



Journal of Urban Environmental Planning and Development

Vol 4, No 16, Winter 2025

p ISSN: 2981-0647 e ISSN:2981-1201

Journal Homepage:<http://juep.iaushiraz.ac.ir/>

Research Paper

Investigation of Local Communities' Attitudes Towards Tourism Development in Urban Environments (Case study: Khalkhal City)

Mohammad Alizadeh* Assistant Professor, Department of Iranian Studies, Faculty of Iranian Studies, Vali-e-Asr University of Rafsanjan, Rafsanjan, Iran

Farhad Javan: Assistant professor, Department of Tourism Management, Faculty of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

Received: 2024/05/23 PP 17-28 Accepted: 2024/10/08

Abstract

In recent years, various studies have been conducted on residents' perceptions of tourism development, focusing on both positive and negative perceptions. The aim of this research is to examine the local community's attitude towards tourism development in Khalkhal City. The data collection tool used in this research was a questionnaire, and data analysis was performed using PLS software. The results indicate that perceived negative economic effects do not significantly impact the intrinsic satisfaction of the local community. Although tourism has led to a significant increase in property and land prices, it has not diminished the locals' love for their homeland. Furthermore, residents' loyalty was confirmed to influence the intrinsic satisfaction of the local community. One of the key findings of this research is that the local community's attitude towards tourism development is influenced by numerous factors, including economic considerations, cultural identity, environmental sustainability, communication practices, historical context, and social cohesion. Recognizing and addressing these factors is essential for achieving sustainable and successful tourism.

Keywords: *Tourism, Development, Local Communities, Urban Environments, Khalkhal.*



Citation: Alizadeh, M & Javan, F. (2025). **Investigation of Local Communities' Attitudes Towards Tourism Development in Urban Environments (Case study: Khalkhal City).** *Journal of Urban Environmental Planning and Development*, 4(16), 17-28.



© The Author(s) **Publisher:** Islamic Azad University of Shiraz

DOI:

* **Corresponding author:** Mohammad Alizadeh, **Email:** m.alizadeh@ru.ac.ir, **Tel:** +98 9144594066

Extended Abstract

Introduction

The attitude of local residents in understanding the dynamics of tourism development and its impact on the local community is highly important. Recent years have seen various studies focusing on residents' perceptions of tourism development, considering both positive and negative aspects. Some researchers have examined the negative perceptions of local residents towards tourism development, analyzing how these perceptions may lead to a lack of loyalty to tourism development, ultimately impacting the sustainability of the tourism industry. Conversely, some studies highlight the role of negative events in shaping positive attitudes among local residents. Khalkhal, a city in Ardabil Province, has recently attracted a significant number of tourists, especially during specific holidays, due to its pleasant climate. The influx of tourists has created challenges for the city's infrastructure, particularly during the peak tourism seasons (spring and summer), leading to various problems for local residents. This research aims to explore the local community's perceptions of tourism development in Khalkhal.

Methodology

This descriptive-analytical and applied research follows a positivist philosophy and employs a survey strategy with a quantitative approach. The data analysis tool used is the Smart-PLS structural equation modeling software. The statistical population includes all residents of Khalkhal, with a total population of around 40,000. According to Cochran's formula, 380 questionnaires were completed both electronically and in-person. The research questionnaire includes various items addressing perceived negative social and cultural impacts (3 questions), perceived negative economic impacts (3 questions), perceived negative environmental impacts (3 questions), intrinsic satisfaction of the local community (1 question), and residents' loyalty (2 questions).

Results and discussion

The results show that the perceived negative social and cultural impacts of tourism significantly influence the perceived negative

economic impacts, highlighting the importance of cultural issues in the city. Additionally, the perceived negative social and cultural impacts of tourism were found to significantly influence the perceived negative environmental impacts. However, the perceived negative economic impacts do not significantly affect the intrinsic satisfaction of the local community. This indicates that the local community values the environment and nature as a valuable asset and is concerned about its preservation. The perceived negative environmental impacts do not significantly affect the intrinsic satisfaction of the local community, suggesting that intrinsic satisfaction stems from within the community rather than external factors. Residents' loyalty significantly influences the intrinsic satisfaction of the local community. The path coefficients and significance of each hypothesis are detailed in Table 5. According to the research findings, the coefficient of determination (R^2) for perceived negative economic impacts is 0.453, for perceived negative environmental impacts is 0.424, and for intrinsic satisfaction of the local community is 0.306, indicating moderate predictive power for the research model. This research emphasizes the multifaceted nature of these attitudes, asserting that they cannot be solely analyzed through binary frameworks; instead, economic, social, cultural, and environmental considerations shape these explanations. Therefore, the present research highlights the necessity of understanding local residents' perceptions of tourists for proper and targeted tourism planning, as the success of tourism projects depends on them.

Conclusion

The local community's attitude towards tourism development is significantly influenced by the perceived economic benefits of the tourism industry. Many residents of Khalkhal believe that the tourism industry has the potential to create jobs, increase income, and improve infrastructure. Additionally, the social and cultural dimensions of tourism development cannot be overlooked. The local community's attitude is deeply intertwined with their cultural identity and social fabric. Many local residents take pride in their cultural heritage and tourism assets, eager to share them with visitors. Environmental considerations also play a crucial role in shaping the community's attitude towards tourism development. As tourism often

has significant environmental impacts, including increased traffic, pollution, and resource depletion, residents are particularly concerned about the sustainability of their local environment. This underscores the importance of integrating environmental sustainability into tourism planning. Moreover, the role of communication and information dissemination emerges as a significant factor influencing community attitudes. Many local residents express a desire for more information about tourism development projects, including their potential impacts and benefits. However, in Khalkhal, local residents are often not informed about the details of tourism plans, leading to suggested.

misunderstandings and skepticism about these projects. Ultimately, ongoing education and capacity-building initiatives should be implemented to empower local communities to actively participate in tourism development. By providing education, stakeholders can equip community members with the skills and knowledge necessary to engage in tourism-related activities and advocate for their interests. Such initiatives can foster a sense of ownership and pride in tourism development, ultimately leading to more positive attitudes and outcomes for both the community and the tourism industry.



فصلنامه برنامه ریزی و توسعه محیط شهری

دوره ۴، شماره ۱۶، زمستان ۱۴۰۳

شاپا چاپی: ۰۶۴۷-۲۹۸۱ شاپا الکترونیکی: ۱۲۰۱-۲۹۸۱

Journal Homepage: <http://juerp.iaushiraz.ac.ir/>

مقاله پژوهشی

واکاوی نگرش جوامع محلی به توسعه گردشگری در محیط‌های شهری (مطالعه موردی: شهر خلخال)

محمد علیزاده* استادیار گروه ایران‌شناسی، دانشکده ایران‌شناسی، دانشگاه ولی عصر (عج) رفسنجان، رفسنجان، ایران
فرهاد جوان: استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، بابل، ایران

دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۰۳ صص ۲۸-۱۷ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۱۷

چکیده

در سال‌های اخیر تحقیقات مختلفی در مورد ادراک ساکنان از توسعه گردشگری انجام شده است و ادراکات مثبت و منفی ساکنان به توسعه گردشگری را مورد توجه قرار داده‌اند. هدف این پژوهش بررسی نگرش جامعه محلی شهر خلخال به توسعه گردشگری است. ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسش‌نامه بوده و جهت تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار PLS استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد که اثرات اقتصادی منفی ادراک‌شده تأثیر چندانی بر رضایت درونی جامعه محلی ندارد. در تبیین این موضوع باید گفت درست است که در اثر گردشگری، قیمت املاک و زمین‌های منطقه بسیار بالا رفته اما این موضوع نتوانسته است عشق به وطن را در ساکنان محلی کاهش دهد. همچنین وفاداری ساکنان بر رضایت درونی جامعه محلی مورد تأیید قرار گرفت. این نتیجه کاملاً منطقی و عقلانی است چرا که مردم وطن خود را بیش از سایر مکان‌ها دوست دارند و علیرغم اثرات منفی گردشگری حاضر هستند همچنان در آن زندگی کنند. یکی از نتایج مهم این پژوهش این است که نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری تحت تأثیر عوامل بی‌شماری از جمله ملاحظات اقتصادی، هویت فرهنگی، پایداری محیطی، شیوه‌های ارتباطی، بافت تاریخی و انسجام اجتماعی است. لذا شناخت و توجه به این عوامل جهت داشتن گردشگری پایدار و موفق ضروری و حیاتی است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، توسعه، جوامع محلی، محیط‌های شهری، خلخال.

