضر سعی دارد با توجه به قابلیت‌های شهر آران و بیدگل در زمینه گردشگری، به بررسی تصویر ذهنی ساکنان محلی و اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیط زیست در توسعه گردشگری بپردازد. روش بررسی در تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه می باشد. جامعه آماری پژوهش ساکنان محلی شهر آران و بیدگل می باشند که بر اساس فرمول کوکران ۳۸۱ نفر محاسبه شده اند. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در تحلیل‌های مورد نظر داده‌ها در سطح توصیفی، با نرم افزار SPSS، و در سطح استنباطی، برای برازش مدل و آزمون روابط از نرم‌افزار AMOS استفاده گردید. یافته های حاصل از تحلیل عاملی مدل مرتبه دوم حاکی از آن است که سه عامل اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی قادرند اثرات توسعه گردشگری را اندازه گیری نمایند. نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که در بین متغیرهای اصلی تحقیق، متغیر اقتصادی با ۰/۷۹ درصد برازش بیشترین تاثیر را بر ادراک ساکنین از گردشگران داشته است و بعد از آن مسائل فرهنگی و اجتماعی با ۱/۷۴ درصد در درجه دوم قرار دارد در این بین شاخص زیست محیطی با ۱/۶۹ درصد کمترین اثر از ادراک را در بین ساکنین داشته است.

واژه‌های کلیدی: توسعه گردشگری، تصویر ذهنی، آران بیدگل، روش معادلات ساختاری.

بیان مسأله:

گردشگری یک شاخه اقتصادی است که بیشترین تأثیر روانی و اجتماعی را بر مردم دارد و باعث جذب سرمایه، مبادلات بین فرهنگی و ارتباطات اجتماعی به نفع کشور می شود. درآمد حاصل از فعالیت‌های گردشگری می‌تواند به یک پل واقعی اقتصادی با اثرات روانی و اجتماعی تبدیل شود (Tarca, 2011:1807). با وجود این که مهم‌ترین بخش برای تعیین یک مکان، تصویرذهنی و نگرش گردشگران و رفتار آنها در ادبیات گردشگری می‌باشد. ولی این امر کمتر مورد بررسی قرار گرفته است (Chen and Tsai, 2007; Gallarza, Saura, and García, 2002) و تنها مطالعات اندکی در مورد تصویرذهنی ساکنان و حفاظت ساکنان از محل خود و حتی مطالعات کمتری در مورد اثرات آن‌ها بر گردشگری و واکنش به توسعه صنعت گردشگری انجام شده است (Ramkissoo and Nunkoo, 2011; Schroeder, 1996). در ادبیات گردشگری، این مفهوم معمولاً تحت عنوان "تصویرذهنی ساکنان محلی" گسترش یافته و تأثیر آن بر رفتار گردشگر و انتخاب مقصد گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد (Gallarza et al., 2002; Ta, 2007) و به طور کلی به عنوان مجموع باورها، ایده‌ها و برداشت مردم محلی از محل تعریف شده است (Crompton, 1979). اصولاً قضاوت جامعه میزبان به گردشگری با افزایش شمار بازدید کنندگان در جامعه مقصد طیفی از خوشنودی، بی تفاوتی، رنجش و خصومت را دربرمی‌گیرد (Adeli, 2012). مطالعه رویکرد اثرات بالقوه گردشگری از دو بعد هزینه‌ها و منافع (اثرات مثبت یا منفی)، به طور کلی یک رابطه منفی بین هزینه‌ها و حمایت برای توسعه صنعت گردشگری و رابطه مثبت بین منافع و حمایت جوامع محلی را نشان می‌دهد (Nunkoo et al., 2012; Nunkoo, 1979; Kotler, Haider and Rein, 1993) et al., 2011; Lee, 2013). تصویر ذهنی ساکنان محلی یک ساختار ذهنی بر اساس چند برداشت انتخابی از اطلاعات در مورد یک محل است (Echtner and Ritchie, 2003). به این ترتیب، در اکثر مطالعات مفهوم تصویرذهنی ساکنان محلی از نظر ادراک فرد از ویژگی‌های خاص محل می‌باشد (Elliot, 2002; Gallarza et al., 2011). چندین چارچوب تئوریک برای درک واکنش مردم نسبت به گردشگری وجود دارد. تئوری مبادله اجتماعی^۱، چرخه حیات گردشگری^۲ و روش تفکیکی^۳ از آن جمله می‌باشد. تئوری مبادله اجتماعی یک چارچوب زیربنایی برای همه روش‌ها و رویکردها محسوب می‌شود که مبتنی بر ارزیابی جامعه میزبان از هزینه و منافع مورد انتظار از گردشگری می‌باشد. در واقع این که ساکنان محلی، مجموعه هزینه‌ها و منافع حاصل از گردشگری را چگونه ارزیابی می‌کنند، بر نحوه نگرش آن‌ها تأثیر خواهد گذارد (Hernandez et al, 1996:759-760).

در تئوری چرخه حیات، ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در طول زمان مورد توجه است. بدین ترتیب نحوه نگرش میزبان تحت تاثیر روند تغییرات و توسعه گردشگری قرار می‌گیرد (Kim, 2002:39). عواملی که بر نظرات جامعه میزبان راجع به گردشگری اثر می‌گذارد، غالباً به عنوان اثرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی توصیف شده‌اند که اثرات مثبت به عنوان منافع و اثرات منفی به عنوان هزینه در نظر گرفته می‌شوند. تحقیقات باتلر و دیگران حاکی از آن است که سطح توسعه گردشگری بر نگرش و گرایش جامعه میزبان، از اثرات موثر گردشگری است. به طور کلی نظریه پردازان و محققان عنوان کرده‌اند که رابطه معکوسی بین سطح توسعه گردشگری و معیارهای عینی و ذهنی اثرات اجتماعی و محیطی در میزبان وجود دارد (Aligholizadeh, 2007: 83). لنفورد و هاوارد رویکرد تفکیکی را مطرح می‌کنند. در این رویکرد هزینه و منافع برای بخش‌ها یا گروه‌های مختلف مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (Aligholizadeh et al, 2010: 48). بنابراین بررسی و ارزیابی تصویرذهنی جامعه میزبان نسبت به گردشگری امری پیچیده است. تصویرذهنی ساکنان محلی، یکی از عوامل کلیدی در فهم حمایت برای توسعه صنعت گردشگری است که بر خصوصیات منحصر به فرد محل به جای دخالت روانی فرد در محل تأکید دارد. این در حالی است که وابستگی پایدار، یک ساختار پویا است و کمتر در معرض تغییر قرار گرفته است (Govers et al, 2007; Ta and Gartner, 2007). با توجه به اینکه یکی از مناطق بسیار زیبا که از دید اکوتوریسم، توان بالقوه‌ی فراوانی دارد، منطقه‌ی مرنجاب در جنوب دریاچه‌ی نمک و شمال کاشان می‌باشد، وجود عوارض تپیک و برجسته‌ی کویری، گیاهان خاص مناطق کویری و جانوران

¹ - Social Exchange Theory

² - Tourism Life Cycle

³ - Segmentation Approach

همساز با کویر موجب ایجاد یکی از فضاهاى نادر در سطح کشور شده است ولی ساکنان منطقه هنوز نتوانسته‌اند از مزایای اکوتوریستی آن به خوبی بهره‌مند شوند. هدف این پژوهش ارائه بازتابی ظریف‌تر و دقیق‌تر از برداشت ساکنان منطقه آران و بیدگل از اثرات گردشگری می باشد. علاوه بر آن، این مطالعه به بررسی اینکه آیا تصویرذهنی ساکنان محلی بر درک آنان از اثرات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و زیست محیطی گردشگری، و پشتیبانی برای توسعه صنعت گردشگری تأثیر می‌گذارد، می‌پردازد. بر اساس هدف پژوهش فرضیات تحقیق عبارت اند از:

- بین درک اثرات اقتصادی گردشگری و حمایت ساکنان محلی برای توسعه صنعت گردشگری رابطه وجود دارد.
- بین درک اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری و حمایت ساکنان محلی برای توسعه صنعت گردشگری رابطه وجود دارد.
- بین درک اثرات زیست محیطی گردشگری و حمایت ساکنان محلی برای توسعه صنعت گردشگری رابطه وجود دارد.

