برنامه‌ریزی و آمایش فضا
دوره ۲۳، شماره ۱،بهار ۱۳۹۸

تأثیر توانمندسازی بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری منطقه گردشگری کمردوغ

مهدی شکوهی[۱]، مسعود یزدان پناه[۲*]

۱- دانشجوی کارشناسی‌ارشد توسعه روستایی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان
۲- دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

دریافت: ۹۷/۷/۲۲ پذیرش: ۹۷/۱۱/۱۰

چکیده

توانمندسازی ساکنان مناطق گردشگری برای تضمین موفقیت و توسعه گردشگری پایدار الزامی است. توانمندسازی می‌تواند نگرش افراد را نسبت به اثرات مثبت و منفی گردشگری تحت تأثیر قرار دهد. به علاوه تحقیقات نشان می‌دهد که افراد در صورتی از توسعه گردشگری حمایت می‌کنند که نگرش آن‌ها نسبت به منافع و اثرات مثبت گردشگری بیشتر از هزینه‌ها و اثرات منفی آن باشد. از این‌رو انتظار می‌رود توانمندسازی بتواند حمایت از توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهد؛ بنابراین هدف این مطالعه بررسی تأثیر ابعاد توانمندسازی بر نگرش ساکنان منطقه گردشگری کمردوغ در استان کهکیلویه و بویراحمد نسبت به اثرات گردشگری و حمایت از توسعه است. جمعیت مورد مطالعه شامل ساکنان منطقه گردشگری کمردوغ بودند که نمونه تحقیق با استفاده از جدول کرجسی و مورگان (n=۲۲۰) تعیین شد و با روش نمونه‌گیری تصادفی انتخاب شدند. جهت تأیید روایی پرسش‌نامه از اعضای هیأت علمی و برای بررسی پایایی آن از ضریب آلفا کرونباخ (۰/۹۱- ۰/۷۱) استفاده شد. برای بررسی تأثیر ابعاد توانمندسازی بر نگرش ساکنان منطقه از رگرسیون خطی استفاده شد. نتایج مطالعه حاضر نشان داد سود اقتصادی شخصی و سه بعد دیگر توانمندسازی (اجتماعی، روانی و محیطی) توانسته‌اند متغیر نگرش نسبت به تأثیرات مثبت گردشگری را تحت تأثیر قرار دهند. این متغیرها میزان قابل توجهی (۵۱ درصد) از واریانس نگرش

*نویسنده مسئول: Email: yazdanm@asnrukh.ac.ir

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

نسبت به اثرات مثبت را پیش‌بینی کرده‌اند. همچنین نتایج نشان داد، سود اقتصادی شخصی و توانمندسازی سیاسی دو عامل مؤثر بر نگرش افراد به اثرات منفی گردشگری بوده‌اند. این متغیرها ۲۸ درصد از واریانس نگرش نسبت به اثرات منفی را پیش‌بینی کرده‌اند. همچنین نتایج تحقیق در مورد عوامل مؤثر بر حمایت از توسعه گردشگری نشان داد، اثرات مثبت گردشگری و همچنین توانمندسازی‌های روانی، اجتماعی و سیاسی تأثیر قابل توجهی بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری داشته‌اند. این متغیرها در مجموع ۴۷ درصد از واریانس حمایت از توسعه گردشگری را برآورد کرده‌اند.

کلیدواژگان: اثرات گردشگری، توانمندسازی، گردشگری پایدار، نگرش، منطقه گردشگری کمردوغ.

۱- مقدمه

گردشگری اغلب به عنوان کاتالیزوری برای توسعه ملی و منطقه‌ای، احیای جوامع و ارائه مزایا به مردم محلی در نظر گرفته می‌شود. علاوه‌بر سهم اقتصادی قابل توجه، گردشگری منجر به تأثیرات اجتماعی، فرهنگی و محیطی نیز در جامعه میزبان می‌شود (استایلیدیس و ترزیدوو، ۲۱۱:۲۰۱۴). گردشگری روستایی یکی از انواع مختلف گردشگری و بخشی از بازار گردشگری است و شامل فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی و پیرامون آن است (یاری‌حصار و همکاران، ۱۸۶:۱۳۹۴) و ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۲۶:۱۳۸۱). گردشگری روستایی با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی موجود در روستاها می‌تواند نقش مهمی در تجدید حیات روستاها، ایجاد اشتغال برای روستاییان، حفاظت از میراث فرهنگی و تاریخی، کمک به فراهم شدن خدمات زیربنایی، تشویق به توسعه سایر بخش‌های اقتصادی، تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصاد روستایی و در نهایت توسعه یکپارچه و پایدار روستایی ایفا کند. با این حال در کنار اثرات مثبت گردشگری روستایی این پدیده می‌تواند اثرات منفی مانند کالایی شدن فرهنگ، مهاجرت و تغییر در ارزش‌های اجتماعی و مذهبی جامعه میزان را به همراه داشته باشد (خسروجردی و نوری‌پور، ۱۶۸:۱۳۹۶). در کل کارکردهای گردشگری در پیوند با سطح کیفیت زندگی جامعه بومی می‌تواند پیامدهای مطلوب و نامطلوبی را به همراه داشته باشد که این امر به شدت بر نحوه نگرش جامعه میزبان تأثیر خواهد گذاشت. نگرش ساکنان ممکن است منجر به سیاست‌هایی شود که اثرات منفی توسعه گردشگری را به حداقل برساند و مزایای آن را به حداکثر برساند. تحقیقات نشان می‌دهند نگرش افراد نسبت به اثرات

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

مثبت و منفی گردشگری می‌تواند حمایت از توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهد (شکوهی و همکاران، ۱۳۹۷). به عبارتی گردشگری زمانی می‌تواند توسعه یابد که افراد نگرش مثبتی به اثرات آن داشته باشند (Ambrož, 2008). در این راستا مشارکت ساکنان در تصمیم‌گیری در طول برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری می‌تواند به توسعه نگرش مثبت نسبت به گردشگری کمک نماید (Garsia et al., 2015: 34). کول (۲۰۰۶) معتقد است توانمندسازی ساکنان نشان‌دهنده بالاترین پله نردبان مشارکت است که در آن اعضای یک جامعه عوامل تغییر هستند و توانایی یافتن راه حل برای مشکلاتشان، تصمیم‌گیری، اعمال اقدامات و ارزیابی راه حل‌ها را دارند (وانگ و زو، ۲۴۵:۲۰۱۵؛ کول، ۶۳۰:۲۰۰۶).

