

## گونه‌شناسی ذی‌نفعان مناطق ساحلی در حمایت از پارادایم توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: شهر بابلسر)

مهدی کروی - دانشیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی  
شیمای بذرافشان\* - کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی

پذیرش مقاله: ۱۳۹۳/۱۱/۰۳      تأیید نهایی: ۱۳۹۴/۰۲/۲۷

### چکیده

مشارکت و همکاری ساکنان، تضمین‌کننده موفقیت اجرای برنامه‌های گردشگری پایدار است و نبود این مشارکت موجب شکست اجرای آن‌ها می‌شود. به همین سبب، سنجش نگرش ساکنان به توسعه گردشگری پایدار، اهمیت بسیار دارد. پژوهش حاضر به بررسی این موضوع می‌پردازد و میزان حمایت ساکنان از توسعه گردشگری پایدار را نیز در شهر بابلسر مطالعه می‌کند. هدف این پژوهش، بررسی نگرش ذی‌نفعان گردشگری به فعالیت‌های پایدار و طبقه‌بندی آن‌ها براساس نگرش‌هایشان به فعالیت‌های مربوط به توسعه گردشگری پایدار و نیز بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی هر طبقه است. روش تحقیق، توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل خانوارهای شهر بابلسر (در مجموع، ۱۳،۴۸۶ خانوار) است. بنابر جدول مورگان، از میان آن‌ها ۳۸۰ نمونه به روش نمونه‌گیری قضاوتی انتخاب شدند. برای سنجش نگرش ساکنان، از مقیاس SUS-TAS استفاده شد. تحلیل داده‌ها در سه مرحله انجام گرفت. در مرحله نخست، برای تعیین روایی سازه پرسشنامه، از تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم‌افزار Lisrel استفاده شد و تأیید روایی پرسشنامه صورت گرفت. در مرحله دوم، برای تقسیم نمونه‌ها به گروه‌های متجانس براساس نگرش آن‌ها به فعالیت‌های پایدار در توسعه گردشگری، از تحلیل خوشه‌ای با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شد و نمونه‌ها به سه گروه تقسیم شدند: بدبینان، حامیان متوسط و حامیان سرسخت. در مرحله سوم، برای مشخص کردن تفاوت‌های جمعیت‌شناختی خاص هر طبقه، برحسب مقیاس متغیرهای مورد مقایسه، از آزمون‌های تحلیل واریانس یک‌طرفه (ANOVA) و کروסקال-والیس استفاده شد. مطابق نتایج این آزمون، گروه‌ها از نظر توزیع متغیرهای مدت سکونت در منطقه و وضعیت تأهل همگون‌اند و از نظر متغیرهای سن، جنس، سطح تحصیلات، میزان درآمد ماهیانه و ارتباط شغل با گردشگری تفاوت معنادار دارند.

واژه‌های کلیدی: توسعه، ذی‌نفعان گردشگری، گردشگری پایدار، مقیاس SUS-TAS، نگرش.