پیشینه نظری پژوهش:

در زمینه تصویر ذهنی و نگرش ساکنان محلی به گردشگری می‌توان به‌طور خلاصه به برخی از منابع و مطالعات انجام شده اشاره کرد. (Aligholizadeh et al, 2010) در مقاله‌ای با عنوان نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی به بررسی گرایش و حمایت ساکنین به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی در رویکرد توسعه پایدار گردشگری پرداخته است و نشان می‌دهد که ماهیت نگرش و گرایش ساکنان محدوده مورد مطالعه نسبت به گردشگری با یکدیگر تفاوت معنی‌داری دارند و میزان حمایت ساکنان تحت تأثیر سطح توسعه گردشگری می‌باشد. به‌طوری‌که با افزایش میزان اثرات منفی ناشی از توسعه گردشگری در مقایسه با منافع حاصله، به تدریج از میزان حمایت‌های میزبان کاسته خواهد شد (et al, 2012) در مقاله‌ای با عنوان (تحلیلی بر نگرش جامعه میزبان به اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری شهرستان دالاهو) به شناخت اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری در سطح شهرستان از دیدگاه ساکنان و مسئولین پرداخته و نشان می‌دهد که از دیدگاه ساکنان و مسئولین، گردشگری تأثیر مثبتی نظیر افزایش آگاهی‌های عمومی و بالا رفتن سطح استانداردهای زندگی مردم و اثرات منفی نظیر تغییر در آداب و سنن محلی و افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی - فرهنگی را موجب شده است. Ziaeei (2013) در مقاله‌ای با عنوان تدوین حوزه‌های راهبردی توسعه مقاصد گردشگری با استفاده از تطبیق تئوریک و کاربردی مدل‌های چرخه حیات مقصد و شاخص رنجش داکسی مورد شناسی: مصر، فرحزاد، محمدآباد کوره گز؛ ابوزیدآباد، بند ریگ و عشین، ریگ جن، جندق؛ به بررسی مقاصد گردشگری بر اساس جایگاهی که در چرخه حیات خود دارند با استفاده از مدل باتلر، مدل شاخص رنجش داکسی می‌پردازد و نیز با ارائه مراحل مختلف، عکس العمل‌های رفتاری و نگرشی خاصی را برای مقاصد تعریف نموده است. (Brunst, 1999) در مقاله‌ای با عنوان برداشت ساکنان از تأثیرات اقتصادی اجتماعی گردشگری به بررسی ادراکات جامعه از اثرات اجتماعی فرهنگی گردشگری و طیف وسیعی از اثرات فرهنگی اجتماعی مربوط به توسعه صنعت گردشگری، تعامل میزبان و گردشگر و تأثیرات ناشی از آن پرداخته و پیشنهاد می‌کند که تجزیه و تحلیل کلی اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری می‌تواند به درک ساکنان از اثرات گردشگری کمک کند.

(Wan ko et al, 2002) در مقاله‌ای با عنوان مدل ساختار نگرش گردشگر به توسعه گردشگری به بررسی مدل معادلات ساختاری بین درک اثرات گردشگری ساکنان و نگرش نسبت به جامعه میزبان جزیره چئوگره، می‌پردازد و نشان می‌دهد که رضایت جامعه متأثر از برداشت اثرات گردشگری بوده و ممکن است در برنامه ریزی برای توسعه صنعت گردشگری مفید باشد. (Diedrich et al, 2009) در مقاله‌ای با عنوان برداشت مردم محلی از توسعه گردشگری و افول مقصد گردشگری به بررسی نقش برداشت ساکنان محلی از اثرات گردشگری به عنوان شاخص افول مقصد گردشگری با استفاده از اطلاعات جمع‌آوری شده از پنج جامعه ساحلی در بلیز پرداخته است و نشان می‌دهد که نگرش محلی به اثرات گردشگری ممکن است به عنوان شاخص کاهش مقصد استفاده می‌شود. (Iarca et al, 2011) در مقاله خود با عنوان « تأثیر روانی و اجتماعی بازی‌های المپیک زمستانی بر گردشگری در رومانی » به بررسی تأثیرات روانی و اجتماعی بازی‌های المپیک زمستانی بر گردشگری پرداخته است و

¹. Cheju

همه امکانات رقابتی و غیررقابتی دو سال قبل سازماندهی بازی های المپیک زمستانی را بررسی کرده، به منظور ایجاد انطباق با استانداردهای کمیته بین‌المللی المپیک و تغییرات برای توسعه بهتر رقابت، شیوه ای مناسب برای آزمایش این امکانات، با توجه به تأثیر روانی و اجتماعی، سازماندهی مسابقات قهرمانی جهان برای بازی های زمستانی ارائه کرده است (Stylidis et al, 2014). در مقاله ی خود با عنوان (نقش ساکنان در حمایت از توسعه صنعت گردشگری) به بررسی اثرات گردشگری بر ساکنان محلی پرداخته که نشان دهنده اهمیت شکل دهی ادراک ساکنان از اثرات گردشگری و سطح پشتیبانی آنان می باشد (Sharpley, 2014) در مقاله‌ای با عنوان بررسی و تحقیق برداشت جامعه میزبان از گردشگری به بررسی و کشف دیدگاه انتقادی از درک ساکنان محلی نسبت به توسعه گردشگری می پردازد و موضوعات کلیدی و روند آن را که یک رشته محدودیت هایی در پژوهش، از جمله پایگاه محدود مطالعه موردی، وابستگی به روش های کمی، تمرکز بر درک ساکنان در مقابل واکنش به گردشگری، و حذف گردشگری از اکثریت پژوهش شناسایی می کند. در نتیجه، به یک رویکرد چند بعدی از پژوهش معتقد می شود.