در این خصوص محققان استدلال می‌کنند مشارکت جامعه هدف نهایی نیست و گردشگری پایدار در نهایت در صورتی که ساکنان توانمند نشده باشند، ناکام خواهد ماند (بولی و همکاران، ۳۵:۲۰۱۴). در واقع توانمندسازی جامعه یک کلید اصلی به منظور توسعه رفاه جامعه از طریق گردشگری است (سوتاووا، ۴۱۳:۲۰۱۲). اصطلاح توانمندسازی محتوای بسیار غنی دارد و دانشمندان نظرات مختلفی را در این زمینه ارائه داده‌اند. تئوری توانمندسازی ریشه در کارهای اجتماعی، حفظ حقوق شهروندان، جنبش‌های زنان و همچنین حرکت سازمان‌های مردمی دارد و دهه ۱۹۶۰ آغاز ظهور آن بود. با رشد ماهیت میان رشته‌ای تحقیقات گردشگری، نظریه توانمندسازی در دهه ۱۹۸۰ به گردشگری تسری یافت (چن و همکاران، ۲۷۶:۲۰۱۷). توانمندسازی به عنوان یک فرایند مکانیزمی است که در آن تسلط مردم، سازمان‌ها و جوامع بر امور خود رخ می‌دهد. توانمندسازی در زمینه گردشگری ممکن است با تغییرات فردی، تغییرات بین فردی و تغییرات ساختاری اجتماعی مرتبط باشد (استرزلکا و همکاران، ۶۲:۲۰۱۷) و دارای چهار بعد اصلی شامل سود اقتصادی شخصی، روان‌شناختی، اجتماعی و سیاسی است. توانمندسازی ساکنان در حال حاضر یکی از وظایف مهم توسعه پایدار گردشگری است، به طوری که چوی و موری اشاره می‌کنند که اگر دولت نتواند ساکنان را تقویت کند، موفقیت توسعه و پایداری گردشگری تضمین نمی‌شود (بولی و همکاران، ۳۳:۲۰۱۴). در واقع توانمندسازی هسته فلسفی گردشگری پایدار است و روابطی قوی با رشته‌های مختلف برای غلبه بر بی‌عدالتی‌های اجتماعی دارد. پرکینز و زیمرمن (۵۶۹:۱۹۹۵) معتقدند که «توانمندسازی تبدیل به یک ساختار حیاتی برای درک توسعه افراد، سازمان و جوامع شده است». از این‌رو اهداف مشخصه رشد در صنعت گردشگری نیز با افزایش تقاضا در کیفیت و فعالیت‌های گردشگری از طریق مشارکت و توانمندسازی مردم و جامعه محلی در مقصد

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

گردشگری دنبال می‌شود (سوتاووا، ۴۱۵:۲۰۱۲). با وجود شواهد وسیع در مورد اهمیت توانمندسازی در توسعه گردشگری تحقیقاتی که به تأثیر این توانمندسازی بر نگرش و حمایت از توسعه گردشگری در ایران پرداخته باشند، وجود ندارند. از این‌رو هدف این مطالعه بررسی تأثیر ابعاد مختلف توانمندسازی گردشگری بر نگرش ساکنان مناطق گردشگری نسبت به اثرات مثبت و منفی گردشگری و حمایت از توسعه گردشگری است. منطقه مورد مطالعه یکی از مناطق گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد به نام منطقه گردشگری کمردوغ است. این منطقه به واسطه وجود هفتمین آبشار مرتفع ایران با نام آبشار کمردوغ با حدود ۱۰۰ متر ارتفاع به یکی از منحصر به فردترین مناطق گردشگری استان تبدیل شده است. این آبشار با عرض بیش از ۶۰ متر و آب نمکین خود یکی از زیباترین جاذبه‌های طبیعی کهگیلویه و بویراحمد است و نام آن در فهرست آثار ملی ایران قرار دارد. این آبشار در قلعه رئیسی مرکز بخش چاروسا از توابع شهرستان کهگیلویه قرار دارد.

۲- چارچوب نظری

تحقیقات فراوانی از نظریه تبادل اجتماعی به منظور درک نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری استفاده کرده‌اند (Gursoy et al., 2010: 381; Gursoy & Rutherford, 2004: 496; Nunkoo & Ramkissoon, 2012: 997). این نظریه معمولاً با درک تبادل منابع بین افراد و گروه‌ها در ارتباط است (Ap, 1992: 665). مطالعات مذکور نشان داده‌اند که منافع حاصل از گردشگری حمایت از توسعه صنعت گردشگری را به طور مثبت تحت تأثیر قرار می‌دهند و همچنین هزینه‌های درک شده بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری تأثیر منفی دارد (لی، ۲۷:۲۰۱۳). به عبارت دیگر ساکنان در مقایسه سود و زیان درک شده از مزایا و هزینه‌های گردشگری، در نهایت آن را زیان‌آور یا منفی تلقی می‌کنند، تمایل کمتری به توسعه دارند (ژوو و همکاران، ۵۱:۲۰۱۷). این تحقیقات تأکید دارند که ساکنانی که به لحاظ مالی از گردشگری سود می‌برند و طیف گسترده‌ای از تأثیرات گردشگری (یعنی اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و محیطی) را مثبت می‌دانند، در مقایسه با کسانی که گردشگری را دارای مزایای کمتری می‌دانند، از گردشگری حمایت بیشتری به عمل می‌آورند (Stylidis and Terzidou, 2014: 211; Andriotis & Vaughan, 2003: 172; Gursoy et al., 2010: 382).