## مقدمه

گردشگری برای بسیاری از کشورهای دنیا، ابزار مهم توسعه به‌شمار می‌آید. در گذشته، توسعه گردشگری بر حداکثر ساختن سود صاحبان کسب‌وکار تأکید می‌کرد و توجه اندکی به منابع طبیعی و ساکنان جوامع داشت، اما امروزه پارادایم جدیدی به نام توسعه گردشگری پایدار در ادبیات گردشگری ظهور کرده است. این چارچوب، با محور قراردادن ساکنان، سایر چارچوب‌های مربوط به برنامه‌ریزی گردشگری و توسعه را ارتقا داده است (چوی و سیراکایا، ۲۰۰۵: ۳۸۱). گردشگری پایدار به‌عنوان شکلی از گردشگری جایگزین، در پی بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، بهبود تجربیات بازدیدکنندگان و حفظ کیفیت محیط‌زیست مقصد است. از سوی دیگر، توسعه گردشگری پایدار، به‌طور چشمگیری به حسن‌نیت جامعه میزبان بستگی دارد و حمایت آن‌ها در توسعه و عملکرد موفقیت‌آمیز گردشگری پایدار، امری ضروری است (علیقلی‌زاده فیروزجایی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۵-۳۶)؛ زیرا بدون مشارکت و حمایت ساکنان جامعه، توسعه گردشگری پایدار در جامعه دشوار خواهد بود (آندرک و وگت، ۲۰۰۰: ۲۷). موفقیت گردشگری و همچنین ثبات آن در یک منطقه، نیازمند تعامل مثبت میان ساکنان محلی و گردشگران است. برای تسهیل چنین تعامل مثبتی، شناخت نگرش‌ها، ادراک‌ها و سطوح رضایتمندی ساکنان از گردشگری، اهمیت بسیار دارد. اگر دولت‌ها، سیاست‌گذاران و کسب‌وکارها، خواستار توسعه گردشگری پایدار هستند، باید درصد درک نیازها و خواسته‌های ساکنان و کسب رضایت آن‌ها برآیند (کیتنونت‌اویوات و تنگ، ۲۰۰۸: ۴۶). از این‌رو، سنجش نگرش ساکنان و آگاهی از علایق و اولویت‌های آن‌ها، باید در اولویت کارهای برنامه‌ریزان گردشگری قرار گیرد. مشارکت جامعه، به‌معنای آن است که همه اعضای جامعه باید در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری مشارکت کنند؛ درحالی‌که مشارکت عمومی، فرایندی بسیار زمان‌بر است و اگر به‌درستی مدیریت نشود، کاری بی‌حاصل خواهد بود. تعداد ذی‌نفعانی که باید در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری مشارکت داده شوند، بسیار زیاد و شناسایی همه آن‌ها دشوار و گاهی غیرممکن است. علاوه‌براین، اعضای جامعه، علایق، عقاید، ارزش‌ها و نگرش‌های متفاوت و گاه متناقضی درباره توسعه گردشگری دارند و این امر خود بر دشواری کار برنامه‌ریزان می‌افزاید. این پژوهش، با استفاده از رویکرد ذی‌نفعان به‌عنوان چارچوب نظری، به برنامه‌ریزان گردشگری کمک می‌کند تا مهم‌ترین گروه‌های ذی‌نفع در منطقه را شناسایی کنند و آن‌ها را براساس نگرش‌هایشان به توسعه گردشگری پایدار، به زیرگروه‌های متجانس تقسیم و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی هر زیرگروه را مشخص کنند. با آگاهی از نگرش و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی هر زیرگروه، فرایند شناسایی و مشارکت آن‌ها در توسعه گردشگری پایدار تسهیل خواهد شد. همچنین با آگاهی از اینکه چه فعالیت‌هایی از توسعه گردشگری پایدار برای ذی‌نفعان اهمیت بیشتری دارد، می‌توان توجه بیشتری به آن فعالیت‌ها داشت تا از این طریق، علاوه‌بر توسعه گردشگری پایدار، رضایت و حمایت ذی‌نفعان نیز حاصل شود. از این‌رو، این پژوهش در پی پاسخ به دو پرسش اساسی است: آیا در جمعیت منطقه مورد مطالعه، گروه‌های ذی‌نفع با نگرش‌های متفاوت به فعالیت‌های پایدار توسعه گردشگری وجود دارند؟ هر یک از این گروه‌ها چه ویژگی‌های جمعیت‌شناختی دارند؟ پاسخ به این پرسش‌ها اطلاعات مفیدی در اختیار برنامه‌ریزان گردشگری قرار می‌دهد.