استناد: علیزاده، محمد؛ و جوان، فرهاد (۱۴۰۳). واکاوی نگرش جوامع محلی به توسعه گردشگری در محیط‌های

شهری (مطالعه موردی: شهر خلخال). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه محیط شهری، ۴(۱۶)، ۱۷-۲۸.

ناشر: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شیراز

© نویسندگان



DOI:

مقدمه

نگرش ساکنان محلی در درک پویایی توسعه گردشگری و تاثیر آن بر جامعه محلی بسیار مهم است. در سال‌های اخیر تحقیقات مختلفی در مورد ادراک ساکنان از توسعه گردشگری انجام شده است و ادراکات مثبت و منفی ساکنان به توسعه گردشگری را مورد توجه قرار داده‌اند (Rasoolimanesh et al, 2018). به طور مثال پژوهشی در مغولستان انجام شده و نتایج آن نشان می‌دهد که ساکنان برداشت‌های متفاوتی از تاثیرات گردشگری دارد (Munkhuu et al, 2023). هم‌چنین یک مطالعه مشابه در کشور آفریقای جنوبی انجام شد که نشان می‌دهد ساکنان تا حد زیادی از روند توسعه گردشگری راضی هستند اگرچه نگرانی‌هایی در مورد فاصله طبقاتی میان ثروتمندان و فقرا وجود دارد (Busisiwe-Mazibuko et al, 2023).

برخی از محققان بر نقش ادراکات منفی ساکنان محلی از توسعه گردشگری پرداختند. به طور کلی می‌توان تحلیل نمود که ادراکات منفی منجر به عدم وفاداری نسبت به توسعه گردشگری خواهد شد که در نهایت تاثیر مهمی بر پایداری صنعت گردشگری خواهد داشت. از طرفی برخی از مطالعات بر نقش کلیدی رویدادهای منفی بر نگرش مثبت ساکنان محلی دارد. به طور مثال پژوهشی در ووهان چین نشان داد که پس از همه‌گیری کرونا نظر مردم محلی نسبت به گردشگری مثبت شد (Yin et al, 2022) چرا که در مدت همه‌گیری کرونا از فواید گردشگری محروم شدند. در کنار این موضوع نیاز به بررسی رابطه میان ادراک ساکنان از گردشگری، نگرش‌ها و پشتیبانی وجود دارد. مطالعه‌ای که در چنگدو چین انجام شد، نشان می‌دهد که برداشت‌ها و ادراکات مثبت و منفی ساکنان از توسعه گردشگری تاثیر قابل توجهی بر نگرش و حمایت آنها از گردشگری دارد (Kim et al, 2022). این پژوهش نشان می‌دهد که جنسیت و وضعیت سکونت ساکنان محلی اثر تعدیل کننده‌ای بر نظرات ساکنان دارد. ادراکات منفی ساکنان نسبت به توسعه گردشگری یک حوزه مهم در تحقیقات این حوزه است.

برداشت منفی نقش مهمی بر شادی و وفاداری ساکنان به شهر خود خواهد شد. Sánchez-Teba et al (2019) اثرات منفی گردشگری در سه بعد تاثیرات منفی اقتصادی، تاثیرات منفی اجتماعی و تاثیرات منفی زیست‌محیطی را بیان کرده‌اند. آنها معتقدند که این عوامل تاثیر منفی بر شادی مردم محلی دارد. نتایج این پژوهش نشان داد که وفاداری ساکنان به شهرشان تاثیر مثبتی بر شادی آنها دارد. از طرفی هر چه ادراکات منفی مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گیرد و در مقابل وفاداری ساکنان ارتقا یابد تاثیرات آن بر شادی جامعه محلی نمایان خواهد شد. پژوهش دیگری توسط Jung et al (2020) در همین زمینه اثرات ادراکات منفی ساکنان به توسعه گردشگری را بر رضایت محلی و نگرش آنها نسبت به توسعه گردشگری پرداخت. این پژوهش نشان داد که سرمایه اجتماعی اثر تعدیل کننده‌ای بر رابطه ادراکات منفی و رضایت مردم محلی دارد.

سرمایه اجتماعی عامل مهمی در کاهش ادراکات منفی در رابطه با توسعه گردشگری است. هم‌چنین برخی پژوهش‌ها ادراکات ساکنان شهری را نسبت به توسعه گردشگری (Busisiwe-Mazibuko et al, 2023) و کشورهای در حال توسعه که دارای بازارهای کوچک گردشگری (Munkhuu et al, 2023) را بررسی کردند که خروجی این مطالعات نشان داد که ادراکات ساکنان از توسعه گردشگری متاثر از عواملی چون تحصیلات و آموزش، اصالت میراث و فعالیت‌های فرهنگی و فاصله میان فقیر و غنی است.

در مقابل، ادراک مثبت از اثرات گردشگری مورد توجه محققان مختلف قرار گرفته است. در مطالعه‌ای که در شهر عقابا انجام شده است، ساکنان دیدگاه‌های مثبتی نسبت به گردشگری داشتند به طور مثال آنها اذعان داشتند که گردشگری فرصت‌های شغلی را افزایش داده، اقتصاد محلی را بهبود داده و باعث ارتقای تبادلات فرهنگی و افزایش آگاهی گردشگران شده است (Al-Saad et al, 2018). در واقع چنین ادراکاتی نشان می‌دهد که ساکنان مزایای گردشگری را کاملاً درک می‌کنند.

شهر خلخال یکی از شهرهای استان اردبیل است. این شهر از اوایل دهه ۹۰ مورد توجه طبیعت‌گردان پیشگام قرار گرفت و سپس از اینکه مورد توجه افراد مشهور مانند بازیگران شد، روند توسعه گردشگری در آن شتابان شده است. به طوری که در سال‌های اخیر به خصوص در تعطیلات خاص، افراد زیادی برای بازدید و بهره‌برداری از هوای مطبوع آن به این شهر سفر می‌کنند. حجم زیاد گردشگران در شرایطی است که این شهر نتوانسته است که زیرساخت‌های خود را با این حجم تقاضا تطبیق دهد و با شروع فصل گردشگری (بهار و تابستان) برای مردم محلی مشکلات عدیده‌ای به وجود می‌آید. لذا این پژوهش در پی بررسی ادراکات مردم محلی این شهر نسبت به توسعه گردشگری است.

پیشینه و مبانی نظری تحقیق

گردشگری یکی از پدیده‌های اجتماعی - اقتصادی مهم و دارای آثار فرهنگی، سیاسی و محیطی بوده که به صورت پدیده‌ای فراگیر و جهانی درآمده است (Naim Abadi & Javan, 2021). ادراک ساکنان از توسعه گردشگری عامل مهمی در موفقیت و پایداری گردشگری است. ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که ادراک ساکنان مثبت و منفی است و چینی ادراکاتی بر وفاداری و شادی آنها موثر است. مطالعه‌ای بر روی ادراک ساکنان از توسعه گردشگری در مغولستان، کشوری در حال توسعه است که نشان داد ساکنان تاثیر گردشگری بر فعالیت‌های اقتصادی،

اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی به صورت مثبت و منفی ادراک می‌شود. اما در گرجستان و کوه آجارا ادراک ساکنان نسبت به توسعه گردشگری نشان داد که پاسخ‌دهندگان مسن و تحصیل کرده در مقایسه با افراد جوان و با تحصیلات کمتر تاثیرات گردشگری را مثبت قلمداد می‌کنند. از طرفی تفاوت معناداری میان زنان و مردان مشاهده شده است. به طور کلی می‌توان ادبیات نشان می‌دهد که ادراک ساکنان از توسعه گردشگری پدیده‌ای پیچیده و چند وجهی است و این ادراکات می‌تواند بر وفاداری و شادی جامعه محلی تاثیرگذار باشد (Gogitidze et al, 2022). طبق مطالعات مختلف اثرات و پیامدهای منفی گردشگری شامل افزایش هزینه‌ها زندگی (Liu and var, 1986) قیمت کالاها و خدمات افزایش می‌یابد (Johnson et al, 1994) افزایش قیمت زمین و املاک (Var et al, 1985)، فصلی بودن گردشگری (Bujosa and Roselló, 2007) افزایش ترافیک (Var et al, 1987) (Liu et al, 1987) آلودگی (Yoon et al, 2001) و فشار بر خدمات عمومی (Bujosa and Roselló, 2007) است.