همچنین توانمندی بخش جدایی‌ناپذیر از نظریه تبادل اجتماعی و درک نظری این مفهوم است که ساکنان هزینه‌ها و مزایای توسعه گردشگری را چقدر درک می‌کنند یا چه نگرشی نسبت به

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

اثرات مثبت و منفی گردشگری دارند و درنهایت چگونه تصمیم به حمایت یا مخالفت با گردشگری می‌گیرند (بولی و همکاران، ۳۶:۲۰۱۴). مرور منابع نشان می‌دهد توانمندی دارای ابعاد روانی، اجتماعی و سیاسی است. توانمندی روان‌شناختی در زمینه گردشگری زمانی رخ می‌دهد که غرور و اعتماد به نفس ساکنان مناطق گردشگری با شناخت گردشگرانی که منافع و ارزش‌های فرهنگی، منابع طبیعی و دانش سنتی ساکنان را به رسمیت می‌شناسند، افزایش می‌یابد. دی کاستری (۲۰۰۴) توانمندی روان‌شناختی را به عنوان توانایی گردشگری برای تجدید حس ساکنان در «جهانی شدن ارزش، فرهنگ و محیط زیست خودشان» توصیف می‌کند. درواقع وی این نوع توانمندسازی را به عنوان کمک به ارزش‌ها و فرهنگ جوامع و محیط زیست خود ارزیابی می‌کند که منجر به افزایش اعتماد به نفس و غرور شهروندان می‌شود. غرور و اعتماد به نفس مرتبط با توانمندسازی روان‌شناختی به عنوان یکی از اساسی‌ترین مزایای غیراقتصادی از گردشگری شناخته شده و یکی از عناصر ضروری برای مقصد گردشگری پایدار است (استرزلکا و همکاران، ۶۴:۲۰۱۷). توانمندسازی روانش‌ناختی به عنوان یک راه پیش‌بینی نگرش ساکنان نسبت به گردشگری شناخته شده است که نتایج ساختارهای مشابه منجر به اعتقاد توانمندی روان‌شناختی می‌شود و توانمندسازی تأثیر مثبتی بر تصور گردشگران از گردشگری خواهد داشت. تحقیقات اخیر از بولی و همکاران (۲۰۱۴) نشان می‌دهد، غرور و اعتماد به نفس در رابطه با توانمندسازی روان‌شناختی تأثیر مستقیم و مثبتی بر حمایت ساکنان از گردشگری دارد و همچنین تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر تصورات ساکنان از اثرات مثبت و منفی گردشگری در جامعه دارد (بولی و همکاران، ۳۵:۲۰۱۴). از این‌رو انتظار می‌رود توانمندسازی روان‌شناختی نگرش افراد نسبت به اثرات گردشگری و حمایت ساکنان از توسعه گرشگری را تحت تأثیر قرار دهد.

توانمندسازی اجتماعی یکی دیگر از ابعاد توانمندسازی است. توانمندسازی اجتماعی هنگامی رخ می‌دهد که فعالیت‌های مربوط به گردشگری روابط محلی را تقویت می‌کند و منجر به افزایش انسجام اجتماعی می‌شود (استرزلکا، ۶۳:۲۰۱۷). اسچی‌ونز (۲۴۵:۱۹۹۹) توانمندی اجتماعی را به عنوان تقویت تعادل و آرامش جامعه توصیف می‌کند، که در آن ارتباطات ساکنین آن با همدیگر بیشتر می‌شود و با یکدیگر شروع به همکاری می‌کنند. سیمونز و پارسونز (۱۹۸۳) خاطر نشان می‌کنند که توانمندسازی اجتماعی شامل تغییر در ساختار اجتماعی جامعه نیز می‌شود. گردشگری می‌تواند این تغییرات را با شرکت ساکنان در طرح‌های گردشگری و توسعه اجتماعی مانند مراکز برای بازارهای هنری و کشاورزی ترویج دهد.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

همچنین می‌توان استدلال نمود که اگر گردشگری از ارتباطات ساکنان جلوگیری کند، منجر به جناح‌بندی، جنگ و حسادت (ناتوانی اجتماعی) که از تأثیرات منفی توسعه گردشگری است، خواهد شد (استرزلکا و همکاران، ۶۲:۲۰۱۷). دی کاستری (۲۰۰۴) تأکید می‌کند توانمندسازی اجتماعی به عنوان نقش گردشگری در کمک به همکاری مردم برای کار جهت منافع مشترک است. فرض کلی در پشت این مفاهیم مبتنی بر جامعه این است که جوامعی که انسجام و همکاری قوی دارند بهتر از آن‌هایی هستند که در آن‌ها انسجام و همکاری وجود ندارد. اعتقاد بر این است که انسجام و همکاری افزایشی همراه با توانمندسازی اجتماعی تأثیر قابل توجهی بر حمایت کلی آن‌ها از گردشگری خواهد داشت (بولی و همکاران، ۳۵:۲۰۱۴). بر این اساس انتظار می‌رود توانمندسازی اجتماعی نگرش افراد به اثرات گردشگری و حمایت از توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

توانمندسازی سیاسی یکی دیگر از جنبه‌های مهم توانمندسازی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری است. ساکنانی که از طریق گردشگری از لحاظ سیاسی توانمند می‌شوند اثربخشی سیاسی را نشان می‌دهند و از منافع اجتماعی و سیاسی استفاده می‌کنند. توانمندی سیاسی، دانش و اطلاعات و به طور خاص آگاهی ساکنین از فرصت‌های موجود را افزایش می‌دهد و به این ترتیب موجب می‌شود افراد به تصمیم‌گیرندگان گردشگری کمک کنند. توانمندسازی سیاسی در حوزه گردشگری به ساکنان رهبری یا کنترل بر جهت و مسیر توسعه گردشگری در جامعه خود می‌دهد. این بعد از توانمندسازی بیشتر شبیه به مفهوم کلی کسب تسلط ساکنان بر امور خودشان است. دقیق‌تر توانمندسازی سیاسی ایجاب می‌کند که ساکنین در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری و همچنین داشتن نگرانی در مورد توسعه گردشگری نقش داشته باشند. توانمندسازی سیاسی نشان‌دهنده بالاترین رشته‌های نردبان مشارکت جامعه است، زیرا باعث می‌شود که ساکنان به کنترل فرایند برنامه‌ریزی گردشگری توجه داشته باشند. ادراک ساکنان از توانمندسازی سیاسی ارتباط معنی‌داری با چگونگی درک تأثیرات مثبت و منفی گردشگری دارد؛ بنابراین نتایج توانمندسازی سیاسی زمانی حاصل می‌شود که همه اعضای جامعه احساس کنند که در برنامه‌ریزی گردشگری سهیم هستند و می‌توانند نگرانی‌های خود در مورد توسعه گردشگری را به اشتراک بگذارند (اسچیونز، ۱۹۹۹). توانمندسازی سیاسی بر افزایش نیاز به کنترل توسعه گردشگری توسط ساکنان از طریق مشارکت و نظرخواهی فعال از آن‌ها در فرایند برنامه‌ریزی تأکید می‌کند (بولی و همکاران، ۱۱۳:۲۰۱۴). براین مبنا انتظار می‌رود

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

توانمندسازی سیاسی نگرش به تأثیرات مثبت و منفی گردشگری و حمایت از توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهد.