در دهه ۱۹۸۰ مفهوم توسعه پایدار با این درک که تداوم بدون محدودیت رشد اقتصادی، اثرات نامطلوب زیست محیطی و اجتماعی در پی خواهد داشت، مطرح شد و الگوهای رشد و توسعه اقتصادی تا آن زمان را به چالش کشاند (Barbour, ۱۹۹۳:۲۵۸). بدین ترتیب به دنبال گزارش برتلند در سال ۱۹۸۷، توسعه پایدار سفر طولانی‌اش را به سوی تبدیل شدن به یک پارادایم توسعه، در دوره جدید آغاز کرد (WCED, ۱۹۸۷). در همین راستا از دهه ۱۹۸۰، به دنبال گزارش های متعدد تهیه شده توسط صدها محقق، کارشناس دولتی و دانشگاهی و نهضت طرفداران محیط زیست، سرانجام رویکردهای توسعه گردشگری و دولت‌ها به چالش کشیده شدند و به منظور بازساخت چارچوب سنتی توسعه گردشگری همسو با رویکرد توسعه پایدار به شکلی که الزامات و استانداردهای جدید طرفداران محیط زیست و پایداری یک سطح بهینه از منافع اقتصادی اجتماعی را تأمین کند، تحت فشار قرار گرفتند (Choi, 2003:77) بدین شکل از دهه ۱۹۹۰، حرکت از گردشگری انبوه به سوی رویکرد توسعه پایدار گردشگری آغاز شد (Jurowski, Uysal and Williams, 1997:3) و مفهوم توسعه پایدار وارد ادبیات گردشگری شد. توسعه پایدار گردشگری، فرآیندی است که با بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و بهمان نسبت حفاظت منابع محیط طبیعی و انسانی در ارتباط است (UNCED, 1998: 24; Hall and Lew, 1998: 25; Butler, 1998: 25; WTO, 1996, 22: Green, 1995, 22: Hunter and Green, 1992). برخی نویسندگان، گردشگری پایدار را به عنوان رویکردی که مستلزم عملکردی برای حیات و کیفیت بلند مدت هم منابع طبیعی و هم انسانی است، تعریف می‌کنند (Bramwell and Lane, 1993). (7 رییسی معتقد است، گردشگری پایدار، نیازمند جلوگیری از تخریب و انحطاط سیستم‌های اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی جامعه میزبان است و ساکنان بومی باید از آن منافع را کسب کنند. به منظور تحقق موفقیت آمیز گردشگری پایدار، این پارادایم مستلزم ترکیب چشم انداز سیاست، برنامه‌ریزی، مدیریت، پایش و فرآیندهای یادگیری اجتماعی است (Rees به نقل از Gunn, 1994, : 25).

برخلاف پارادایم سنتی، گردشگری پایدار می‌تواند اهداف متعادل اجتماعی اقتصادی و زیست‌محیطی در سطح محلی و منطقه‌ای را برآورده سازد (Wight, 1993:9). از این رو در قالب رویکرد توسعه پایدار گردشگری، بررسی نقش گردشگری در توسعه منطقه‌ای و محلی عموماً از ابعاد اقتصادی، اجتماعی یا فرهنگی و محیطی صورت می‌گیرد (Mowforth & Munt, 1998:12). چراکه ابعاد گردشگری پایدار لازم و ملزوم یکدیگرند و متقابلاً یکدیگر را تقویت می‌کنند (Reid, ۱۹۹۵:۳۸). در ادبیات گردشگری موضوعات اصلی پایداری اقتصادی شامل منافع اقتصادی، متنوع سازی اقتصاد محلی، رشد اقتصادی کنترل شده، بهبود روابط محلی و منطقه‌ای و توزیع عادلانه منافع اقتصادی در اقتصاد محلی می‌باشد (Chamberlain, ۲۰۰۲:۱۳۴; McIntyre, 1993:25). همچنین بعد اقتصادی پایداری گردشگری، بر درآمد مناسب، ثبات قیمت کالاها و خدمات و برابری فرصت های شغلی در جامعه دلالت دارد (Mccool, 1995, 29). در این راستا طرفداران پارادایم سنتی گردشگری انبوه،

¹-Vision

²-Monitoring

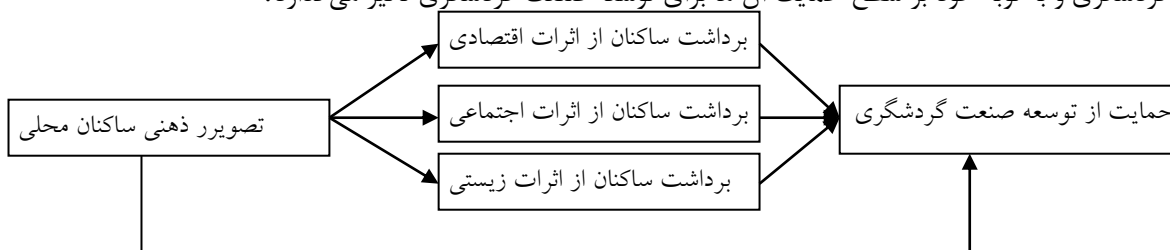
هدف اصلی توسعه گردشگری را به حداکثر رسانی منافع اقتصادی آن می‌دانند. (Whitton, 2002, McGahey, 1996) و در طرف دیگر طرفداران گردشگری پایدار معتقدند که نرخ رشد توسعه گردشگری باید در حد و سازگار با ظرفیت‌های جامعه باشد و منابع طبیعی و فرهنگی در معرض خطر را بازیابی کند (Trousdale and Gental, 1998). بعد محیطی پایداری به ترکیب عوامل محیطی با منابع گردشگری و اثرات متقابل آنها دلالت دارد، که نباید تحت تأثیر تغییرات اساسی آسیب ببینند (McCool, 1995, 28). در گردشگری پایدار، پایداری اجتماعی فرهنگی بر توجه به هویت اجتماعی و سرمایه اجتماعی و توجه به فرهنگ جامعه و امتیازات آن و توجه به تقویت انسجام اجتماعی و عزت نفس دلالت دارد که به ساکنان جامعه اجازه خواهد داد تا خود زندگی‌شان را کنترل کنند (دخالت در امور زندگی خودشان) (Choi, 2003, 33) به منظور دستیابی به هدف گردشگری پایدار، مشارکت ساکنان محلی در فرایند تصمیم‌گیری یک الزام است (Gunn, 1994: 48; Hart, 1998; Murphy, 1998: 379; Ritchie, 1993: 379; Pigram 1990: 8; Hall, 1994: 32; McIntosh et al, 1995, 87). همچون مفهوم توسعه پایدار، در کنار بحث‌های گسترده در زمینه تعریف و تبیین مفهوم و ابعاد توسعه پایدار گردشگری، یکی از چالش‌های روبروی افرادی که می‌خواهند تئوری توسعه پایدار و به دنبال آن توسعه پایدار گردشگری را برای اجرا دنبال کنند، تعیین این بود که چه محدودیت‌هایی باید اعمال شود؟ چه کسی باید آنرا تضمین کند؟ و آن‌ها در چه سطحی باید تحقق یابند؟ (Friesen, 1997, 22). تاکنون در زمینه این که چطور می‌توان توسعه پایدار گردشگری را عملیاتی کرد، پرسش‌های زیادی مطرح شده است. در این راستا چندین چارچوب مفهومی مرتبط با موضوع پایداری معرفی شدند (WTO, 1993). در بسیاری از تحقیقات با زمینه گردشگری، در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مقیاس‌های سنجش اثرات گردشگری توسعه یافته‌اند و مجموعه‌ای از شاخص‌های اندازه‌گیری اثر ارائه شده است. (Orams, 1995:3, Ap & Crompton, 1998:120; TSaur et al, 2005:2). این‌ها معیارها و شاخص‌های توسعه پایدار، نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های آگاهانه در همه سطوح دارند. این‌ها اطلاعاتی را فراهم می‌آورند که بروی توسعه پایدار و اندازه‌گیری روند پیشرفت به سوی توسعه پایدار، تأکید می‌کنند (CSD, 1997: 8; Briassoulis, 2001: 4). علاوه بر این شاخص‌ها می‌توانند تغییرات را کمی کرده و چارچوبی برای اهداف فراهم آورند و سپس اقدامات را پایش کنند (Hunter and Green, 1995: 4). در ادبیات گردشگری پایدار همواره بر نقش کلیدی نگرش ساکنان و گردشگران به عنوان مولفه‌های اصلی گردشگری پایدار تأکید شده است و به منظور درک و ارزیابی مداوم عقاید، طرز فکر و نگرش ساکنان و گردشگران، عمدتاً از شاخص‌های ذهنی استفاده شده و تلاش‌ها در جهت بسط این نوع شاخص‌ها بوده است (Sheldon & Abenoja, 2001:435; Allen, Long, Perdue & Kiselbach, 1988: 16). تحقیقات متعددی در رابطه با این موضوع، کارآیی و قابلیت اعتمادپذیری شاخص‌های ذهنی را مورد تأیید قرار داده‌اند.