با اینکه مطالعات فراوانی در زمینه ارزیابی نگرش جامعه محلی به توسعه گردشگری انجام شده، مقاله‌های اندکی در زمینه سنجش نگرش ساکنان به توسعه گردشگری پایدار انجام شده است. علاوه‌براین، بسیاری از مطالعات پیشین درباره نگرش ساکنان، در مناطق روستایی صورت گرفته و علی‌رغم این واقعیت که بیشتر گردشگران به شهرها سفر می‌کنند، مطالعات مشابه در مناطق شهری بسیار محدود است (دادز و چاپ، ۲۰۰۳: ۱۶۰). از این‌رو، این مقاله نگرش مهم‌ترین ذی‌نفعان گردشگری (ساکنان) شهر بابلسر را به فعالیت‌های پایدار در توسعه گردشگری بررسی می‌کند. شهر ساحلی بابلسر، یکی از شهرهای زیبا و پرجاذبه در زمینه گردشگری در استان مازندران است که در کنار دریای خزر، با جاذبه‌ها و زیبایی‌های طبیعی و مواهب خدادادی، از دیرباز مورد توجه گردشگران بوده است و سالانه مسافران و گردشگران زیادی

را جذب می‌کند. همچنین این شهر به دلیل نزدیکی به شهر تهران و دسترسی آسان، دارای موقعیت مطلوب‌تری برای جذب گردشگر است. به نظر می‌رسد با توجه به روند پرشتاب افزایش تعداد گردشگران و گسترش بی‌رویه و بدون نظارت مناسب خانه‌های دوم و نیز فعالیت‌هایی از قبیل گردشگری، افزایش سطح کاربری‌های پذیرایی و گردشگری و آلودگی‌های مختلفی که بر اثر توسعه فعالیت‌های گردشگری در آن به وجود آمده است، این شهر در حال تجربه کردن گونه‌ای از توسعه ناپایدار است. در این زمینه، بررسی نگرش ساکنان به فعالیت‌های پایدار در توسعه گردشگری، از مهم‌ترین موضوعات درخور بررسی است.

## مبانی نظری

### توسعه گردشگری پایدار

تا اواخر دهه ۱۳۵۰ شمسی (۱۹۷۰)، گردشگری به‌عنوان فعالیتی طلایی و بدون دود معرفی می‌شد و همواره بر پیامدهای مطلوب و منافع آن، به‌ویژه منافع اقتصادی آن تأکید می‌شد (قدمی و علیقلی‌زاده فیروزجایی، ۱۳۹۱: ۸۰). از دهه ۱۹۷۰، با گذشت زمان و آشکار شدن نتایج منفی حاصل از توسعه گردشگری انبوه و گزارش‌های متعدد در زمینه پیامدهای زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری، پارادایم گردشگری پایدار شکل گرفت و تصمیم‌گیرندگان، در جست‌وجوی گزینه‌های توسعه، مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری جایگزین برآمدند (چوی و سیراکایا، ۲۰۰۶: ۱۲۷۴). بدین ترتیب، رویکرد توسعه گردشگری پایدار، همسو با پذیرش جهان‌شمول پارادایم توسعه پایدار در مجامع علمی و تصمیم‌گیری، از دهه ۱۳۷۰ (۱۹۹۰) به بعد وارد ادبیات گردشگری شد (جروسکی و دیگران، ۱۹۹۷: ۳). حمایت از این تغییر، در بسیاری از بیانیه‌های بین‌المللی نیز منعکس شده است. از جمله در بیانیه برلین آمده است: «گردشگری موجب توسعه اقتصادی- اجتماعی و تبادل فرهنگی می‌شود، اما در عین حال به‌طور بالقوه موجب از بین رفتن محیط طبیعی، ساختارهای اجتماعی و میراث فرهنگی می‌شود. از این‌رو، گردشگری باید در مسیری توسعه یابد که این منابع را حفظ کند» (بیانیه برلین، ۱۹۹۷: ۱). شواهد بسیار در جهان نشان می‌دهد گردشگری، از توسعه اقتصادمحور رایج، به سمت توسعه اجتماعات پایدار سوق یافته است و گردشگری پایدار فشار میان سه بعد پایداری را تعدیل می‌کند. با تأثیرگذاری این پدیده در سه بعد پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، ضمن جلب مشارکت جوامع محلی در توسعه اقتصاد ملی با پتانسیل حفظ و حمایت از منابع طبیعی و محیط‌زیست، پایداری نیز حاصل می‌شود (رکن‌الدین افتخاری و دیگران، ۱۳۸۹: ۵-۶).