براساس مطالعات گذشته و ترکیب منطقی تئوری تبادل اجتماعی با تئوری دیگری از وبر تحت عنوان تئوری عقلانیت رسمی و اساسی، سود اقتصادی شخصی از گرشگری یکی از پیش‌بینی‌کننده‌های درک ساکنان از اثرات گردشگری و حمایت کلی آنان از توسعه گردشگری بوده است(بولی و همکاران، ۱۱۳:۲۰۱۴). بر این اساس گردشگری به طور گسترده به عنوان یک صنعت با مزایای اقتصادی شناخته شده است. توسعه این صنعت فرصت‌های شغلی و سرمایه‌گذاری برای مردم محلی را فراهم می‌کند و اقتصاد محلی را بهبود می‌بخشد. همچنین گردشگری درآمد شخصی را افزایش و سطح زندگی جوامع محلی را بهبود می‌دهد(نونکوو، ۶۲۳:۲۰۱۵). تحقیقات اولیه در مورد تأثیرات گردشگری، ایده ارتباط مثبت بین سود اقتصادی شخصی ساکنین از توسعه گردشگری و درک آن‌ها از تأثیرات گردشگری را تقویت کرده است (استایلیدیس و ترزیدو، ۲۱۶:۲۰۱۴). وانگ و فیستر (۸۵:۲۰۰۸) در پژوهش نگرش ساکنان نسبت به گردشگری و درک آن‌ها از منافع شخصی در یکی از جوامع کوچک واشنگتن به این نتیجه رسیدند که درک ساکنان از منافع شخصی گردشگری ارتباط نزدیک با نگرش آنان نسبت به گردشگری دارد. بر این اساس در این مطالعه انتظار می‌رود درک سود شخصی حاصل از گردشگری نگرش افراد نسبت به اثرات گردشگری و حمایت از توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهد.

با توجه به مطالب ارائه شده در این بخش چارچوب نظری مطالعه به صورت شکل ۱ ترسیم شده است. براساس این چارچوب ۵ فرضیه اصلی به شکل زیر مطرح می‌شود.

۱- ابعاد توانمندسازی نگرش ساکنان محلی را نسبت به اثرات مثبت گردشگری تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۲- ابعاد توانمندسازی نگرش ساکنان محلی را نسبت به اثرات منفی گردشگری تحت تأثیر قرار می‌دهد.

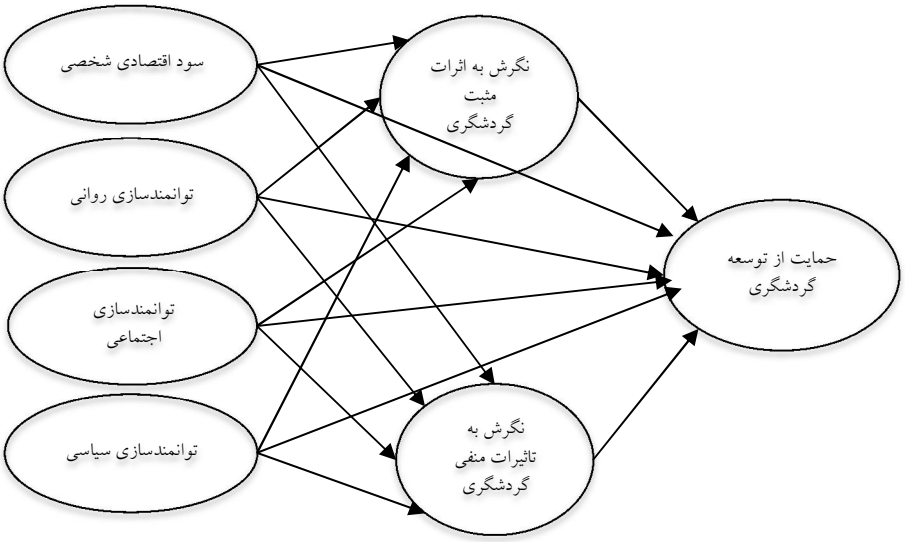
۳- نگرش افراد نسبت به اثرات مثبت گردشگری حمایت از توسعه گردشگری را به صورت مثبت تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۴- نگرش افراد نسبت به اثرات منفی گردشگری حمایت از توسعه گردشگری را به صورت منفی تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۵- ابعاد توانمندسازی به طور مستقیم حمایت از توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهند.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]



شکل ۱ چارچوب عوامل تعیین کننده حمایت از توسعه گردشگری (بولی و همکاران، ۲۰۱۴)

۳- روش تحقیق

این تحقیق از طریق فن پیمایشی طراحی و اجرا شد. جامعه آماری تحقیق شامل ساکنان منطقه گردشگری کمردوغ از توابع شهرستان کهگیلویه بودند. به منظور انتخاب نمونه‌ها از روش نمونه‌گیری تصادفی بهره گرفته شد که براساس جدول کرجسی و مورگان، ۲۲۰ نفر برای تحقیق انتخاب شدند. جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخت انجام شد. برای به دست آوردن گویه‌های هر یک از متغیرها از مرور مطالعات و پیشینه نگاشته‌ها استفاده شد. روایی پرسش‌نامه به وسیله هیأت علمی گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان تأیید گردید. مطالعه پیشاهنگ به منظور سنجش پایایی پرسش‌نامه روی ۳۰ نفر از ساکنان روستاهای خارج از منطقه کمردوغ صورت گرفت. سپس پایایی پرسش‌نامه از طریق آزمون آلفا کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت. با توجه به جدول ۱ ضرایب آلفای کرونباخ نشان داد، پایایی همگی متغیرها در حد مناسبی بودند (۰/۹۱ - ۰/۷۱). همچنین در این جدول تعداد گویه‌های مورد استفاده برای هر متغیر آورده شده است. به منظور سنجش گویه‌ها از طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای خیلی کم، "کم"، متوسط، زیاد و خیلی زیاد استفاده گردید. درنهایت جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار اس‌پی‌اس‌اس نسخه ۲۰ بهره گرفته شد.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