روش تحقیق:

روش بررسی در تحقیق حاضر توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه می‌باشد. جامعه آماری پژوهش را ساکنان محلی شهر آران و بیدگل با جمعیتی حدود ۶۰۲۹۰ نفر تشکیل می‌دهد که ۶۰ درصد آن متعلق به آران و ۴۰ درصد متعلق به بیدگل می‌باشد. برای تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شده است، تعداد ۳۸۱ پرسش‌نامه شامل دو بخش سوالات عمومی و اختصاصی به صورت پرسش‌های بسته و با استفاده از طیف لیکرت بین ساکنین شهر به تناسب تعداد در دو ناحیه آران و بیدگل توزیع شد جهت آزمون فرضیه‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شده است. در تحلیل‌های مورد نظر داده‌ها در سطح توصیفی، با نرم افزار SPSS و نرم‌افزار AMOS استفاده گردید. پرسشنامه دارای ۵۶ گویه است که در قالب طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت طراحی شده است، برای ادراک ساکنان ۱۱ سوال، حمایت ساکنان، ۱۱ سوال، اثرات اقتصادی ۱۱ سوال، اثرات اجتماعی فرهنگی ۱۰ سوال و ۱۳ سوال در قسمت اثرات محیط زیست آمده است. روایی پرسشنامه با نظر خواهی از کارشناسان مورد تأیید قرار گرفت و جهت سنجش پایایی ابزار تحقیق از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که با بدست آمدن مقدار ۰/۹۱ تأیید شد.

مدل مفهومی پژوهش:

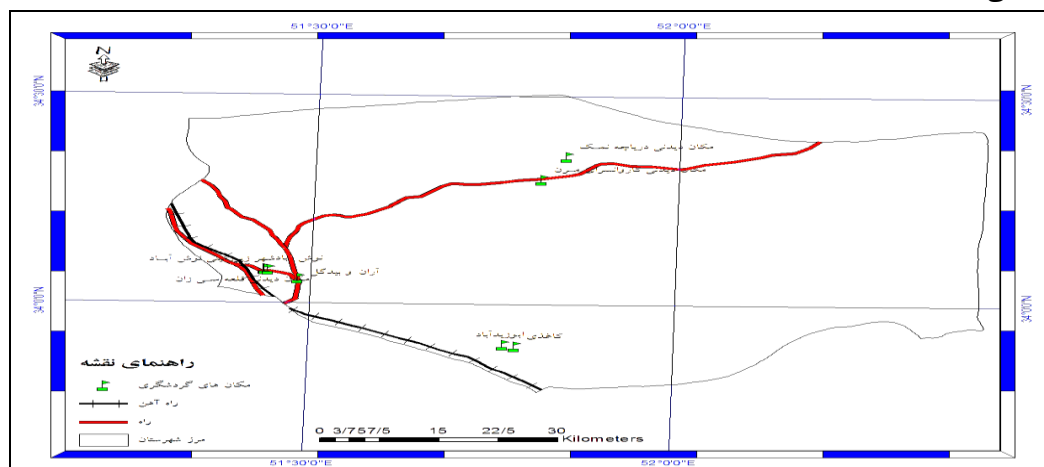
مطالعه حاضر به بررسی روابط مستقیم و غیر مستقیم بین ادراک ساکنان محلی و سطح حمایت آن ها از توسعه صنعت گردشگری می‌پردازد. در این زمینه تحقیقات محدودی درباره ادراک ساکنان انجام شده و تنها تعداد انگشت شماری از این مطالعات، اثر آن را بر حمایت از توسعه صنعت گردشگری مورد بررسی قرار داده‌اند. علاوه بر این، مطالعات گذشته بر روی ساخت ادراک ساکنان محلی محدود بوده، که ماهیت چند منظوره از محل برای ساکنان آن را منعکس نمی‌کند. برای پرداختن به این شکاف، مدل ارائه شده (شکل ۱)، نشان می‌دهد که ادراک ساکنان محلی از اثرات اقتصادی، اجتماعی = فرهنگی و زیست محیطی گردشگری و به نوبه خود بر سطح حمایت آن ها برای توسعه صنعت گردشگری تأثیر می‌گذارد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق - منبع: Styliadis et al, 201

قلمرو پژوهش:

شهر آران و بیدگل دروازه کویر مرکزی ایران، امروزه در شمالی‌ترین نقطه استان تمدن‌ساز اصفهان و در فاصله ۵ کیلومتری شهر تاریخی کاشان واقع است و به خاطر واقع شدن در مسیر جاده ابریشم همواره محل عبور و مرور کاروان‌های بزرگی بوده است که از اروپا عازم مشرق زمین بوده‌اند. منطقه مورد مطالعه بین عرض جغرافیایی ۳۴ درجه تا ۳۴°۱۵' شمالی و طول ۵۱°۰۵' تا ۵۱°۳۵' شرقی قرار گرفته است. و از نظر تقسیمات کشوری در بخش کویرات، شهرستان آران و بیدگل، در شهر کاشان و جز استان اصفهان می‌باشد (Jomepoor et al, 2013: 71). این شهرستان با مساحت ۶۰۵۱/۳ کیلومتر مربع و با جمعیتی حدود ۶۰۲۹۰ نفر در شمالی‌ترین نقطه اصفهان واقع شده است. شهرستان آران و بیدگل دارای دو بخش مرکزی و کویرات و چهار نقطه شهری آران و بیدگل - نوش آباد - ابوزیدآباد و سپید شهر و ۲ دهستان به نام های کویرات و سپید دشت می‌باشد و از شمال به دریاچه نمک و استان های سمنان و قم - از غرب به کاشان از جنوب به نطنز و از شرق به اردستان محدود و از طریق دو جاده اصلی به کاشان و شبکه راه‌های اصلی کشور مرتبط می‌شود (شکل شماره ۲). به علت وجود آثار و ابنیه تاریخی فراوان از جمله: کاروانسرای تاریخی مرنجاب - قلعه سی زان و گرشاهی در کنار طبیعت بکر و ناشناخته کویر مرکزی ایران و دریاچه شگفت انگیز و سفیدپوش نمک در آران و بیدگل این خطه را میزبان هزاران گردشگر داخلی و بین‌المللی ساخته است.



شکل ۲- موقعیت منطقه مورد مطالعه

بحث اصلی:

در بررسی توصیفی یافته‌ها ۴۶/۷ درصد پاسخگویان زن و ۵۳/۳ درصد مرد می‌باشند. از نظر سنی ۲۷/۳ درصد در رده سنی ۱۸-۲۴ سال و بعد از آن ۲۵ تا ۳۴ سال با ۲۵ درصد بیشترین درصد فراوانی رادر بین پاسخ دهندگان به خود اختصاص داده‌اند. بر اساس وضعیت شغلی، شغل آزاد با ۳۳/۱ درصد فراوانی و بعد از آن، افراد بیکار با ۳۰ درصد، بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است. قبل از ارائه مدل و سنجش فراوانی‌ها با استفاده از تحلیل عاملی به کاهش گویه‌ها پرداختیم، با استفاده از چرخش وریماکس گویه‌هایی که در عامل اول ضریب کمتر از ۰/۳ داشتند را حذف و از ۵۶ گویه پرسشنامه به ۲۵ رسیدیم، که در جدول شماره ۱ هر کدام از گویه‌ها و علامت اختصاری و بار عاملی آمده است.