گروه‌های مختلف، مفهوم گردشگری پایدار را به شکل‌های متفاوتی درک کرده‌اند. برخی آن را مترادف با توسعه و افزایش گردشگری در نظر می‌گیرند؛ در حالی که دیگران آن را شکل جایگزین گردشگری و در مقابل گردشگری انبوه تلقی می‌کنند (آنگلوسکا و راکیسویک، ۲۰۱۲: ۲۱۱). طی دو دهه گذشته، اسناد بسیاری برای تعریف پایداری و گردشگری پایدار منتشر شدند که هم به درک موضوع کمک کردند و هم با تعاریف و تفسیرهای متفاوت از آن، موجب سردرگمی محققان، بازدیدکنندگان، ساکنان، کسب‌وکارها و دولت‌های محلی شدند. با وجود تعاریف مختلف از گردشگری پایدار، موضوع مشترک تمامی این تعاریف این است که توسعه گردشگری پایدار، در تلاش برای ایجاد سطحی از هماهنگی میان گروه‌های ذی‌نفع رخ می‌دهد تا آن‌ها بتوانند زندگی مطلوب و پایداری را برای خود ایجاد کنند (آن و دیگران، ۲۰۰۲: ۱). دانستن اصول گردشگری پایدار و عمل به آن‌ها، هم برای گردشگران و هم برای ارائه‌دهندگان گردشگری اهمیت بسیار دارد؛ چراکه به‌طور یکسان، سبب افزایش کیفیت زندگی ساکنان، بازدیدکنندگان و کارکنان گردشگری می‌شود (کاوالیاسک و کوسایت، ۲۰۱۴: ۲۰۸).

### اهمیت نگرش ساکنان

گردشگری، صنعتی خدماتی است. از این رو، جای تعجب نیست که گردشگران، برای راحتی و آسایش در مکان‌هایی که از خدمات آن‌ها استفاده می‌کنند، ارزش زیادی قائل باشند (گلدنر و ریچی، ۲۰۰۶: ۳۶۰). از میان همه عوامل تعیین‌کننده، لذت و رضایت در سفر، برخورد و رفتار ساکنان محلی با گردشگران، از اهمیت بیشتری برخوردار است. از این رو، اگر ساکنان از گردشگران یا گردشگری در منطقه خود ناراضی باشند، این نارضایتی از طریق تعامل آن‌ها با گردشگران یا هرگونه اقدام مغایر با موفقیت توسعه گردشگری آشکار می‌شود (ژندر، ۱۹۷۶: ۲۱۲). برای شکوفایی گردشگری در یک مقصد، آثار منفی آن باید حداقل شود و جامعه میزبان دید مثبتی به آن داشته باشد. از آنجاکه ساکنان محلی، از آثار توسعه گردشگری در منطقه تأثیر می‌پذیرند، بخش مهمی از فرایند توسعه گردشگری به حساب می‌آیند (آپ، ۱۹۹۲: ۶۶۵). در رویکرد توسعه گردشگری پایدار، موفقیت هر پروژه گردشگری، مستلزم شناخت و درک کیفیت حمایت جامعه میزبان است. چنانچه دولت‌ها و برنامه‌ریزان گردشگری درصدد توسعه گردشگری پایدار هستند، لازم است نیازها و تمایلات جامعه میزبان را بشناسند و با برآورده کردن آن‌ها، حمایت جامعه را به دست آورند (کیتنوتناویوات و تنگ، ۲۰۰۸: ۴۶). به طور کلی، گردشگری فعالیتی منبع‌محور محسوب می‌شود و به جاذبه‌ها و خدمات وابسته است، اما توسعه موفقیت‌آمیز آن به مهمان‌نوازی و استقبال از طرف جامعه میزبان نیز بستگی دارد؛ به طوری که بدرفتاری، بی‌علاقگی و سوءظن جامعه محلی، درنهایت به گردشگران منتقل می‌شود و ممکن است سبب تمایل نداشتن گردشگران به بازدید مجدد از مقصدهای مذکور شود. بدین سان درک واکنش جامعه محلی و عوامل مؤثر بر این نگرش به منظور دستیابی به حمایت مطلوب جامعه از توسعه گردشگری، امری ضروری است؛ بنابراین، برنامه‌ریزی برای گردشگری پایدار باید براساس اهداف و اولویت‌های ساکنان باشد. حتی برخی از این فراتر می‌روند و پیشنهاد می‌کنند سطح فعالیت‌های گردشگری محلی، تنها پس از کسب اجازه از ساکنان ارتقا یابد (علیقلی‌زاده فیروزجایی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۶).