جدول ۱ آلفا کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیرها	آلفا	تعداد گویه ها
نگرش نسبت به اثرات کل مثبت	۰/۹۱	۳۶
نگرش نسبت به اثرات کل منفی	۰/۸۶	۲۹
حمایت از گردشگری	۰/۸۵	۴
سود اقتصادی شخصی	۰/۸۰	۶
توانمندسازی روانی	۰/۸۰	۳
توانمندسازی اجتماعی	۰/۸۴	۴
توانمندسازی سیاسی	۰/۷۱	۳

برای متغیر نگرش نسبت به اثرات مثبت و منفی گردشگری، گویه‌های مربوط به ۴ بعد از اثرات گردشگری در قالب ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی در دو بخش مثبت و منفی از میان منابع مختلف گردآوری شد. به علاوه نمونه‌هایی از گویه‌های تحقیق جهت سنجش ابعاد توانمندسازی و حمایت از توسعه گردشگری در جدول ۲ ارائه گردیده است.

جدول ۲ نمونه‌هایی از گویه‌های ابعاد توانمندسازی

توانمندسازی روان‌شناختی	گردشگری در منطقه کمردوغ باعث می‌شود که من افتخار کنم که یکی از ساکنان این منطقه هستم.
	گردشگری در منطقه کمردوغ باعث می‌شود احساس خاصی داشته باشم؛ چرا که مردم برای دیدن منطقه منحصر به فردی در شهرستان من به این‌جا می‌آیند.
توانمندسازی اجتماعی	گردشگری در منطقه کمردوغ باعث می‌شود من روحیه اجتماعی بیشتری را در خود حس کنم.
	گردشگری در منطقه کمردوغ برای من راهی باز می‌کند که بتوانم با جامعه ارتباط براقرار کنم.
توانمندسازی سیاسی	من احساس می‌کنم در تصمیمات توسعه گردشگری منطقه کمردوغ نقش دارم.
	رأی و انتخاب من در توسعه گردشگری منطقه کمردوغ مؤثر است.
سود اقتصاد شخصی	بخشی از درآمد من به وجود گردشگری در منطقه کمردوغ وابسته است.
	آینده اقتصادی خانواده من بستگی به گردشگری در منطقه کمردوغ دارد.
حمایت از توسعه گردشگری	به عقیده من گردشگری در منطقه کمردوغ باید به طور فعالانه تشویق گردید.
	من از گردشگری در منطقه کمردوغ حمایت می‌کنم.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

۴- یافته‌ها

آمار توصیفی (توصیف داده‌ها)

آمار توصیفی نشان داد میانگین سنی ساکنان پاسخ‌گو نزدیک به ۳۵ سال بوده است. حدود ۵۲ درصد از پاسخ‌گویان مرد و ۴۸ درصد زن بوده‌اند. میانگین تعداد افراد خانوار ساکنان ۵/۳ نفر است. شغل اصلی ۲۹ درصد از افراد مورد مطالعه در ارتباط با گردشگری و شغل اصلی سایرین غیرمرتبط به گردشگری بوده است.

رگرسیون تحلیل عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری

همان گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد به منظور تعیین عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری از رگرسیون خطی به روش اینتر استفاده گردید. بدین ترتیب متغیرهای سود اقتصادی شخصی از گردشگری، توانمندسازی اجتماعی، توانمندسازی روان‌شناختی و توانمندسازی سیاسی به عنوان متغیر مستقل و متغیر نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری به عنوان متغیر وابسته وارد معادله رگرسیون شدند. نتایج رگرسیون نشان داد این متغیرها در مجموع قادر است ۵۱ درصد از تغییرات نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری را در سطح معنی‌داری پیش‌بینی نمایند (Sig= ۰/۰۰۰۱ , F= ۵۷/۴۰۱, Constants=۴۱/۴۳). با توجه به معنی‌دار بودن t هر چهار متغیر مستقل سود اقتصادی شخصی، توانمندسازی روانی، توانمندسازی اجتماعی و توانمندسازی سیاسی، تأثیر معنی‌داری بر متغیر وابسته نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری داشتند. مقدار بتا به دست آمده نشان داد افزایش یک انحراف استاندارد در متغیرهای سود اقتصادی شخصی، توانمندسازی روانی، توانمندسازی اجتماعی و توانمندسازی سیاسی به ترتیب سبب افزایش ۰/۳۲، ۰/۳۰، ۰/۱۷ و ۰/۲۲ در انحراف استاندارد متغیر نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری می‌شود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت متغیر سود اقتصادی شخصی از گردشگری (β=۰/۳۲) قوی‌ترین متغیر در پیش‌بینی اثرات مثبت گردشگری بوده است. هنگامی که افراد احساس کنند که گردشگری می‌تواند به بهبود درآمد و وضعیت اقتصادی آن‌ها کمک کند و یا روابط اجتماعی و قدرت سیاسی آنان را تقویت می‌کند و یا می‌تواند در افراد حس غرور نسبت به منطقه و فرهنگ خود ایجاد نماید، نسبت به سایر اثرات گردشگری نیز دید مثبتی پیدا می‌کنند.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

جدول ۳ تحلیل رگرسیون عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری

متغیر	B	S.E.B	B	Sig.t
سود اقتصادی شخصی	۱/۳۵	۰/۲۰	۰/۳۲	۰/۰۰۰۱
توانمندسازی روانی	۲/۳۱	۰/۴۴	۰/۳۰	۰/۰۰۰۱
توانمندسازی اجتماعی	۰/۹۱	۰/۳۳	۰/۱۷	۰/۰۰۶
توانمندسازی سیاسی	۱/۶۶	۰/۴۳	۰/۲۲	۰/۰۰۰۱
	Sig= ۰/۰۰۰۱	F= ۵۷/۴۰۱	Constants=۴۱/۴۳	
متغیر	Multiple R	R^2	R^2 Adjust	R^2Change
نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری	۰/۷۲	۰/۵۱۹	۰/۵۱۰	۰/۵۱۹