جدول ۱- گویه‌ها و بار عاملی

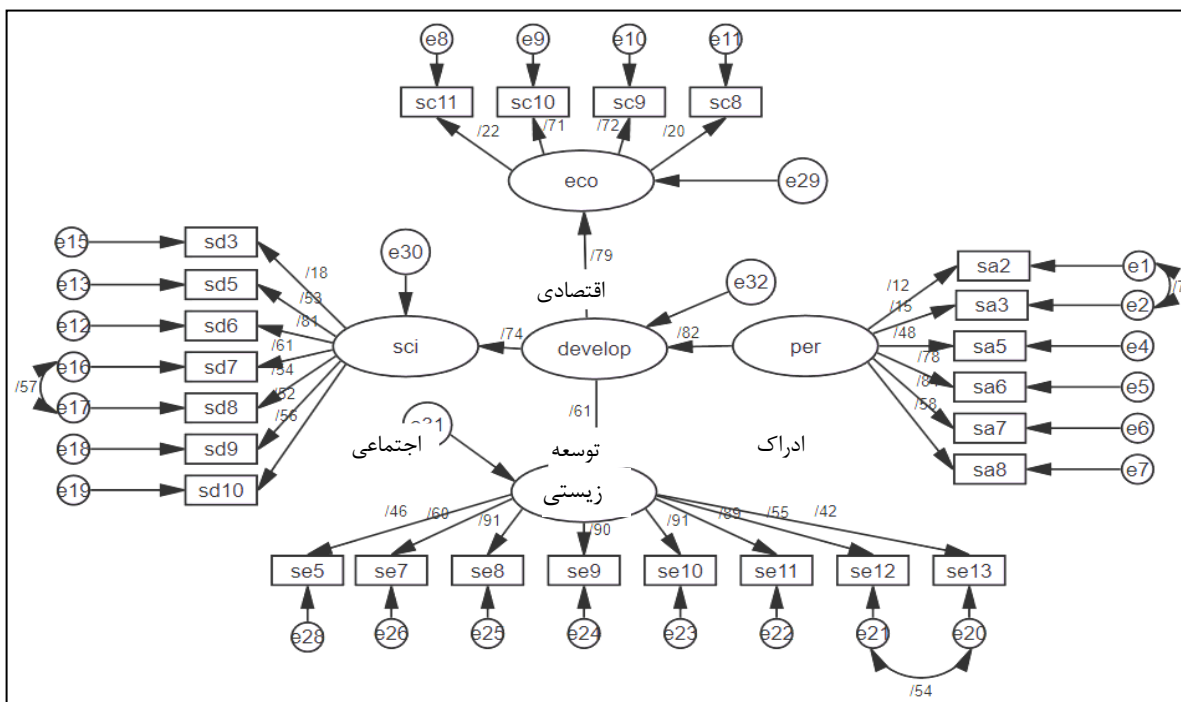
بار عاملی	اختصار	گویه
.۳۴۵	sa2	جذب سرمایه
.۴۵۳	sa3	جذب کسب و کار
.۵۳۶	sa5	فشار خدمات شهری
.۳۵۶	sa6	افزایش ترافیک
.۴۵۶	sa7	افزایش قیمت کالا
.۶۵۴	sa8	افزایش قیمت زمین
.۳۵۲	sc8	تعلق درآمدی به افراد خارج از منطقه
.۶۳۲	sc9	افزایش قیمت خدمات
.۳۶۵	sc10	افزایش قیمت املاک
.۴۳۰	sc11	کاهش بیکاری
.۷۴۵	sd3	تبادل فرهنگی
.۳۶۹	sd5	فرصت تفریحی
.۳۲۵	sd6	آسیب به فرهنگ مردم
.۳۱۵	sd7	چشم پوشی از سنت بومی
.۶۹۳	sd8	از خودبیگانگی
.۳۶۵	sd9	عدم آرامش
.۴۶۲	sd10	افزایش جرم
.۶۵۲	se5	تخریب محیط زیست
.۶۸۵	se7	تولید زباله
.۳۴۱	se8	آلودگی هوا
.۳۶۵	se9	آلودگی آب
.۴۵۶	se10	آلودگی صوتی
.۳۲۱	se11	آلودگی خاک
.۳۶۴	se12	کاهش چشم انداز طبیعی

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۵.

تحلیل یافته‌های تحقیق:

جهت تشخیص و ارزیابی تصویری ذهنی ساکنان محلی بر توسعه گردشگری از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. در این راستا با توجه به مبانی تئوریکی تحقیق، مدل تحلیل عاملی مرتبه دوم بر مبنای ۳ عامل پنهان اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیط زیست تنظیم گردید. مدل‌های عاملی مرتبه دوم به مدل‌هایی اطلاق می‌گردد که در آن تعدادی از متغیرهای پنهان، متغیر پنهان دیگری را اندازه‌گیری می‌کند (Boshagh, 1394: 174). اگرچه مدل سازی اساساً کاری اکتشافی

نیست و بر مبنای شناسایی و کشف صورت نمی‌گیرد، با این حال در این تحقیق تک تک متغیرهایی که قابلیت شناسایی هر کدام از عوامل پنهان را داشته‌اند به صورت مجزا وارد فرایند مدل گردیده‌اند و بر مبنای شاخص‌های برازش و سطح معنی داری در مدل باقی مانده یا حذف گردیده‌اند. این روش منطق محکمی دارد و در مواقعی که محقق با تعداد زیادی متغیر مواجه است و می‌خواهد نهایتاً به کشف یک مدل نهایی بر مبنای مدل نظری برسد کاربرد فراوانی دارد. به عبارت دیگر این روش را می‌توان تاییدی-اکتشافی نامید. بدین ترتیب کلیه متغیرهای پنهان در مدل بر مبنای تأییدی در مدل حاضر می‌شوند و متغیرهای مشاهده شده بر مبنای اکتشاف تبیین کننده متغیرهای پنهان می‌گردند. در شکل شماره (۳) مدل نهایی اثرات ادراک ساکنان بر توسعه گردشگری نشان داده شده است.



شکل ۳- مدل سازی اثرات ادراک ساکنان بر توسعه گردشگری - منبع: محاسبات نگارندگان

شاخص‌های کلی برازش مدل!