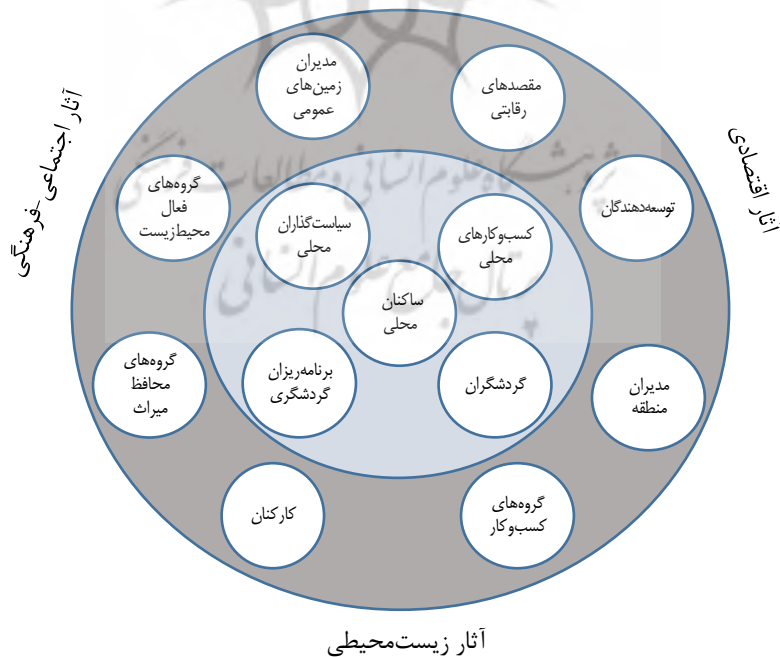
نگرش و رفتار جامعه محلی به گردشگری، به موارد متعددی بستگی دارد و آنان در مخالفت با آن یا حمایت از آن، به یک شکل عمل نمی‌کنند. مطابق پژوهش‌های انجام‌شده، نگرش ساکنان به گردشگری ممکن است از عوامل مختلفی تأثیر بپذیرد که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: وضعیت اقتصادی منطقه (جانسون و دیگران، ۱۹۹۴)، یکپارچگی و انسجام اجتماعی جامعه مقصد (مکول و مارتین، ۱۹۹۴)، مجاورت و نزدیکی به کانون‌های گردشگری (مادریگال، ۱۹۹۵)، ترس از آزرین رفتن هویت محلی، وسعت حوزه، مدت برقراری جریان‌ات گردشگری یا سطح بلوغ گردشگری در منطقه (لئو و دیگران، ۱۹۸۷)، میزان تراکم گردشگران در منطقه (پیترام، ۱۹۷۸)، مرحله توسعه گردشگری (بلیس و هوی، ۱۹۸۰)، میزان استفاده از منابع پایه و سطح علاقه‌مندی میزبان (گرسوی و دیگران، ۲۰۰۲)، سن، زبان، روابط شخصی و محلی و طول اقامت ساکنان (بروگام و باتلر، ۱۹۸۱) به نقل از علیقلی‌زاده فیروزجایی و دیگران، ۱۳۸۸: ۳۸) و نیز جنس، تحصیلات، اشتغال، ارتباط شغلی با گردشگری و محل تولد (ونگ، ۲۰۰۶: ۴۱۵).