رگرسیون تحلیل عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به اثرات منفی گردشگری

همان‌گونه که جدول ۴ نشان می‌دهد به منظور تعیین عوامل مؤثر بر اثرات منفی گردشگری از رگرسیون خطی به روش اینتر استفاده گردید. بدین ترتیب متغیرهای سود اقتصادی شخصی از گردشگری، توانمندسازی اجتماعی، توانمندسازی روان‌شناختی و توانمندسازی سیاسی به عنوان متغیر مستقل و متغیر نگرش نسبت به اثرات منفی گردشگری به عنوان متغیر وابسته وارد معادله رگرسیون شدند. نتایج رگرسیون نشان داد این متغیرها در مجموع قادر است ۲۹ درصد از تغییرات نگرش نسبت به اثرات منفی گردشگری را در سطح معنی‌داری پیش‌بینی نمایند (Sig= ۰/۰۰۰۱ , F= ۲۲/۴۱, Constants=۶۹/۱۰). با توجه به معنی‌دار بودن t در مورد متغیر مستقل سود اقتصادی شخصی و توانمندسازی سیاسی، این دو متغیر تأثیر معنی‌داری بر متغیر وابسته نگرش نسبت به اثرات منفی داشتند. مقدار بتا به دست آمده نشان داد افزایش یک انحراف استاندارد در متغیرهای سود اقتصادی شخصی و توانمندسازی سیاسی به ترتیب سبب افزایش ۰/۵۱ و کاهش ۰/۱۸ در انحراف استاندارد متغیر نگرش نسبت به اثرات منفی گردشگری می‌شود؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت متغیر سود اقتصادی شخصی از گردشگری (β=۰/۵۱) قوی‌ترین متغیر در پیش‌بینی نگرش نسبت به اثرات منفی گردشگری بوده است.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

جدول ۴ تحلیل رگرسیون عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به اثرات منفی گردشگری

متغیر	B	S.E.B	β	Sig.t
سود اقتصادی شخصی	۱/۴۴	۱۶	۰/۵۱	۰/۰۰۰۱
توانمندسازی روانی	۰/۵۶ -	۰/۳۵	۰/۰۱ -	۰/۸۷
توانمندسازی اجتماعی	۰/۳۸ -	۰/۲۶	۰/۱۰ -	۰/۱۴
توانمندسازی سیاسی	۰/۹۲ -	۰/۳۴	۰/۱۸ -	۰/۰۰۸
	Sig= ۰/۰۰۰۱	F= ۲۲/۴۱	Constants=۶۹/۱۰	
متغیر	Multiple R	R^2	R^2 Adjust	R^2Change
نگرش نسبت به اثرات منفی گردشگری	۰/۵۴	۰/۲۹	۰/۲۸	۰/۲۹

رگرسیون تحلیل عوامل مؤثر بر حمایت از گردشگری

همان‌گونه که جدول ۵ نشان می‌دهد به منظور تعیین عوامل مؤثر بر حمایت از رگرسیون خطی به روش اینتر استفاده گردید. بدین ترتیب ۶ متغیر نگرش نسبت به اثرات کل مثبت (اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی) و نگرش نسبت به اثرات کل منفی گردشگری، سود اقتصادی شخصی از گردشگری، توانمندسازی اجتماعی، توانمندسازی روان‌شناختی و توانمندسازی سیاسی به عنوان متغیرهای مستقل و متغیر حمایت به عنوان متغیر وابسته وارد معادله رگرسیون شدند. نتایج رگرسیون نشان داد این متغیرها در مجموع قادر است ۴۹ درصد از تغییرات پشتیبانی از گردشگری را در سطح معنی‌داری پیش‌بینی نمایند (Constants=۸/۰۲ , F= ۳۳/۹۱۶ , Sig= ۰/۰۰۰۱). با توجه به معنی‌دار بودن t در چهار متغیر اثرات مثبت گردشگری، توانمندسازی روانی، توانمندسازی اجتماعی و توانمندسازی سیاسی، تأثیر این متغیرها بر متغیر وابسته حمایت معنی دار بوده است. مقدار بتا به دست آمده نشان داد افزایش یک انحراف استاندارد در متغیرهای اثرات مثبت کل، توانمندسازی روانی، توانمندسازی اجتماعی و توانمندسازی سیاسی به ترتیب سبب افزایش ۰/۱۷، ۰/۱۸، ۰/۳۴ و ۰/۱۵ در انحراف استاندارد متغیر پشتیبانی می‌شود. از این‌رو می‌توان گفت متغیر توانمندسازی اجتماعی (β=۰/۳۴) در مقایسه با سایر متغیرهای اثرگذار قدرت بیشتری در پیش‌بینی متغیر حمایت دارد.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

جدول ۵ تحلیل رگرسیون عوامل مؤثر بر حمایت از توسعه گردشگری

متغیر	B	S.E.B	β	Sig.t
نگرش نسبت به اثرات کل مثبت	۰/۰۲۹	۰/۰۱۲	۰/۱۷	۰/۰۱۳
نگرش نسبت به اثرات کل منفی	-۰/۰۲	۰/۰۱۵	-۰/۱۰۲	۰/۰۸۴
سود اقتصادی شخصی	-۰/۰۶	۰/۰۴	-۰/۰۸	۰/۱۷
توانمندسازی روانی	۰/۲۲	۰/۰۸	۰/۱۸	۰/۰۰۵
توانمندسازی اجتماعی	۰/۳	۰/۰۵	۰/۳۴	۰/۰۰۰۱
توانمندسازی سیاسی	۰/۱۹	۰/۰۷	۰/۱۵	۰/۰۱۵
	۰/۰۰۰۱ Sig=	F= ۳۳/۹۱۶	Constants=۸/۰۲	
متغیر	Multiple R	R^2	R^2 Adjust	R^2Change
حمایت از توسعه گردشگری	۰/۷۰	۰/۴۹	۰/۴۷	۰/۴۹