یکی از مولفه‌های مهم در مقصدهای گردشگری با عنایت به جامعه محلی، رضایت و شادی آنها به عنوان اساس زندگی مطلوب است. رضایت از زندگی به این بستگی دارد که مردم چگونه اتفاقات را به یاد می‌آورند در حالی که شادی به نحوه تجربه مردم از زندگی مرتبط است (Kahneman and Riis, 2005). نیمی از رفاه ذهنی یک فرد از طریق دارایی و ثروت قابل تبیین است که به آن «نقطه مرجع» اطلاق می‌شود (Larsen and Buss, 2002). ۱۰ درصد آن توسط رویدادهای مختلف زندگی و ۴۰ درصد آن توسط فعالیت‌های خودخواسته افراد به وجود می‌آید و گردشگری جزو همین ۴۰ درصد محسوب می‌شود (Lyubomirsky et al, 2005). شادی و خوشحالی یک احساس بسیار مهم در زندگی است زیرا هر چه افراد شادتر باشند، احتمال بیشتری وجود دارد که رفتارها و وظایفی را انجام دهند که به نفع جامعه است (Diener and Lucas, 2000). هم‌چنین شادی ارتباط نزدیکی با میزان رضایت فرد از زندگی دارد. علاوه بر این، عوامل فردی، جمعیت‌شناختی، زمینه‌ای (مانند محیط فیزیکی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی) بر شادی مردم محلی تاثیر زیادی دارد (Rivera et al, 2015). سطح بالای شادی نشان دهنده احساسات مثبت نسبت به زندگی است. در سطح شناختی، احساس رضایت عمومی از زندگی، شخصی و کاری است اما در سطح عاطفی، فردی که سطح شادی بالایی دارد، احساسات مثبتی دارد و از زندگی که دارد احساس رضایت می‌کند (Myers & Diener, 1995). شادی ذهنی یک ادراک و تجربه شخصی افراد از تجربیات مثبت و منفی است که برای ارزیابی کیفیت زندگی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در واقع شادی ذهنی به درک خود فرد از زندگی باز می‌گردد (Kafashpor et al, 2018).

ادبیات گردشگری نشان می‌دهد که ارزش ادراک شده گردشگری یک عامل مهم و تعیین‌کننده برای شادی ساکنان است (Ozturk et al, 2015). بنابراین بسیاری از مقصدهای گردشگری به صورت آگاهانه و برنامه‌ریزی شده از آن برای افزایش رفاه شهروندان خود بهره می‌برند (Rivera et al, 2015). ارتقای رفاه و شادی باید هدف هر سیاستگذار باشد، لذا تعیین ماهیت نحوه اثرگذاری توسعه گردشگری بر رفاه و شادی ساکنان محلی موضوع مهمی است. زندگی ساکنان محلی زمانی تحت تاثیر قرار می‌گیرد که یک مقصد در پی جذب گردشگران است و مشارکت ساکنان برای یک تحول واقعی مورد نیاز است (Jurowski, 1994). پس در نتیجه ساکنانی که طرفدار توسعه گردشگری هستند با هم‌مانند نوازی خود منجر به تجربه بهتری برای گردشگران شده و امید به بازگشت گردشگران بیشتر می‌شود (Carmichael, 2006). از طرفی ادبیات علمی نشان می‌دهد که اهمیت حمایت ساکنان از توسعه گردشگری حیاتی و ضروری است (Andereck and Nyaupane, 2011). بنابراین ضروری است که یک مقصد به طور فعالانه و برنامه‌ریزی شده به دنبال رفاه ساکنان خود باشند تا شادی آنها را افزایش دهد. ساکنان اگر توسعه گردشگری را مثبت ادراک کنند، تمایل دارند خوشحالی خود را نیز بروز دهند و خود را خوشحال بدانند (ریورا و همکاران، ۲۰۱۵). با این حال توسعه گردشگری همیشه همراه با اثرات مثبت گردشگری همراه نیست. به طوری که گردشگری می‌تواند فرهنگ سنتی مردم محلی را تغییر داده (Ahmed and Krohn, 1993) و ترافیک را افزایش دهد (Rivera et al, 2015). در ادبیات گردشگری مطالعات نشان می‌دهد که مردم محلی تصور می‌کنند که گردشگری منجر به آلودگی‌های زیست محیطی می‌شود (Ahmed and Krohn, 1993).

ادبیاتی که در خصوص ادراک ساکنان از توسعه گردشگری وجود دارد اندکی متناقض و گاهی گیج‌کننده است. همین موضوع می‌تواند زمینه‌ساز تنوعی از یافته‌ها و نتایج شود. به عنوان مثال برخی از محققان مانند Dyer et al (2007) و Ap (1992) از اصطلاح «ادراک» و برخی مانند Zhang et al (2006) و Akis (1996) از اصطلاح «نگرش» استفاده می‌کنند. در کنار آنها برخی از محققان مانند Williams and Lawson (2001) از مفهوم «عقیده یا نظرات» و عده‌ای مثل Fredline and Faulkner (2000) مفهوم «واکنش» را برای آن بر گزیده‌اند. محققانی

1. Reference point

2. Perceptions

3. Attitudes

4. Pinions

5. Reactions

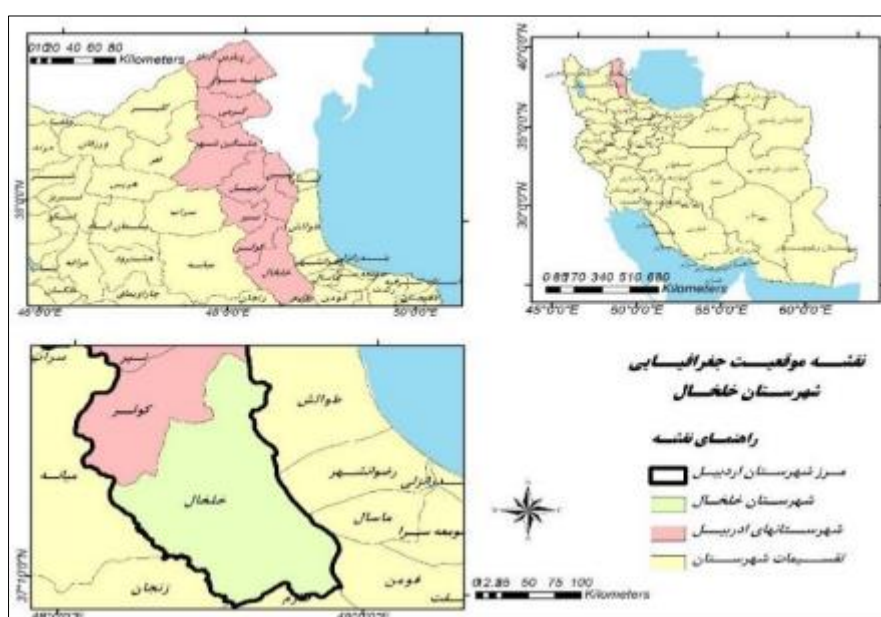
مانند Wall (1996) نیز هستند که ترجیح می‌دهند از مفهوم «چشم‌انداز یا دید» بهره ببرند. گروه دیگری مانند Lankford (1994) نیز هستند که به صورت ترکیبی و البته مبهم از دو مفهوم نگرش و ادراکات با هم استفاده می‌کنند. علیرغم این تنوع تعداد اندکی از محققان بر آن توجه داشتند. به طور کلی باید توجه داشت که تفاوت میان دو اصطلاح مهم است زیرا بسیاری از محققان از نگرش به جای بررسی ادراکات استفاده می‌کنند (Getz, 1994).