### رویکرد ذی‌نفعان

منظور از ذی‌نفعان، تمامی افرادی هستند که در یک سازمان یا جامعه، منافع مشروع دارند (سوک فان و دیگران، ۲۰۱۴: ۶۳). رویکرد ذی‌نفعان - که نخستین بار فریمن آن را مطرح ساخت - بر آن است که یک سازمان، از گروه‌ها و افراد مختلف تشکیل شده و ذی‌نفعان سازمان کسانی هستند که هم می‌توانند از اهداف و فعالیت‌های آن تأثیر بگیرند و هم بر اهداف و فعالیت‌های آن اثر بگذارند. مدیران برای اثربخش بودن باید به افراد یا گروه‌هایی که بر سازمان اثرگذارند، توجه کنند و برای بودن (و اثربخشی در بلندمدت) باید به کسانی که سازمان می‌تواند بر آن‌ها اثرگذار باشد، توجه داشته باشند. رویکرد ذی‌نفعان، سازمان باید در اتخاذ تصمیم‌های عملی و راهبردی، به خواسته‌های ذی‌نفعان توجه داشته باشد (فریمن، ۱۹۸۴: ۴۶).

برنامه‌ریزان گردشگری می‌توانند از این رویکرد استفاده کنند تا بتوانند همه افراد و گروه‌هایی را که در فرایندهای برنامه‌ریزی، اجرا و نتایج گردشگری نقش دارند، شناسایی کنند. اگرچه شناسایی همه ذی‌نفعان، چالشی برای استفاده از این رویکرد محسوب می‌شود، می‌توان ذی‌نفعان گردشگری را به‌طور کلی به این ترتیب طبقه‌بندی کرد: کسب‌وکارهای محلی، ساکنان، گروه‌های اجرایی، گردشگران، زنجیره‌های کسب‌وکار ملی، رقبا، دولت و کارکنان. البته این ذی‌نفعان، برای مقصدهای مختلف ممکن است متفاوت باشند و برنامه‌ریزان باید کسانی را که بر توسعه گردشگری در یک منطقه خاص تأثیر می‌پذیرند، شناسایی کنند (ساتر و لیزن، ۱۹۹۹: ۳۱۵). در این رویکرد، اهمیت تمامی ذی‌نفعان، به‌اشتباه یکسان تلقی می‌شود. از آنجاکه شناسایی و مشارکت همه ذی‌نفعان در فرایند برنامه‌ریزی دشوار است، شناسایی مهم‌ترین ذی‌نفعان، یکی از پیش‌نیازهای مدیریت مؤثر آنان محسوب می‌شود (هریسون و جان، ۱۹۹۶: ۵۰). به استناد این رویکرد، شناسایی تمامی ذی‌نفعان و سنجش نگرش آن‌ها در عمل به منابع مالی، زمان و سایر منابع نیاز دارد. از این‌رو، ذی‌نفعان را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: ذی‌نفعان اولیه که بدون همکاری و مشارکت آن‌ها سازمان قادر به ادامه فعالیت برای مدت طولانی نیست و ذی‌نفعان ثانویه که اگرچه بر سازمان اثرگذارند، برای ادامه حیات سازمان ضروری نیستند. گردشگری، پدیده‌ای پیچیده است که گروه‌های مختلف به‌عنوان ذی‌نفع در آن نقش دارند. هریک از این گروه‌ها، منافع و علایق خاص خود را دارند و تکه‌هایی از پازل را تشکیل می‌دهند. اگر یک تکه در جای مناسب خود قرار نگیرد، کل تجربه گردشگران ضایع خواهد شد (سفتیک و دیگران، ۲۰۱۱: ۲-۱). جوامع محلی، به‌عنوان مهم‌ترین ذی‌نفعان مشروع و اخلاقی در توسعه گردشگری پایدار در نظر گرفته می‌شوند؛ چراکه منافع آن‌ها، از برنامه‌های توسعه گردشگری پایدار تأثیر می‌پذیرد و بر آن‌ها نیز تأثیر می‌گذارد (موگاندا و دیگران، ۲۰۱۳: ۵۵).

مفهوم اساسی «رویکرد ذی‌نفعان» توسط بسیاری از محققان دیگر نیز ارائه شده است. گان<sup>۱</sup> (۱۹۹۴: ۳۵۳)، اینسکیپ<sup>۲</sup> (۱۹۹۱: ۲۳۶) و مورفی<sup>۳</sup> (۱۹۸۳: ۳۷) بر مشارکت ذی‌نفعان در مراحل ابتدایی برنامه‌ریزی تأکید می‌کنند. شکل ۱ ذی‌نفعان گردشگری (شامل ذی‌نفعان اولیه، ذی‌نفعان ثانویه و مهم‌ترین ذی‌نفعان) را برای جوامع ساحلی نشان می‌دهد.