۵- نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر با هدف بررسی تأثیر ابعاد توانمندسازی گردشگری بر نگرش نسبت به اثرات کلی مثبت و منفی گردشگری و حمایت از توسعه گردشگری انجام شده است. نتایج تحقیق نشان داد هر چهار عامل سود اقتصادی شخصی، توانمندسازی روان‌شناختی، سیاسی و اجتماعی تأثیر معنی‌داری بر نگرش افراد نسبت به اثرات مثبت گردشگری دارد. به عبارتی فردی که سود اقتصادی درک شده بالاتری داشتند یعنی معتقد است که گردشگری دارای مزایای اقتصادی شخصی و یا خانوادگی و شغلی برای وی بوده است و می‌توان به عنوان منبع درآمدی برای وی و یا سایر اعضای خانواده او باشد و حداقل بخشی از درآمد خود را حاصل گردشگری در منطقه‌اش می‌داند و یا بر این باور است که گردشگری می‌تواند در پرداخت صورتحساب‌ها و هزینه‌ها به وی کمک کند؛ نگرش وی نسبت به اثرات مثبت گردشگری بهبود می‌یابد. توانمندسازی اجتماعی بالاتر نیز که با استفاده از قدرت ارتباط با اعضای جامعه و مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی سنجیده شده است؛ منجر به نگرش بهتر به اثرات مثبت گردشگری شده است. همچنین توانمندسازی روانی بیشتر باعث بهبود نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری شده است. به عبارت دیگر افرادی که معتقدند توسعه گردشگری در منطقه باعث شده است آنان فرهنگ خود را منحصر به فرد بدانند و به آن افتخار کنند و درپی به اشتراک گذاشتن این

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

فرهنگ با سایر مردم باشند اثرات گردشگری را مثبت ارزیابی خواهند کرد. در نهایت براساس نتایج این تحقیق مؤلفه توانمندسازی سیاسی یکی دیگر از عوامل مؤثر بر نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری بوده است. به عبارت دیگر افرادی که معتقدند گردشگری به مداخله فعال آنان در تصمیمات مرتبط به گردشگری کمک کرده است؛ نگرششان نسبت به اثرات گردشگری مثبت بهتر شده است. این ۴ عامل در مطالعه بولی و همکاران (۲۰۱۴) نیز از عوامل تعیین‌کننده مؤثر بر نگرش به اثرات مثبت بوده‌اند.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد دو بعد سود اقتصادی شخصی و توانمندسازی سیاسی نگرش افراد را نسبت به اثرات منفی گردشگری تحت تأثیر قرار می‌دهد. سود اقتصاد شخصی به طور مثبت و توانمندسازی سیاسی به شکل منفی نگرش افراد را به اثرات منفی گردشگری متأثر می‌سازد. به عبارت دیگر برخلاف انتظار ساکنان منطقه کمردوغ که معتقد بودند گردشگری برای آنان مزایای اقتصادی و مالی به همراه داشته است، نگرششان نسبت به اثرات منفی گردشگری هم بالاتر رفته است. این موضوع می‌تواند ناشی از حسابگری‌های ساکنان مقاصد گردشگری در مورد اثرات نامطلوب گردشگری باشد. در واقع این افراد اثرات منفی گردشگری را تهدیدی برای منافع اقتصادی خود می‌دانند و در نتیجه این اثرات را بیشتر مورد توجه قرار داده‌اند، همچنین مطابق انتظار، افرادی که معتقد بودند گردشگری در منطقه منجر به این شده است که آنان در فرایند تصمیم‌گیری در مورد گردشگری در منطقه نقش داشته باشند و توانسته‌اند نگرانی‌های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند، نگرش منفی کمتری نسبت به اثرات گردشگری داشتند.

نتایج تحقیق در مورد عوامل مؤثر بر حمایت از توسعه گردشگری نشان داد نگرش نسبت به اثرات مثبت گردشگری و همچنین توانمندسازی‌های روانی، اجتماعی و سیاسی تأثیر قابل توجهی بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری داشته‌اند. به عبارتی همه عوامل به جز نگرش نسبت به اثرات منفی تأثیر مثبتی بر حمایت از توسعه داشته‌اند. این نتیجه با نتایج سایر تحقیقات مورد مقایسه قرار گرفته است. در این راستا تحقیق اخیر از بولی و همکاران (۲۰۱۴) نشان داد غرور و اعتماد به نفس در رابطه با توانمندسازی روان‌شناختی تأثیر مستقیم و مثبتی بر حمایت ساکنان گردشگری داشته است و تأثیر قابل ملاحظه‌ای بر تصورات ساکنان از اثرات مثبت و منفی گردشگری در جامعه دارد. همچنین به طور خاص یافته‌ها تأکید دارند که ساکنانی که به لحاظ مالی از گردشگری سود می‌برند و طیف گسترده‌ای از تأثیرات گردشگری (یعنی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، محیطی) را بیشتر مثبت می‌دانند از کسانی که مزایای کمتری دریافت می‌کنند بیشتر از گردشگری حمایت می‌کنند (Stylidis and Terzidou,