برازش مدل‌های ساختاری به دو صورت برازش کلی و برازش جزئی انجام می‌گیرد. برای برازش کلی مدل نیازمند توجه به چند شاخص برای تصمیم‌گیری می‌باشیم (Ghasemi, 2009: 146). شاخص $(CMIN/DF)$ به عنوان یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها برای قابل قبول بودن مدل می‌باشد، طبق جدول شماره ۲ شاخص $(CMIN)$ برابر است با $۶۹/۴۷۸$ ، شاخص $(CMIN/DF)$ برابر است با $۴/۰۷۸$ ، که مقدار بدست آمده قابل قبول می‌باشد، مقدار $(RMSEA)$ برابر با $۰/۰۹$ ، شاخص نیکویی برازش (CFI) برابر با $۰/۹۵۳$ هست که مقدار مطلوب (در دو مورد $RMSEA$ و $CMIN/DF$ قابل قبول می‌باشد) برای مدل فوق تلقی می‌گردد. همچنین مقدار شاخص برازش هنجار شدهی مقتصد $(PNFI)$ برابر با $۰/۶۴۱$ است. همچنین مقدار (GFI) برابر با $۰/۹۶۹$ ، دیگر شاخص‌ها (IFI) ، (RFI) ، (NFI) ، $(AGFI)$ ، به ترتیب برابر با $۰/۹۶۹$ ، $۰/۹۲۸$ ، $۰/۹۴۸$ ، $۰/۹۴۹$ ، هست، که همگی بالای $۰/۹$ می‌باشند. در مجموع با توجه به شاخص‌های بدست آمده می‌توان مدل را مطلوب دانست.

$CMIN^1$	خی (دو کای اسکوتر) DF	درجه آزادی P	سطح معنی داری $(CMIN/DF)$	کای اسکوتر نسبی (پهنجار شده GFI)
شاخص نیکویی برازش $AGFI$	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده NFI	شاخص نیکویی برازش اصلاح شده $PNFI$	شاخص نرمال شده بنتلر بویت	
شاخص برازش تطبیقی $PCFI$	شاخص برازش تطبیقی مقتصد $RMSEA$	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد		

جدول ۲- شاخص‌های نیکویی برازش مدل

شاخص برازش	CMIN	DF	CMIN/DF	GFI	CFI	RMSEA
مقدار	۶۹/۴۷۸	۱۷	۴/۰۸۷	۰/۹۵۸	۰/۹۵۳	۱/۰۹

منبع: محاسبات نگارندگان

شاخص‌های جزئی برازش مدل:

در این پژوهش اثرات ادراک ساکنین در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی بر توسعه گردشگری ارزیابی شده است، جدول شماره ۳ مقادیر غیر استاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار p) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می باشند. مقدار در کلیه روابط فوق کمتر از ۰/۵ است که نشان می دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده های تجربی قرار گرفته اند. همچنین در بین متغیرهای اصلی تحقیق، متغیر اقتصادی با ۰/۷۹ درصد برازش بیشترین تأثیر را بر ادراک ساکنین از گردشگران داشته است و بعد از آن مسائل فرهنگی و اجتماعی با ۰/۷۴ درصد در درجه دوم قرار دارد. در این بین شاخص زیست محیطی با ۰/۶۹ درصد کمترین اثر از ادراک را در بین ساکنین داشته است، بنابراین ادراک ساکنین از توسعه گردشگری افزایش کسب و کار و اشتغال می باشد، همچنین اعتقاد دارند که توسعه گردشگری باعث تبادل فرهنگی می شود و اثرات منفی در بخش فرهنگی ندارد، همچنین بر بخش زیست محیطی اثر منفی نداشته است و مسائل زیست محیطی حادی را منجر نمی شود.

جدول ۳- مقادیر برآورد استاندارد بین متغیرها

متغیر	تخمین	سطح معناداری	متغیر	تخمین	سطح معناداری
توسعه	<---	ادراک	اقتصادی	۲/۴۶۹	۰/۴۶
اجتماعی	<---	توسعه	زیست محیطی	۲/۴۰۲	***

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۵.

تحلیل چند متغیره ابعاد تصویر ذهنی و توسعه گردشگری:

با توجه به مدل و جدول شماره ۴، انجام تحلیل چند متغیره بین ابعاد تصویر ذهنی و توسعه گردشگری نشان می دهد که رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته وجود دارد و تأیید می شود، این رابطه مثبت می باشد یعنی تصویر ذهنی ساکنین از گردشگری به عنوان یک عامل توسعه می باشد. همچنین مقادیر غیر استاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار p) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می باشند. مقدار در کلیه روابط فوق کمتر از ۰/۵ است که نشان می دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده های تجربی قرار گرفته اند.

جدول ۴- مقادیر برآورد استاندارد بین متغیرهای تصویر ذهنی و توسعه گردشگری

متغیر	تخمین	سطح معناداری	متغیر	تخمین	سطح معناداری
جذب سرمایه	<---	توسعه	افزایش ترافیک	۱	۹/۲۴۸
جذب کسب و کار	<---	توسعه	افزایش قیمت کالا	۱/۲۲۵	۹/۸۵۰
فشار خدمات شهری	<---	توسعه	افزایش قیمت زمین	۵/۶۱۴	۶/۷۱۳

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۵.

تحلیل چند متغیره ابعاد اقتصادی و توسعه گردشگری:

در جدول شماره ۶ مقادیر غیر استاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار p) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می باشند. مقدار در کلیه روابط فوق کمتر از ۰/۵ است که نشان می دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده های تجربی قرار گرفته اند. همچنین با توجه به مدل و جدول شماره ۵، انجام تحلیل چند متغیره بین ابعاد اقتصادی و توسعه گردشگری نشان می دهد که

رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته وجود دارد و تأیید می شود، این رابطه مثبت می باشد یعنی تصویر ذهنی ساکنین از توسعه گردشگری مثبت می باشد و گردشگری منجر به توسعه اقتصادی می شود.

جدول ۵- مقادیر برآورد استاندارد بین متغیرهای اقتصادی و توسعه گردشگری

متغیر	معناداری	تخمین	معناداری	متغیر	معناداری	تخمین	معناداری
تعلق درآمدی	sc8	<---	اقتصادی	۱	۳/۵۳۷	***	معناداری
افزایش قیمت	sc9	<---	اقتصادی	۳/۵۰۸	***	۰/۰۱	معناداری

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۵.

تحلیل چند متغیره ابعاد اجتماعی- فرهنگی و توسعه گردشگری:

در جدول شماره ۶ مقادیر غیر استاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار p) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می باشند. مقدار در کلیه روابط فوق کمتر از ۰.۵ است که نشان می دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده های تجربی قرار گرفته اند. همچنین با توجه به مدل و جدول شماره ۶، انجام تحلیل چند متغیره بین ابعاد اجتماعی- فرهنگی و توسعه گردشگری نشان می دهد که رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته وجود دارد و تأیید می شود، این رابطه همچنین مثبت می باشد. یعنی تصویر ذهنی ساکنین از توسعه گردشگری در عین حال که منجر به تبادله فرهنگی می شود، مشکلات فرهنگی مانند از خود بیگانگی، افزایش جرایم و آسیب رسانی به فرهنگ بومی را نیز در پی دارد.

جدول ۶- مقادیر برآورد استاندارد بین متغیرهای اجتماعی و توسعه گردشگری

متغیر	معناداری	تخمین	معناداری	متغیر	معناداری	تخمین	معناداری
تبادل فرهنگی	sd3	<---	اجتماعی	۰۰۰/۱	از خودبیگانگی	sd8	<---
فرصت تفریحی	sd5	<---	اجتماعی	۶۷۱/	عدم آرامش	sd9	<---
آسیب به فرهنگ	sd6	<---	اجتماعی	۱۶۹/	افزایش جرم	sd10	<---
چشم انداز	sd7	<---	اجتماعی	۷۰۶/			

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۵.