شکل ۱. مدل ذی‌نفعان برای جوامع ساحلی  
منبع: ساتر و لیزن (۱۹۹۹)

1. Gunn
2. Inskip
3. Murphy

## منطقه مورد مطالعه

بابلسر، یکی از ۲۲ شهرستان استان مازندران است. این شهرستان با مساحت ۱۳۵۰ هکتار در مصب رودخانه بابلرود در کرانه جنوبی دریای خزر و در مختصات جغرافیایی ۵۲ درجه و ۳۹ دقیقه و ۳۰ ثانیه طول جغرافیایی و ۳۶ درجه و ۴۳ دقیقه عرض جغرافیایی قرار گرفته است. این شهرستان، از شمال به دریای خزر، از شرق به شهرستان جویبار، از جنوب شرقی به شهرستان قائمشهر، از جنوب به شهرستان بابل، از جنوب غربی به شهرستان آمل و از غرب به شهرستان محمودآباد محدود شده است. شهر بابلسر، مرکز این شهرستان است. این شهر، در کرانه‌های جنوبی دریای خزر و حد انتهایی دلتای رودخانه بابلسر قرار گرفته و ویژگی‌های جغرافیایی آن، متأثر از این دو عامل است. جلوه کلی شهر شامل دریای خزر در شمال آن، رودخانه بابلرود در مرکز و شازده‌رود در شرق آن، بافت مسکونی به همراه فضاهای باز و سبز و زمین‌های کشاورزی در جنوب شهر است. این شهر در مدار معتدل گرم قرار گرفته است و میانگین دمای سالیانه ۱۸/۴ درجه سانتیگراد، بارش سالیانه ۷۹۱ میلی‌متر و ۷۹ درصد رطوبت دارد. از نظر توپوگرافی، سراسر شهر در بخش جلگه‌ای و در موقعیت ساحلی قرار دارد که تقریباً هموار است و با شیب ملایمی، از سوی رشته‌کوه‌های البرز به سوی دریای خزر امتداد دارد. شهر ۲۱ متر پایین‌تر از سطح دریاهای آزاد و ۷ متر بالاتر از سطح دریای مازندران قرار دارد. در حال حاضر، شهرستان بابلسر از سه بخش مرکزی (به مرکزیت شهر بابلسر)، رودبست (به مرکزیت شهر هادی) و بهنمیر (به مرکزیت شهر بهنمیر) تشکیل شده است (سایت فرمانداری بابلسر<sup>۱</sup>).

## روش پژوهش

این تحقیق از نوع مطالعات اثبات‌گرایی است. جامعه آماری آن شامل ۱۳،۴۸۶ خانوار ساکن در شهرستان بابلسر است. از میان آن‌ها، با استفاده از جدول مورگان، ۳۸۰ نمونه انتخاب شدند. با توجه به مشخص نبودن چارچوب نمونه‌گیری در این پژوهش، از نمونه‌گیری غیراحتمالی قضاوتی استفاده شده است.