مواد و روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و دارای ماهیت توصیفی-تحلیلی است. این پژوهش از نظر فلسفه پژوهش جزو تحقیقات اثبات‌گرایانه است. استراتژی پژوهش جزو تحقیقات پیمایشی و روش پژوهش به صورت کمی است. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها، نرم‌افزار معادلات ساختاری Smart-PLS است. جامعه آماری پژوهش شامل تمام مردم شهر خلخال هستند. جمعیت شهر خلخال حدود ۴۰ هزار نفر است لذا طبق فرمول کوکران ۳۸۰ پرسش‌نامه به صورت الکترونیکی و حضوری تکمیل شد. پرسش‌نامه پژوهش گویه‌های مختلفی را در بر می‌گیرد. اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده (۳ سوال) اثرات منفی اقتصادی ادراک شده (۳ سوال) اثرات منفی محیطی ادراک شده (۳ سوال) رضایت درونی جامعه محلی (۱ سوال) وفاداری ساکنان محلی (۲ سوال).

محدوده مورد مطالعه

خلخال، یکی از بزرگ‌ترین شهرهای استان اردبیل و مرکز شهرستان خلخال است. خلخال در جنوب استان اردبیل واقع شده و از شمال به اردبیل، از شرق به کوه‌های تالش و استان گیلان، از جنوب به استان زنجان و از غرب به میانه ختم می‌شود. خلخال قدمتی ۴۰۰۰ ساله دارد. بر پایه آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵ جمعیت این شهر ۳۹۳۰۴ نفر (در ۱۱۵۰۱ خانوار) بوده است. خلخال در منطقه‌ای کوهستانی قرار دارد. آب و هوای خلخال به شدت تحت تأثیر ارتفاعات منطقه به ویژه کوه‌های تالش قرار گرفته است. این شهر دارای تابستان‌های معتدل و مطبوع با زمستان‌های سرد است.



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

بحث و ارائه یافته‌ها

اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه بر حسب جنسیت، سن، تحصیلات، رشته تحصیلی و حوزه فعالیت در جدول (۱) نشان داده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌گردد از نظر جنسیت، مردان بیشتر از زنان هستند. از نظر سنی بیشتر پاسخگویان در رده و گروه سنی ۲۰ تا

¹. Perspectives

۳۰ قرار داشتند. از نظر تحصیلات هم که پاسخگویان لیسانس بیشترین درصد و فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند. نتایج تفصیلی در جدول شماره ۱ قابل مشاهده است.

جدول ۱- اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه آماری

متغیر	ویژگی	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۲۵۶	۶۷/۳
	زن	۱۲۴	۳۲/۷
سن	۲۰-۳۰ سال	۱۵۸	۴۱
	۳۱-۴۰ سال	۹۶	۲۶
	۴۱-۵۰ سال	۸۰	۲۱
	بالای ۵۰ سال	۴۶	۱۲
تحصیلات	دیپلم یا کمتر	۱۷	۴/۴۷
	فوق‌دیپلم	۴۷	۱۲/۳۷
	لیسانس	۲۱۵	۵۶/۵۸
	فوق لیسانس	۸۴	۲۲/۱۰
	دکتری	۱۷	۴/۴۸

در جدول (۲) آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان به سؤالات پرسشنامه برحسب میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی ارائه شده است. به جز چند سوال پرسش‌نامه، بقیه از حد وسط یعنی عدد ۳ بالاتر است و این نتایج نشانگر این است که پاسخگویان در پاسخ به سؤالات از توافق نسبی برخوردار بودند. جهت بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های این پژوهش از چولگی و کشیدگی استفاده شده است. طبق تعریف علمی اگر نتایج چولگی در بازه (۳-، ۳+) و کشیدگی در بازه (۵-، ۵+) قرار داشته باشد پس توزیع داده‌ها طبیعی است و همان‌گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود این امر محقق شده است.

جدول ۲- آمار توصیفی سؤالات پرسشنامه

سازه	سؤالات	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک‌شده	q1	۱/۷۷	۰/۷۹۰	۰/۷۵۴	-۰/۰۲۲
	q2	۲/۸۷	۱/۱۰	۰/۱۴۱	-۰/۶۷۸
	q3	۲/۶۲	۱/۰۱	۰/۵۳۵	-۰/۱۶۹
اثرات منفی اقتصادی ادراک‌شده	q4	۳/۷۵	۱/۰۴	-۰/۴۳۰	-۰/۳۹۰
	q5	۳/۵۰	۱/۰۲۵	-۰/۲۹۰	-۰/۴۹۹
	q6	۲/۹۷	۰/۹۸۷	۰/۰۵۲	-۰/۶۳۹
اثرات منفی محیطی ادراک‌شده	q7	۳/۴۲	۰/۹۱۹	-۰/۳۷۳	۰/۰۲۵
	q8	۲/۸۰	۱/۰۵	۰/۴۲۱	۰/۴۲۰
	q9	۳/۵۵	۱/۰۴	-۰/۲۰۵	-۰/۵۸۶
رضایت درونی جامعه محلی	q10	۳/۳۰	۰/۹۲۷	-۰/۶۵۳	۱/۱۸
وفاداری ساکنان	q11	۳/۷۵	۰/۸۲۹	-۰/۰۴۳	-۰/۶۷۲
	q12	۲/۹۰	۱/۰۲	۰/۰۶۲	-۰/۶۰۳

مدل اندازه‌گیری

جهت اینکه سؤالات یا گویه‌های یک پژوهش معتبر باشد لازم است که بارهای عاملی، روایی و پایایی آن مورد بررسی قرار گیرد. معیار مهم برای اعتبار یک مهم بارهای عاملی است که باید از ۰/۵ بیشتر باشد. همان‌گونه که در جدول ۳ مشاهده می‌شود سؤالات پرسش‌نامه از بارهای عاملی با امتیاز بالا برخوردار هستند. یکی دیگر از نتایجی که در این جدول ارائه شده است پایایی، روایی همگرا و روایی واگرا است. برای

ارزیابی پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شد که چون مقادیر این دو شاخص از ۰/۷ بزرگترند و بنابراین پایایی ابزار پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد. از میانگین واریانس استخراجی جهت بررسی روایی همگرا بهره گرفته شد و چون که نتایج از ۰/۵ بزرگترند و بنابراین روایی همگرا مورد تایید است.

جدول ۳- ارزیابی مدل اندازه‌گیری تحقیق

سازه	سوالات	بارهای عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده	q1	۰/۷۸۳	۰/۷۸۰	۰/۸۷۲	۰/۶۹۴
	q2	۰/۸۸۵			
	q3	۰/۸۲۹			
اثرات منفی اقتصادی ادراک شده	q4	۰/۸۵۴	۰/۷۰۹	۰/۹۰۰	۰/۷۵۰
	q5	۰/۸۷۶			
	q6	۰/۸۶۷			
اثرات منفی محیطی ادراک شده	q7	۰/۸۰۲	۰/۷۵۰	۰/۸۵۷	۰/۶۶۷
	q8	۰/۸۷۹			
	q9	۰/۷۶۴			
رضایت درونی جامعه محلی	q10	۱	۱	۱	۱
وفاداری ساکنان	q11	۰/۶۶۲	۰/۶۱۴	۰/۸۰۸	۰/۶۸۵
	q12	۰/۹۶۵			

این مطالعه از نسبت فورنر و لارکر و شاخص روایی یگانه-دوگانه (HTMT) برای بررسی روایی واگرا استفاده کرده است. روایی واگرا برای اطمینان از عدم وجود مسائل هم خطی نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این روش لازم است که مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس، از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوط آن بزرگتر است و نتایج پژوهش نشان می‌دهد که چنین موضوعی در تحقیق حاضر محقق شده است. مطابق نتایج جدول ۴ و ۵ اعتبار واگرا مورد تایید بوده و سازه‌ها از ویژگی عدم هم خطی برخوردار هستند.