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

220 :2014). همچنین این نتیجه با نتیجه مطالعه وانگ و فیستر (۲۰۰۸) که در پژوهش خود در مورد نگرش ساکنان نسبت به گردشگری و درک آن‌ها از منافع شخصی در یکی از جوامع کوچک واشنگتن به این نتیجه رسیدند که درک ساکنان از منافع شخصی گردشگری ارتباط نزدیک با نگرش آنان نسبت به گردشگری دارد، همخوانی ندارد. همچنین این نتیجه با نتایج مطالعه شکوهی و همکاران (۱۳۹۷) در مورد تأثیر نگرش نسبت به اثرات منفی بر حمایت از توسعه گردشگری مغایرت و در مورد تأثیر نگرش نسبت به اثرات مثبت بر حمایت مطابقت دارد. مطابق با این نتیجه لی (۲۰۱۳) به این نتیجه دست یافت که هزینه‌های درک شده بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری تأثیر منفی می‌گذارند (لی، ۳۰:۲۰۱۳). به طور کلی براساس این مطالعه نگرش افراد نسبت به منافع و هزینه‌های گردشگری و ابعاد مختلف توانمندسازی تأثیر بسیاری بر حمایت از توسعه گردشگری داشته‌اند. از این‌رو پرداختن به توانمندسازی جوامع مقصد گردشگری راهی برای توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری خواهد بود. در این راستا مقامات محلی با دادن قدرت نظردهی و مشارکت ساکنان مناطق گردشگری می‌توانند به بهبود توانمندی افراد کمک کنند. به نظر می‌رسد اگر مدیران علاقه‌مند به تقویت توانایی روان‌شناختی در میان ساکنان منطقه باشند، باید به استراتژی‌های بازاریابی محصولاتی که مشخصه‌های خاص منطقه را با خود به همراه دارند، توجه کنند. همچنین یک روش برای افزایش توانمندسازی اجتماعی، برنامه‌ریزی طرح‌های گردشگری و رویدادهایی است که ساکنان را دور هم دیگر جمع کند و ارتباطات آنان را با یکدیگر و با گردشگران بیشتر سازد.

۶- منابع

- خسروجردی، مدینه و مهدی نوری‌پور (۱۳۹۶). شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی منطقه درودزن: تلفیق مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی و شبکه عصبی مصنوعی، *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، (۱)۲۱، صص ۱۶۷-۱۹۶.
- رکن‌الدین افتخاری عبدالرضا و اسماعیل قادری (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ای)، *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، (۲)۶، صص ۲۳-۴۱.
- شکوهی مهدی، یزدان‌پناه، مسعود، فروزانی، معصومه و مصطفی مردانی (۱۳۹۷). تأثیر هویت مکانی بر نگرش ساکنان نسبت به اثرات گردشگری و حمایت از توسعه گردشگری (موردشناسی: منطقه گردشگری کمردوغ)، *جغرافیا و آمایش شهری- منطقه‌ای*، ۲۸ صص ۱۶۸-۱۸۰.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

- یاری‌حصار ارسطو، مهدوی داوود، حیدری ساربان وکیل و خدیجه ابراهیمی (۱۳۹۴). پایش چرخه حیات گردشگری پایدار با استفاده از مدل تلفیقی آلن- باتلر (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان اردبیل). *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، (۴)۱۹، صص ۱۸۵-۲۱۶.
- Khosrojerdi M, Nooripoor, M. Identifying Rural Tourism Development Strategies for Doroodzan District: The Integration of Strategic Planning and Artificial Neural Network Techniques. MJSP. No. 21 (1). pp. 167-196, 2017. [in Persian]
- URL: http://journals.modares.ac.ir/article-21-11134-en.html
- Roknaddin Eftekhari A, Ghaderi E. The Rule of Rural Tourism in Rural Development (Theoretical Analysis). MJSP. No. 6 (2). pp. 23-4. 2002. [in Persian]
- URL: http://journals.modares.ac.ir/article-21-4582-en.html
- Shokouhi M, Yazdanpanah M, Foroozani M; Mardani M. Influence of place identity on residents' attitudes toward tourism impacts and support of tourism development (A case of the Tourism Region of Kamardugh). Geography and Territorial Spatial Arrangment. No. 28. pp. 167-180. 2018. [in Persian]
- Yari hesar A, Mahdavi D, Heidari Sareban V, Ebrahimi KH. Monitoring of Sustainable Tourism Life Cycle by using compilation model of Alen-Battler (The case study: Tourism Target Rurals of Ardabil province). MJSP. No. 19 (4). pp. 185-216. 2016. [in Persian].
- URL: http://journals.modares.ac.ir/article-21-10464-en.htm
- Ambrož, M. (2008). Attitudes of local residents towards the development of tourism in Slovenia: The case of the Primorska, Dolenjska, Gorenjska and Ljubljana regions. *Anthropological notebooks*, 14(1).
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. Journal of Travel Research, 42(2), 172–185.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. Annals of Tourism Research, 19(4), 665–690. Australia. Journal of Travel Research, 49(3), 381–394.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

- Boley, B. B., Maruyama, N., & Woosnam, K. M. (2015). Measuring empowerment in an eastern context: Findings from Japan. *Tourism Management*, *50*, 112-122.
- Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, *49*, 33-50.
- Chen, Z., Li, L., & Li, T. (2017). The organizational evolution, systematic construction and empowerment of Langde Miao's community tourism. *Tourism Management*, *58*, 276-285.
- Cole, S. (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. Journal of Sustainable Tourism, 14(6), 629–644.
- Di Castri, F. (2004). Sustainable tourism in small islands: Local empowerment as the key factor. INSULA-PARIS-, 13(1/2), 49.
- García, F. A., Vázquez, A. B., & Macías, R. C. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, *13*, 33-40.
- 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). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. Journal of Travel Research, 49(3), 381–394.
- Farmaki, A. (2017). The tourism and peace nexus. Tourism Management, 59, 528-540.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, *34*, 37-46.
- Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, *46*, 623-634.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. Annals of Tourism Research, 39(2), 997–1023.
- Perkins, D. D., & Zimmerman, M. A. (1995). Empowerment theory, research, and application. American Journal of Community Psychology, 23(5), 569–579.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]

- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. Tourism Management, 20(2), 245–249.
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Woosnam, K. M. (2017). Place attachment and empowerment: Do residents need to be attached to be empowered?. Annals of Tourism Research, 66, 61-73.
- Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of Tourism Research*, *44*, 210-226.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, *45*, 260-274.
- Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia Economics and Finance*, *4*, 413-422.
- Wang, S., & Xu, H. (2015). Influence of place-based senses of distinctiveness, continuity, self-esteem and self-efficacy on residents' attitudes toward tourism. *Tourism Management*, *47*, 241-250.
- Wang, Y., & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, *47*(1), 84-93.
- Zuo, B., Gursoy, D., & Wall, G. (2017). Residents' support for red tourism in China: The moderating effect of central government. *Annals of Tourism Research*, *64*, 51-63.

[Downloaded from hsmsp.modares.ac.ir on 2024-10-12]

[DOR: 20.1001.1.16059689.1398.23.1.7.8]