تحلیل چند متغیره ابعاد زیست محیطی و توسعه گردشگری:

در جدول شماره ۷ مقادیر غیر استاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار p) نشان داده شده است. نتایج جدول حاکی از آن است که کلیه پارامترهای لامدا دارای تفاوت معنی داری با مقدار صفر می باشند. مقدار در کلیه روابط فوق کمتر از ۰.۵ است که نشان می دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده های تجربی قرار گرفته اند. همچنین با توجه به مدل و جدول شماره ۷ اعداد به دست آمده است، انجام تحلیل چند متغیره بین ابعاد زیست محیطی و توسعه گردشگری نشان می دهد که رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته وجود دارد و تأیید می شود، این رابطه مثبت و مستقیم می باشد، یعنی تصویر ذهنی ساکنین از توسعه گردشگری در عین حال که منجر به توسعه اقتصادی می شود، مشکلات زیستی مانند تخریب محیط زیست، آلودگی زیست محیطی را نیز در پی دارد.

جدول ۷- مقادیر برآورد استاندارد بین متغیرهای زیست محیطی و توسعه گردشگری

متغیر	معناداری	تخمین	معناداری	متغیر	معناداری	تخمین	معناداری
تخریب محیط	se5	<-	زیست	۱/۱۳	آلودگی صوتی	se10	<--
تولید زباله	se7	<-	زیست	۴۲۱/۱	آلودگی خاک	se11	<--
آلودگی هوا	se8	<-	زیست	۹۳۹/۱	کاهش چشم	se12	<--
آلودگی آب	se9	<-	زیست	۹۸۶/۱	عدم تطابق	se13	زیست

منبع: محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۵.

نتیجه‌گیری:

گردشگری و اکوتوریسم همانند هر فعالیت دیگری اشتغال‌زا و منبع درآمد است و زنجیره‌ای از فعالیت‌های اقتصادی و خدماتی را به وجود می‌آورد. گردشگری و اکوتوریسم می‌تواند راهبردی برای توسعه‌ی همه‌جانبه‌ی دولت از نظر اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی باشد. با توجه به تحلیل مدل ساختاری پژوهش، تمامی فرضیات تحقیق مورد تأیید قرار گرفته و نشان می‌دهد با تحقیقات قبلی انجام شده توسط تقدیسی و همکاران (۱۳۹۱)، ون‌کو و همکاران (۲۰۰۲) و استایلدیس و همکاران (۲۰۱۴) مطابقت دارد. از نظر اقتصادی، اکوتوریسم می‌تواند اثرات اقتصادی مهمی را برای نواحی در برداشته باشد. گردشگران و طبیعت گردان برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات، پول پرداخت می‌کنند. این پول‌ها در فعالیت‌های محلی جریان می‌یابد و موجب تحرک مناطق بومی در برآورده کردن هر چه بهتر و بیشتر نیازهای بازدیدکنندگان می‌شود. با توجه به اینکه گردشگری پدیده‌ای است که با انسان و انگیزه‌ها، خواسته‌ها، نیازها و آرزوهای او که منبعث از فرهنگ جامعه است ارتباط دارد، می‌توان گفت محرک اصلی گردشگری، اختلاف فرهنگ‌هاست. فرهنگ بانفوذ پرتوان خود، می‌تواند ماهیت، هدف، ساختار و کارکرد گردشگری را توضیح دهد. گردشگر و میزبان دارای فرهنگ و الگوهای اجتماعی متفاوتی هستند و در زمان گردش باهم تعاملاتی دارند. تأثیرات فرهنگی و اجتماعی آن‌ها بر یکدیگر دارای اهمیت ویژه‌ای است؛ بنابراین ساکنان، به‌عنوان ارائه‌دهندگان خدمات به گردشگری و گردشگران در روزهای تعطیل، همه باهم در تعامل هستند و نقش مهمی در ادراک گردشگران و همچنین ساکنین از تصویر ذهنی، بازی می‌کنند که نشان می‌دهد استراتژی‌های خاصی برای اصلاح و پیشگیری از تعارض‌های احتمالی موردنیاز است. در نتیجه در برنامه‌ریزی گردشگری باید از ایجاد تصاویر گمراه‌کننده و یا تحریف‌شده از مقصد با وجود سود کوتاه‌مدت اجتناب شود. گردشگران و همچنین مردم محلی به‌عنوان میزبان خیلی زودتر از بازدید مقاصد گردشگری و پس از بازگشتشان به خانه شروع به ساخت تصویر ذهنی از مقصد می‌کنند؛ بنابراین برنامه‌های تبلیغاتی در مورد مقاصد گردشگری نباید بیش از توان ویژگی مقاصد باشد، زیرا در غیر این صورت باعث بروز نارضایتی ساکنان بومی منطقه خواهد شد. در بررسی فرهنگ یک جامعه خاص باید توجه داشت که هیچ فرهنگی به‌صورت خودبه‌خودی به وجود نمی‌آید، بلکه هر فرهنگی در روندی تاریخی و در خلال ارتباطات با سایر فرهنگ‌ها ترکیبی عقلانی از عناصر فرهنگی را به خود می‌گیرد و در بحث گردشگری، فرهنگ‌ها همواره به ارزیابی و گزینش فرهنگ‌های دیگر می‌پردازند. به‌رحال هر جامعه‌ای ابزارهای دفاعی خود را دارد. لذا گردشگری چه وجود داشته باشد یا چه وجود نداشته باشد فرهنگ تغییر می‌کند، البته باید دلایل تغییرات در یک جامعه را در عواملی دیگر چون مدرک‌گرایی، ورود فناوری و تغییرات سریع نیز جستجو کرد. پدیده گردشگری، محیط، فرهنگ، هنر، سبک زندگی، ارتباطات، اعتقادات، سیاست، اقتصاد و نوع توسعه را در یک جامعه تحت تأثیر قرار می‌دهد که تمام این‌ها در جامعیت فرهنگ قرار می‌گیرند. بنابراین می‌توان پیشنهادات زیر را برای بهبود آن داد:

- آگاهی دادن به گردشگران در خصوص ارزش‌های مذهبی و انتقادات جامعه میزبان در غالب کدهای اخلاق گردشگری
- توسعه خدمات شهری و خدمات به خصوص در زمان اوج گردشگری برای جلوگیری از کمبودها
- آموزش دادن مسائل زیستی محیطی به گردشگران برای جلوگیری از تخریب محیط
- بالا بردن سطح آموزش مردم بومی با استفاده از برگزاری کلاس‌های آموزشی برای شغل‌های مربوط با صنعت گردشگری
- تقویت فرهنگ پذیرش مسافر در بین افراد بومی و نهادینه کردن آن‌ها.