جدول ۴- تحلیل فورنر لارکر برای ارزیابی روایی واگرا

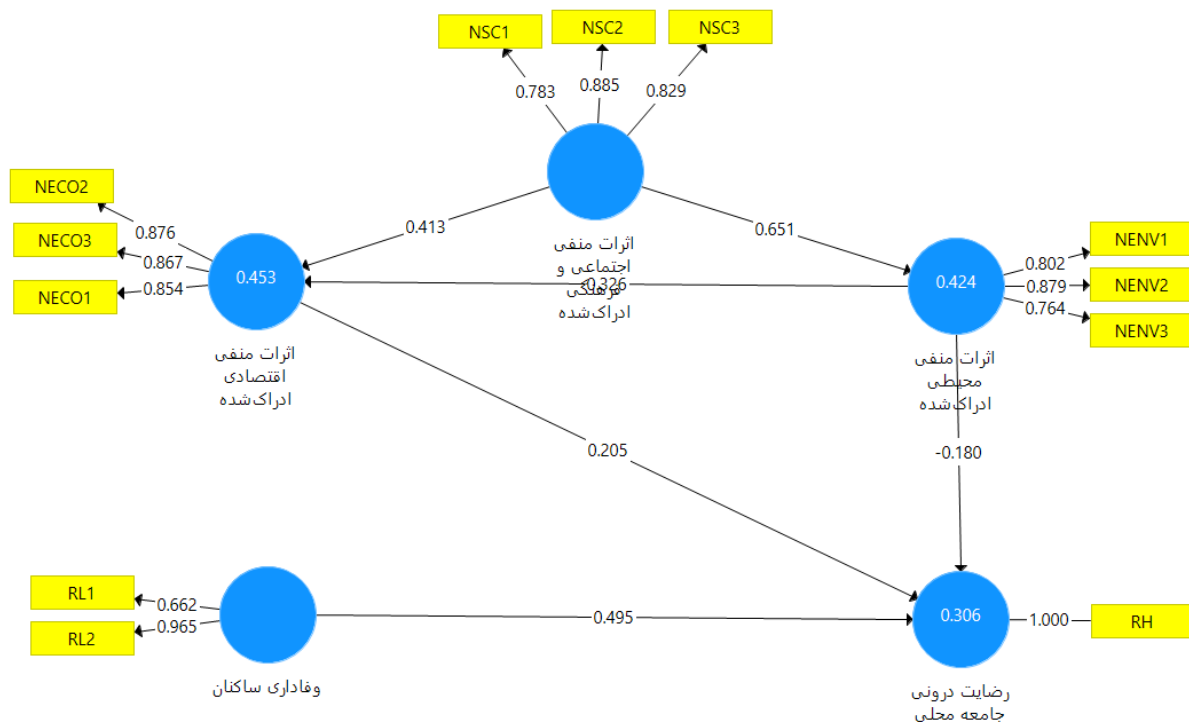
متغیر	اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده	اثرات منفی اقتصادی ادراک شده	اثرات منفی محیطی ادراک شده	رضایت درونی جامعه محلی	وفاداری ساکنان
اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده	۰/۸۳۳				
اثرات منفی اقتصادی ادراک شده	۰/۶۲۶	۰/۸۶۶			
اثرات منفی محیطی ادراک شده	۰/۶۵۱	۰/۵۹۶	۰/۸۱۶		
رضایت درونی جامعه محلی	-۰/۱۳۵	۰/۱۲۱	-۰/۱۱۴	۱	
وفاداری ساکنان	-۰/۳۱۲	۰/۰۴۶	-۰/۱۱۳	۰/۵۲۵	۰/۸۲۸

جدول ۵- تحلیل شاخص یگانه دوگانه (HTMT) برای ارزیابی روایی واگرا

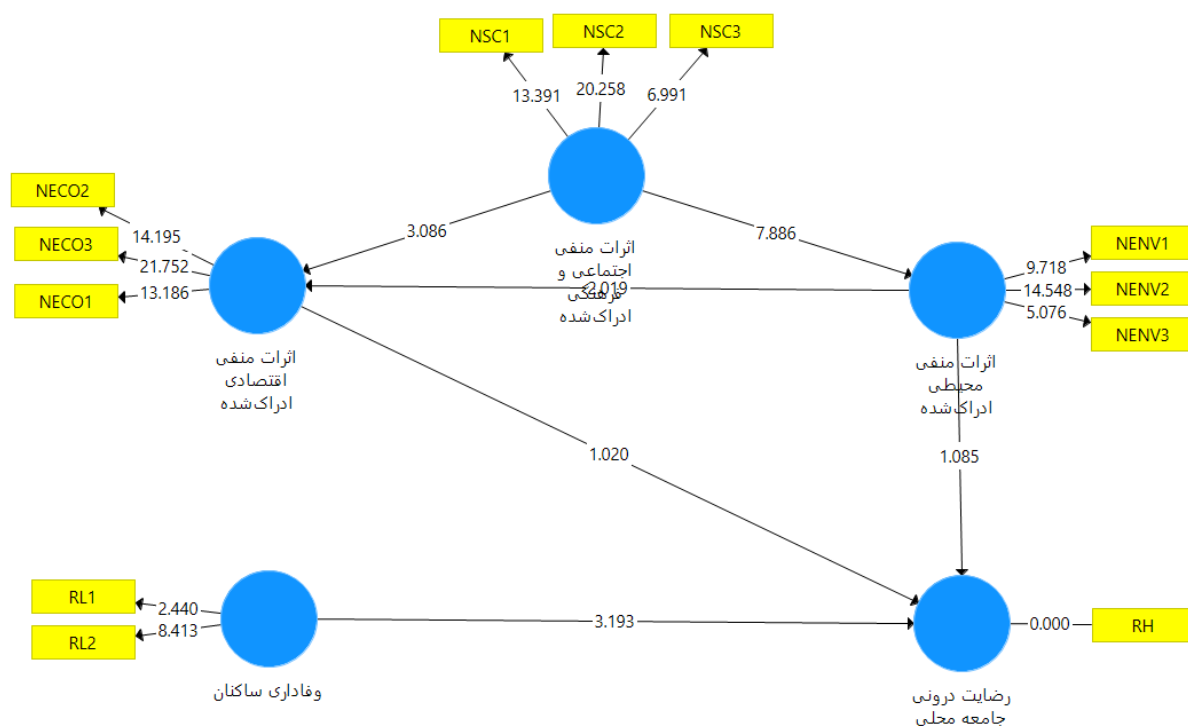
متغیر	اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده	اثرات منفی اقتصادی ادراک شده	اثرات منفی محیطی ادراک شده	رضایت درونی جامعه محلی	وفاداری ساکنان
اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده					
اثرات منفی اقتصادی ادراک شده	۰/۷۵۱				
اثرات منفی محیطی ادراک شده	۰/۸۲۵	۰/۷۳۳			
رضایت درونی جامعه محلی	۰/۱۵۸	۰/۱۳۶	۱		
وفاداری ساکنان	۰/۲۹۹	۰/۰۶۶	۰/۲۲۵	۰/۵۶۷	

مدل ساختاری

در این پژوهش جهت اعتبارسنجی مدل و تأیید یا رد فرضیه‌های پژوهش از روش بوت استرپینگ استفاده گردیده است. این روش یک شیوه استفاده مجدد از نمونه برای برآورد آماره تی و سنجش معناداری روابط است. به دیگر سخن، بوت‌استرپینگ آماره آزمون برای سنجش معناداری روابط میان متغیرها را محاسبه می‌کند و شامل ضریب مسیر (بتا)، معناداری (t-value)، ضریب تعیین (R^2) و کیفیت سنجی (Q^2) می‌باشد. در شکل (۲) مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین ضرایب و در شکل (۳) مدل ساختاری در حالت معناداری ضرایب ارائه شده است.



شکل ۲- مدل ساختاری تحقیق در حالت تخمین ضرایب



شکل ۳- مدل ساختاری تحقیق در حالت معناداری ضرایب

در جدول (۶) نتایج مربوط به فرضیه‌های تحقیق بیان شده است. مطابق نتایج به دست آمده تأثیر اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده گردشگری بر روی اثرات منفی اقتصادی ادراک شده مورد تأیید قرار گرفت و این موضوع نشان از اهمیت مسائل فرهنگی در این شهر دارد. همچنین تأثیر اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده گردشگری بر روی اثرات منفی محیطی ادراک شده تأیید شد. از طرف دیگر اثرات منفی اقتصادی ادراک شده تأثیر چندانی بر رضایت درونی جامعه محلی نداشته است و مورد تأیید قرار نگرفت. اما اثرات منفی محیطی ادراک شده بر روی اثرات منفی اقتصادی ادراک شده مورد تأیید قرار گرفت و این موضوع نشان می‌دهد که جامعه به محیط‌زیست و طبیعت خود به مثابه یک سرمایه ارزشمند نگاه می‌کند و نگران آن است. اما اثرات منفی محیطی ادراک شده بر روی رضایت جامعه محلی مورد تأیید قرار نگرفت و این نتایج نشانگر این مساله است که رضایت درونی جامعه محلی از درون جامعه نشئت می‌گیرد و کمتر متأثر از عوامل بیرونی است. وفاداری ساکنان بر رضایت درونی جامعه محلی تأثیر معناداری داشته و مورد تأیید قرار گرفت. ضرایب مسیر و معناداری هر کدام از فرضیه‌های به صورت مبسوط در جدول شماره ۶ قابل مشاهده است.

با توجه نتایج پژوهش ضریب تعیین یا همان (R^2) که میزان پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیر(های) مستقل را مشخص می‌سازد؛ مشاهده می‌گردد که ضریب تعیین اثرات منفی اقتصادی ادراک شده $0/453$ و اثرات منفی محیطی ادراک شده با $0/424$ و رضایت درونی جامعه محلی با ضریب $0/306$ که نشان‌دهنده ضرایب تعیین متوسطی بوده و در نتیجه مدل تحقیق دارای قدرت پیش‌بینی‌کنندگی متوسطی می‌باشد.

در نهایت مقادیر R^2 که کیفیت پیش‌بینی متغیرهای وابسته را نشان می‌دهد؛ براساس نتایج بیشترین مقدار R^2 برای اثرات منفی اقتصادی ادراک شده با مقدار $0/287$ و سپس اثرات منفی محیطی ادراک شده با $0/239$ است. همچنین کمترین مقدار به رضایت درونی جامعه محلی با مقدار $0/165$ می‌باشد.

جدول ۶- نتایج بخش ساختاری و بررسی فرضیه‌های تحقیق

ردیف	فرضیه	ضریب مسیر	t-value	P-value	وضعیت فرضیه
۱	اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده \leq اثرات منفی اقتصادی ادراک شده	۰/۴۱۳	۳/۰۸	۰/۰۰۲	تایید
۲	اثرات منفی اجتماعی و فرهنگی ادراک شده \leq اثرات منفی محیطی ادراک شده	۰/۶۵۱	۷/۸۸	۰,۰۰۰	تایید
۳	اثرات منفی اقتصادی ادراک شده \leq رضایت درونی جامعه محلی	۰/۲۰۵	۱/۰۲	۰/۳۰۸	رد
۴	اثرات منفی محیطی ادراک شده \leq اثرات منفی اقتصادی ادراک شده	۰/۳۳۶	۲/۰۱۹	۰/۰۴۴	تایید
۵	اثرات منفی محیطی ادراک شده \leq رضایت درونی جامعه محلی	۰-/۱۸۰	۱/۰۸۵	۰/۲۷۸	رد
۶	وفاداری ساکنان \leq رضایت درونی جامعه محلی	۰/۴۹۵	۳/۱۹۳	۰/۰۰۱	تایید

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

بررسی نگرش‌های جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری، تأثیر متقابل پیچیده‌ای از عواملی را که شامل ادراکات، تجربیات و انتظارات است را آشکار می‌کند. این پژوهش با هدف روشن نمودن ماهیت چندوجهی این نگرش‌ها، تأکید می‌کند که این نگرش‌ها را صرفاً نمی‌توان در چارچوب تحلیل‌های صفر و یکی دید بلکه ملاحظات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی این تبیین‌ها را متأثر می‌سازند. پس نتایج پژوهش حاضر بر این نکته تأکید دارد که جهت برنامه‌ریزی درست و هدفمند گردشگری باید ادراک ساکنان محلی از گردشگران را به خوبی شناخت چرا که موفقیت طرح‌های گردشگری به آنها وابسته است.

قبل از هر چیز، ضروری است بیان شود که نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری به طور قابل توجهی تحت تأثیر منافع اقتصادی ادراک شده از صنعت گردشگری است. بسیاری از ساکنان شهر خلخال معتقدند که صنعت گردشگری پتانسیل ایجاد شغل، افزایش درآمد و بهبود زیرساخت‌های را داراست که همراستا با پژوهش‌های جانسون و همکاران (۱۹۹۴)، وار و همکاران (۱۹۸۵) و ابراهیم‌نیا (۱۳۹۲) است که ظرفیت گردشگری در خلق منافع اقتصادی را مورد تأکید قرار داده‌اند. با این حال، منافع اقتصادی به طور مساوی توزیع نمی‌شوند. به طور مثال در مطالعات میدانی مشخص شد که فعالان اقتصادی مرکز شهر خلخال رضایت بیشتری از صنعت گردشگری دارند اما مردم نواحی اطراف شهر و حواشی آن چندان اثرات اقتصادی گردشگری را لمس نمی‌کنند. همین موضوع موجب می‌شود که برخی از افراد جامعه محلی، گردشگری را به عنوان یک فرصت اقتصادی قلمداد می‌کند اما در مقابل برخی آن را موجبات ایجاد نابرابری می‌دانند. پس این رویکرد جامعه محلی نشان می‌دهد که سیاست‌های گردشگری باید توزیع عادلانه منافع گردشگری را تضمین نماید و حس مالکیت را در جامعه تقویت کند. علاوه بر این، ابعاد اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری را نمی‌توان نادیده گرفت. نگرش جامعه محلی عمیقاً با هویت فرهنگی و بافت اجتماعی آنها در هم تنیده است. بسیاری از ساکنان محلی شهر خلخال به میراث فرهنگی و دارایی‌های گردشگری خود افتخار می‌کنند و مشتاق هستند آن را با بازدیدکنندگان به اشتراک بگذارند. با این حال، نگرانی‌هایی در مورد کالایی شدن فرهنگ مردم محلی و از دست رفتن احتمالی اصالت وجود دارد. این دوگانگی بر ضرورت تعامل توسعه‌دهندگان گردشگری با جامعه محلی به روش‌های معنی‌دار، احترام گذاشتن به شیوه‌ها و سنت‌های فرهنگی تأکید و همچنین تضمین می‌کند که گردشگری موجب تقلیل و کاهش کیفیت یا اصالت جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی نمی‌شود. در این میان مدل‌های توسعه گردشگری جامعه محور که بر مشارکت و کنترل محلی تأکید دارند، ممکن است به عنوان چارچوب‌های مؤثری برای توجه به این نگرانی‌ها عمل کنند. همراستا با نتایج پژوهش زارعی و همکاران (۱۴۰۰) توان مشارکت مردم خلخال در طرح‌های گردشگری پایین است لذا ضرورت طرح‌های مشارکتی وجود دارد.

ملاحظات زیست‌محیطی نیز نقش اساسی در شکل دادن به نگرش جامعه نسبت به توسعه گردشگری دارد. از آنجایی که گردشگری اغلب اثرات زیست‌محیطی قابل توجهی دارد، از جمله افزایش ترافیک، آلودگی و کاهش منابع، ساکنان به طور قابل توجهی در مورد پایداری محیط محلی خود نگران هستند. لذا این امر اهمیت ادغام پایداری محیطی در برنامه‌ریزی گردشگری را برجسته می‌کند. این نتایج همراستا با پژوهش تراکشوند و همکاران (۱۴۰۱) است که معتقدند تداوم فعالیت‌های گردشگری در یک منطقه منجر به اثرات منفی به محیط می‌شود. ذینفعان باید اقدامات دوستدار محیط زیست را در اولویت قرار دهند و در گفتگوهای شفاف با جامعه در مورد پیامدهای زیست‌محیطی توسعه گردشگری

شرکت کنند. چنین تلاش‌هایی می‌تواند به ایجاد اعتماد و تقویت رویکرد مشترک برای مدیریت تأثیر گردشگری بر اکوسیستم‌های محلی کمک کند.