References:

1. Aligholizadeh, F.N, Ghadami, N, Ramezanzadeh, M and Lesbooei, M(2010): Attitude and tendencies host community to develop tourism in rural areas (Case Study: Goleij district, city Tonkabon), *Research in Human Geography*, N 71, PP 35-48 (in Persian)
2. Aligholizadeh, F.N (2007): *The effects of tourism on rural areas. Geography doctoral thesis and rural planning*, Tehran University, p. 88 (in Persian)
3. Ap. J. & Crompton, J. L. (1998): *Developing and testing a tourism impact scale. Journal of Travel Research*, 37 (2), 120-130.
4. Barbour, J. (1993): *Ethics in an age of technology*, San Francisco: Harper Collines

5. Briassoulis, H. (2001): *Sustainable development and its indicators: Through a glass darkly. Journal of Environmental Planning and Management*, 44 (3), 409-427.
6. Brunt, Paul; Courtney, Paul. (1999): *HOST PERCEPTIONS OF SOCIOCULTURAL IMPACTS; Annals of Tourism Research*, Vol. 26, No. 3, pp. 493-515
7. Chamberlain, K. (2002): *Asia pacific. In A. Lockwood A & S. Medlik (Eds), Tourism & hospitality in the 21st century (pp. 134-53). Boston, M.A: Butterworth Heinemann.*
8. Choi, S.H. (2003): *Measurement of Sustainable Development progress for Managing Community Tourism, Dissertation for PHD Texas A&M University.*
9. CSD. (1997): *Indicators of sustainable development: programmed of work on indicators for sustainable development of the commission on sustainable development. As contained in the report of the secretary – general to the CSD on chapter 40 of agenda 21, “information for decision – making” (E / C N. 17/1995/18) (online). Available http://www.un.org/eSa/sustdev/program. htm.8pp.*
10. Diedrich a, Amy ; Garcí'a-Buades b , Esther . (2009): *Local Perceptions of tourism as indicators of destination decline ; Tourism Management* 30
11. Echtner, C. M. & Ritchie, J. R. B. (2003): *The meaning and measurement of destination image. Journal of Tourism Studies*. 14(1): 37e48.
12. Elliot, S. Papadopoulos, N. & Kim, S. S. (2011): *An integrative model of place image: exploring relationships between destination, product, and country image. Journal of Travel Research*, 50(5), 520e534.
13. Friesen, s.SuSan; (1997): *Sustainable Tourism Development; A master's Degree Project, the university of Calgary, Faculty of Environmental Design(planning)*
14. Gallarza, M. G. Saura, L. G. & García, H. C. (2002): *Destination image: towards a conceptual framework. Annals of Tourism Research*, 29(1), 56e78
15. Gartner, W. C. (1996): *Tourism development, Principles, Processes & Policies, New York, John Wiley & Sons, Inc.p180.*
16. Ghasemi, V (2009): *Structural Equation Modeling in Social Research Using Amos Graphics, Tehran: Sociologists (in Persian)*
17. Govers, R. Go, F. M. & Kumar, K. (2007): *Promoting tourism destination image. Journal of Travel Research*, 46(1), 15e23.
18. Hall, C. M. & lew, A. A (1998): *The gcography of sustainable tourism development: introduction. In C. M. Hall & A. A. lew (Eds), sustainable tourism: geographical perspectives (pp. 1-24). New York: Addison Wesley Longman Ltd.*
19. Hernandez. Sigfredo A. J.Cohen and H.L.Garcia(1996): *Resident Attitudes Towards an Instant. 759-760*
20. Hunter, C. and H. green (1995): *Tourism and environment, London: rout ledge*
21. Iarca , Ion; Lupu, Elena; Mihaela Stanescu, Denisa; Lavinia Mocanu, Daniela.(2011): *The psycho-social impact of the Olympic Winter Games organization on the Romanian tourism*
22. Jurowski, C. UySal, M. & Williams, D. R. (1997): *A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. Journal of tourism research*. 36 (2), 3-11.
23. Jurowski, Claudia & Gursoy, Dogan(2004): *Distance Effect on Residents Attitudes Toward Tourism; Annals of Tourism Research; Vol 31(2).*
24. Kim, H. (2002): *The Effects of Tourism Impacts Upon Quality of Life of Residents in The Community.*
25. Kotler, P. Haider, D. & Rein, I. (1993): *Marketing places. New York: The Free Press.Resort Enclave. Annals of Tourism Research. Vol 23. (4).*
26. MacInnis, D. J. and Price, L. L. (1987): *The role of imagery in information processing: review and extension, Journal of Consumer Research*, 13, 473± 491.
27. McCool, S. F. (1995): *Linking tourism the environmental, and concepts of sustainability: setting the stage. In S. F. McCool, & A. E. Watson (Eds). comps. Linking tourism, the environment at, and sustainability. Gen. Tech. Rep. INNNT – GTR – 323. Ogden, UT: USDA, Forest service, intermountain Research.*

28. McGahey, S. (1996): *Tourism: the multiplier effect & leakage*. <http://www.uog.edu/sbdc/journals>, accessed April 28, 2003.
29. McIntyre, G. (1993): *Sustainable tourism development: guide for local planners*. Madrid world tourism organization.
30. Mowforth, A, & Munt, I. (1998): *Tourism & sustainability: New tourism in the third world*. London: Rutledge.
31. Murphy, P.E (1983): *Perceptions and Attitudes of Decision Making Groups in Tourism Centers*, *Journal of Travel Research*, 21(3), p.8.
32. Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2011): *Developing a community support model for tourism*. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 964e988.
33. Nunkoo, R. & Ramkissoon, H. (2012): *Power, trust, social exchange and community support*. *Annals of Tourism Research*. 39(2). 997e1023.
34. Orams, M. B (1995): *Towards a more desirable form of ecotourism*, *Tourism Management*, 16 (1), 3-8.
35. Perdue, R. Richard; Long, T, Patrick, & Allen, L(1990): *Resident Support for Tourism Development; Annals of Tourism Research; Vol.17*.
36. Pigram, J. J. (1990): *Sustainable tourism – policy considerations*. *Tourism, studies*, 1 (2) 2-9.
37. Reid, D. (1995): *Sustainable development: An introductory guide*. London: Earth scans Publications.
38. Ritchie, J. R. B. (1993): *Crafting a destination vision: putting the concept of resident responsive tourism into practices*. *Tourism Management*, 12, 379-389.
39. Schroeder, T. (1996): *The relationship of residents' image of their state as a tourist destination and their support for tourism*. *Journal of Travel Research*, 34(4), 71e73.
40. Sharpley, Richard. (2014): *Host Perceptionceptions of tourism: A review of the research* , *Tourism Management* , 37- 49
41. Stylidis, Dimitrios; Biran, Avital; Sit, Jason; Szivas, Edith M. (2014): *Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and Perceptionceived tourism impacts*; p 247-270
42. Taghdisi, A, Taghvaei, M and Pyri, S (2012): *Analysis of the host society's attitude to the social impacts - cultural tourism city Dalahoo*, Issue 121, p 140 Index (in Persian)
43. Trousdale, W. & Gentoral, F. (1998): *Trouble in paradise: Moving island towards sustainable tourism development, the Urban century*, 1(4).
44. TSaur.S. H, Lin.Y.c, Lin.J. H (2005): *Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism management*. *Tourism Management*(Article in press).
45. *United Nations Conference on Environment & Development (UNCED) (1992): Rio Declaration on Environment & Development. Rio de Janeiro, Brazil: (UNCED)*.
46. Wan Ko , Dong ; Stewart, William, P.(2002): *A structural equation model of residents' attitudes for tourism development ; Tourism Management* 23 (2002)
47. WCED (world commission on Environment and development) (1987): *our common future*. Oxford: university press.
48. Whitton, T. (2002): *The contribution of tourism to the national economy. National tourism summit, 2nd Aug, warsick, Fiji*, <http://internetfiji.com/tes/warwick.html>, accessed March 26,
49. Wight, P. (1993): *Ecotourism: Ethics or eco – sell?* *Journal of travel research*, 31 (3), 3-9.
50. Ziaeei, M and Hasanpoor, M (2013): *Developed areas of strategic development of tourist destinations using the matching theoretical and practical models life cycle to and Irridex Anaheim, case of EMesr, Farahzad, Mohammadabad, Goregaz, Abozeyd'abad, Bndrig and Ashin, Rigjen and Jandagh*, *Journal of Geography and Spatial Planning urban*, N 9 (in Persian).