علاوه بر این، نقش ارتباطات و انتشار اطلاعات به عنوان یک عامل مهم تأثیرگذار بر نگرش جامعه ظاهر شده است. بسیاری از ساکنان محلی برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد پروژه‌های توسعه گردشگری، از جمله تأثیرات و مزایای بالقوه آنها ابراز تمایل می‌کنند. اما در شهر خلخال مردم محلی در جریان جزئیات طرح‌های گردشگری قرار نمی‌گیرند بنابراین این کمبود اطلاعات اغلب منجر به سوء تفاهم و تردید در مورد این طرح‌های می‌شود. بنابراین، استراتژی‌های ارتباطی موثر برای خلق نگرش مثبت نسبت به توسعه گردشگری ضروری است. ذینفعان باید کانال‌های ارتباطی باز، شفاف و فراگیر را در اولویت قرار دهند که به اعضای جامعه اجازه می‌دهد نگرانی‌های خود را بیان کنند، سؤال بپرسند و در فرآیند تصمیم‌گیری مشارکت کنند. این رویکرد نه تنها مشارکت جامعه را افزایش می‌دهد، بلکه احساس مالکیت و سرمایه‌گذاری در توسعه گردشگری را ایجاد می‌کند.

علاوه بر این، مطالعه حاضر بر اهمیت زمینه تاریخی در شکل‌دهی نگرش‌های جامعه تأکید کرد. جوامع با سابقه تجربیات منفی مرتبط با گردشگری، مانند ازدحام بیش از حد، فرسایش فرهنگی، یا بهره‌برداری اقتصادی، احتمالاً نسبت به ابتکارات گردشگری جدید تردید یا مقاومت نشان می‌دهند. همین مساله در شهر خلخال به شدت وجود دارد چرا که تاکنون هر وعده‌ای در زمینه توسعه گردشگری یا عمل نشده است یا اگر هم عمل شده است به صورت ناقصی اجرا شده است. نمونه روشن آن تله کابین اندبیل بود که از دهه‌های ۸۰ قول آن داده شده و تاکنون اجرایی نشده است. در مقابل، جوامعی که نتایج مثبتی را از توسعه گردشگری تجربه کرده‌اند، ممکن است حمایت بیشتری داشته باشند. مردم خلخال به کرات در مورد توسعه گردشگری در شهرستان مشکین شهر صحبت می‌کنند و مرتب به مسئولان روند توسعه گردشگری آنجا را به رخ می‌کشند. بنابراین این دیدگاه تاریخی بر نیاز توسعه‌دهندگان گردشگری به یادگیری از تجربیات گذشته و تعامل با اعضای جامعه برای درک ناراضی‌ها و آرزوهای تاریخی خود تأکید می‌کند. با انجام این کار، توسعه دهندگان می‌توانند در جهت ایجاد یک رابطه مثبت و مشارکتی بیشتر با جامعه محلی کار کنند.

یافته‌ها همچنین بر اهمیت انسجام جامعه و سرمایه اجتماعی در شکل‌دهی نگرش به توسعه گردشگری تأکید می‌کنند. جوامعی که دارای شبکه‌های اجتماعی قوی و احساس تعلق هستند، بیشتر از ابتکارات گردشگری حمایت می‌کنند که با ارزش‌ها و اهداف جمعی آنها همسو باشد. در مقابل، جوامع پراکنده ممکن است بر سر توسعه گردشگری دچار اختلافاتی شوند که منجر به درگیری و مقاومت در برابر توسعه گردشگری خواهد شد. متأسفانه مردم شهر خلخال جزو دسته دوم هستند و به دلایل مختلف قومی و سیاسی اتحادی میان آنها وجود ندارد و هر اقدامی برای اتحاد آنها با شکست مواجه می‌شود. بنابراین، تقویت انسجام اجتماعی و تقویت پیوندهای اجتماعی باید در اولویت ذینفعان دخیل در توسعه گردشگری باشد. طرح‌هایی که مشارکت و همکاری جامعه را ترویج می‌کنند می‌توانند به ایجاد سرمایه اجتماعی و ایجاد چشم‌اندازی مشترک برای گردشگری کمک کنند که منعکس کننده آرمان‌های جامعه باشد.

به طور خلاصه، نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری تحت تأثیر عوامل بی‌شماری از جمله ملاحظات اقتصادی، هویت فرهنگی، پایداری محیطی، شیوه‌های ارتباطی، بافت تاریخی و انسجام اجتماعی است. شناخت و پرداختن به این عوامل برای توسعه ابتکارات گردشگری موفق و پایدار که هم برای جامعه محلی و هم برای بازدیدکنندگان سودمند باشد، حیاتی است. ذینفعان باید در گفتگوی معنادار با اعضای جامعه شرکت کنند، فراگیری و برابری را در اولویت قرار دهند و متعهد به پایداری محیطی برای پرورش نگرش مثبت نسبت به توسعه گردشگری باشند.

در نهایت باید گفت که ضروری است که تحقیقات آتی بر این موضوع مهم توجه کنند که نگرش جوامع محلی نسبت به توسعه گردشگری ثابت نیست. آنها در طول زمان در پاسخ به شرایط اقتصادی در حال تغییر، پویایی‌های اجتماعی و چالش‌های محیطی تکامل می‌یابند. بنابراین، تعامل و تحقیق مستمر برای تطبیق استراتژی‌های گردشگری با نیازها و آرزوهای در حال تحول جامعه ضروری است. تحقیقات آتی باید تأثیرات بلندمدت توسعه گردشگری بر نگرش‌های جامعه و همچنین اثربخشی استراتژی‌های تعاملی مختلف در تقویت روابط مثبت بین ذی‌نفعان و ساکنان محلی را بررسی کند. هم چنین تحقیقات کیفی در این زمینه راهگشا خواهد بود.

با توجه به یافته‌های این مطالعه، توصیه‌های متعددی می‌توان برای ذینفعان درگیر در توسعه گردشگری ارائه داد. اول، اتخاذ یک رویکرد مشارکتی که اعضای جامعه محلی را در فرآیندهای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری درگیر کند، ضروری است. این کار را می‌توان از طریق کارگاه‌ها، گروه‌های کانونی، و انجمن‌های عمومی که گفت و گوی باز را تسهیل و مشارکت جامعه را فراهم می‌کنند، به دست آورد. دوم، ذینفعان باید ساز و کارهایی برای تقسیم سود عادلانه را در اولویت قرار دهند تا اطمینان حاصل شود که پاداش‌های اقتصادی گردشگری به طور عادلانه بین اعضای جامعه توزیع می‌شود. سوم، توسعه دهندگان گردشگری باید به اصول زیست‌محیطی پایدار متعهد شوند که از اکوسیستم‌های

محلی محافظت و حفظ کنند. که این کار را می توان با استفاده از فناوری های سازگار با محیط زیست، ترویج شیوه های گردشگری مسئولانه و سرمایه گذاری در فعالیت های انجام داد.

در نهایت، آموزش مداوم و ظرفیت سازی باید برای توانمندسازی جوامع محلی برای مشارکت فعال در توسعه گردشگری اجرا شود. با ارائه آموزش، ذینفعان می توانند اعضای جامعه را به مهارت ها و دانش لازم برای مشارکت در فعالیت های مرتبط با گردشگری و دفاع از منافع خود تجهیز کنند. چنین ابتکاراتی می تواند به خلق و ایجاد احساس مالکیت و غرور در توسعه گردشگری کمک کند و در نهایت منجر به نگرش ها و نتایج مثبت تر هم برای جامعه و هم برای صنعت گردشگری شود.

References

- 1- Ahmed, Z.U.; Krohn, F.B. (1993) Understanding the unique consumer behavior of Japanese tourists. *J. Travel Tour. Mark.*, 1, 73–86.
- 2- Akis, S.; Peristianis, N.; Warner, J. (1996) Residents' attitudes to tourism development: The case of Cyprus. *Tour. Manag.*, 17, 481–494.
- 3- Al-Saad, S., Al-Orainat, L.M., Badarneh, M.B., & Al-Makhadmeh, A. (2018). Residents' Perceptions Towards Tourism and its Impacts on their Quality of Life in Aqaba City.
- 4- Andereck, K.L.; Nyaupane, G.P. (2011) Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *J. Travel Res.*, 50, 248–260.
- 5- Ap, J. (1992) Residents' Perceptions on Tourism Impacts. *Ann. Tour. Res.*, 19, 665–690.
- 6- Bujosa, A.; Rosselló, J. (2007) Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tour. Manag.*, 28, 688–695.
- 7- Busisiwe-Mazibuko, E., Mchunu, A., & Nyikana, PhD, S. (2023). Revisiting and integrating residents' perceptions towards tourism development in urban areas. *TURIZAM*.
- 8- Carmichael, B.A. (2006) Linking quality tourism experiences, residents' quality of life, and quality experiences for tourists. *Qual. Tour. Exp.* 2006, 115–135.
- 9- Diener, E.; Lucas, E.R. (2000) Subjective Emotional Well-Being. In *Handbook of Emotions*; Lewis, M., Haviland, J.M., Eds.; Guilford: New York, NY, USA, pp. 325–337.
- 10- Dr.ali, T., Ziari, K., & mahmood, R. (2022). Developing strategic planning for the sustainability of the natural environment in areas with tourism capability the Case study of Lashkarak-Dizin tourist axis. *urban tourism*, 9(4), 1-22. doi: 10.22059/jut.2023.234815.332[In Persian].
- 11- Dyer, P.; Gursoy, D.; Sharma, B.; Carter, J. (2007) Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tour. Manag.*, 28, 409–422.
- 12- Ebrahimnia Samakoush S, Khaksari A, Latifi G, Damadi M. (2013). Assessing the Role of Urban Tourism in Economic-Environmental Development of the City of Babolsar. *IUESA*, 1 (3) :17-31 20.1001.1.23452870.1392.1.3.2.2[In Persian].
- 13- Fredline, E.; Faulkner, B. (2000) Host Community Reactions: A Cluster Analysis. *Ann. Tour. Res.*, 27, 763–784.
- 14- Getz, D. (1994) Residents' Attitudes towards Tourism: A Longitudinal Study in Spey Valley, Scotland. *Tour. Manag.*, 15, 247–258.
- 15- Gogitidze, G., Nadareishvili, N., Harun, R., Arion, I., & Mureşan, I.C. (2022). Exploring Residents' Perceptions towards Tourism Development—A Case Study of the Adjara Mountain Area. *Sustainability*.
- 16- Johnson, J.D.; Snepenger, D.J.; Akis, S. (1994) Residents' perceptions of tourism development. *Ann. Tour. Res.*, 21, 629–642.
- 17- Jung, S., 전임연구원, 전.문., & Kang, S. (2020). The Effects of Residents' Negative Tourism Development Impact Perceptions on Their Local Satisfaction and Attitudes toward Development: Focusing on the Moderating Effect of Social Capital.
- 18- Jurowski, C. (1994) Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Ann. Tour. Res.*, 31, 296–312.
- 19- Kafashpor, A.; Ghasempour Ganji, S.F.; Sadeghian, S.; Johnson, L.W. (2018) Perception of tourism development and subjective happiness of residents in Mashhad, Iran. *Asia Pac. J. Tour. Res.*, 23, 521–531.

- 20- Kahneman, D.; Riis, J. (2005) Living and Thinking about It: Two Perspectives on Life. In *The Science of Wellbeing: Integrating Neurobiology, Psychology, and Social Science*; Huppert, F., Baylis, N., Kaverne, B., Eds.; Oxford University Press: Oxford, UK.
- 21- Kahneman, D.; Riis, J. (2005) Living and Thinking about It: Two Perspectives on Life. In *The Science of Wellbeing: Integrating Neurobiology, Psychology, and Social Science*; Huppert, F., Baylis, N., Kaverne, B., Eds.; Oxford University Press: Oxford, UK.
- 22- Kim, S., & Kwon, K.J. (2022). The Relationship between Local Residents' Perceptions of Tourism, Attitudes and Support: The Case of a World Heritage Sites in Chengdu City, Sichuan, China. *THE INSTITUTE OF MANAGEMENT AND ECONOMY RESEARCH*.
- 23- Lankford, S.V. (1994) Attitudes and Perceptions toward Tourism and Rural Regional Development. *J. Travel Res.*, 32, 35–43.
- 24- Larsen, R.J.; Buss, D.V. (2002) *Personality Psychology, Domains of Knowledge about Human Nature*; McGraw-Hill: New York, NY, USA.
- 25- Liu, J.; Sheldon, P.J.; Var, T. (1987) Resident perception of the environmental impacts of tourism. *Ann. Tour. Res.* 1987, 14, 17–37.
- 26- Liu, J.; Var, T. (1986) Resident attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Ann. Tour. Res.*, 13, 193–214.
- 27- Lyubomirsky, S.; Sheldon, K.M.; Schkade, D. (2005) Pursuing happiness: The architecture of sustainable change. *Rev. Gen. Psychol.*, 9, 111–131.
- 28- Munkhuu, B., Sukhragchaa, A., & Badarch, L. (2023). Residents Perceptions of Tourism Development and Activities: The Case of Mongolia as a Developing Country with a Small Market. *JURNAL ILMIAH PEURADEUN*.
- 29- Myers, D.G.; Diener, E. (1995) Who Is Happy? *Am. Psychol. Soc*, 6, 10–19.
- 30- Naim Abadi., N & Javan, F. (2021), Analysis of barriers to tourism policy in the urban environments of Guilan, *Journal of Urban Environmental Policy*, 1(3), 1-16.
- 31- Ozturk, A.B.; Ozer, O.; Çaliskan, U. (2015) The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: A case of Kusadasi, Turkey. *Tour. Rev.*, 70, 232–242.
- 32- Rasoolimanesh, S.M., Noor, S.M., & Jaafar, M. (2018). Positive and Negative Perceptions of Residents Toward Tourism Development: Formative or Reflective. *QUANTITATIVE TOURISM RESEARCH IN ASIA*.
- 33- Rivera, M.; Croes, R.; Lee, S.H. (2015) Tourism development and happiness: A residents' perspective. *J. Destin. Mark. Manag.*, 5, 5–15.
- 34- Sánchez-Teba, E.M., Benítez-Márquez, M.D., & Romero-Navas, T. (2019). Residents' Negative Perceptions towards Tourism, Loyalty and Happiness: The Case of Fuengirola, Spain. *SUSTAINABILITY*.
- 35- Var, T.; Kendall, K.W.; Tarakcioglu, E. (1985). Resident attitudes towards tourists in a Turkish resort town. *Ann. Tour. Res.* 12, 652–658.
- 36- Wall, G. (1996) Perspectives on tourism in selected Balinese villages. *Ann. Tour. Res.*, 23, 123–137.
- 37- Williams, J.; Lawson, R. (2001) Community issues and resident opinions of tourism. *Ann. Tour. Res.*, 28, 269–290.
- 38- Yin, J., Kim, E. J., & Hwang, Y. H. (2022). Changes in residents' attitudes toward tourism and perceptions of tourism contribution pre- and peri-Covid-19 pandemic: role of perceived gratitude and damage. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(6), 637–651. <https://doi.org/10.1080/10941665.2022.2105160>
- 39- Yoon, Y.; Gursoy, D.; Chen, J.S. (2001) Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tour. Manag.*, 22, 363–372.
- 40- Zarei, A., Modarresi, M., & Fallahi, A. (2021). Identifying and modeling operational barriers to community-based tourism in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(37), 185–205. doi: 10.22080/jtpd.2021.21341.3528[In Persian].
- 41- Zhang, J.; Inbakaran, R.J.; Jackson, M.S. (2006) Understanding Community Attitudes towards Tourism and Host—Guest Interaction in the Urban—Rural Border Region. *Tour. Geogr.*, 8, 182–204.