به منظور سنجش نگرش افراد به فعالیت‌های پایدار در توسعه گردشگری، از پرسشنامه SUS-TAS<sup>۲</sup> استفاده شد که در سال ۲۰۰۵ توسط چوی و سیراکایا<sup>۳</sup> معرفی شد و نگرش ساکنان به توسعه گردشگری پایدار را اندازه‌گیری می‌کند. این مقیاس، به منظور ارزیابی احساسات جامعه به توسعه گردشگری پایدار و با یکپارچه‌کردن اصول نظریه مبادله اجتماعی، پارادایم محیطی جدید (NEP)<sup>۴</sup> و توسعه پایدار انجام شده و شامل هفت شاخص است که عبارت‌اند از: پایداری زیست‌محیطی (حفظ محیط‌زیست مقصد، حفظ تنوع طبیعی، افزایش تلاش‌ها برای حفظ محیط‌زیست، توسعه گردشگری هماهنگ با محیط طبیعی، حفظ حیات‌وحش و زیستگاه‌های طبیعی، ترویج اخلاق زیست‌محیطی مثبت، تدوین استانداردهای نظارتی زیست‌محیطی، بهبود محیط‌زیست برای نسل‌های آینده)، هزینه‌های اجتماعی ادراک شده (کاهش کیفیت زندگی، احساس آزدگی، استفاده بیش‌ازحد گردشگران از اماکن تفریحی، شلوغی بیش‌ازحد منطقه، رشد سریع گردشگری)، منافع اقتصادی ادراک شده (درآمدزایی، تبدیل گردشگری به یک عامل اقتصادی قوی، کمک به اقتصاد منطقه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات محلی، تنوع اقتصاد محلی، سودرسانی به سایر صنایع، ایجاد درآمدهای مالیاتی برای دولت)، برنامه‌ریزی بلندمدت (تدوین راهبردهای پیشرفته برنامه‌ریزی، برنامه‌ریزی برای آینده، افق زمانی بلندمدت در برنامه‌ریزی، ایجاد تجارب باکیفیت برای بازدیدکنندگان آینده، بهبود مداوم برنامه‌ریزی)، اقتصاد جامعه‌محور (تأمین حداقل نیمی از کالاها و خدمات مورد نیاز بازدیدکنندگان از جامعه محلی، استخدام حداقل نیمی از کارکنان حوزه)

1. www.farmandari-babolsar.ir

2. Sustainable Tourism Attitude Scale

3. Choi & Sirakaya

4. New Environmental Paradigm

گردشگری از جامعه محلی، افزایش درآمد جامعه محلی، فرصت‌دادن به جامعه برای سرمایه‌گذاری در گردشگری، اطمینان از رضایت بازدیدکنندگان (توجه به نیازهای بازدیدکنندگان، نظارت بر رضایت بازدیدکنندگان، اطمینان از تجارب باکیفیت بازدیدکنندگان) و مشارکت جامعه (مشارکت کامل جامعه در تصمیم‌های مربوط به گردشگری، مشارکت بخشی از افراد جامعه در توسعه گردشگری، مدنظر قراردادن ارزش‌های تمامی افراد جامعه). این شاخص‌ها در مجموع در قالب ۳۴ پرسش مطرح شدند (سیراکایا و گرسوی، ۲۰۱۳: ۶۰۱). برای سنجش هریک از پرسش‌ها، از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) استفاده شد. این کدگذاری معکوس شد تا اعداد بزرگ‌تر، نشانگر حمایت بیشتر برای هر فعالیت پایدار باشند.

به‌منظور بررسی روایی صوری و محتوایی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از متخصصان گردشگری قرار گرفت و پس از اعمال نظر آن‌ها و انجام‌دادن اصلاحات لازم، پرسشنامه نهایی شد. برای سنجش روایی سازه و اینکه آیا مقیاس نگرش به توسعه پایدار، در جامعه ایرانی برآزش دارد یا خیر، تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار Lisrel به‌کار گرفته شد. بارهای عاملی در مدل معادلات ساختاری که از این نرم‌افزار به‌دست آمده، بزرگ‌تر از ۰/۴ و ارزش تی بزرگ‌تر از ۱/۹۶ است؛ بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که پرسشنامه دارای روایی سازه است. برای سنجش پایایی پرسشنامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار ضریب برای هریک از قسمت‌های پرسشنامه، بیش از ۷۰ درصد (هزینه‌های اجتماعی ادراک‌شده = ۰/۷۶، منافع اقتصادی ادراک‌شده = ۰/۷۷، پایداری زیست‌محیطی = ۰/۷۹، برنامه‌ریزی بلندمدت = ۰/۷۸، اقتصاد جامعه‌محور = ۰/۷۵، اطمینان از رضایت بازدیدکنندگان = ۰/۷۹ و مشارکت جامعه = ۰/۷۴) و برای کل پرسشنامه ۰/۸۰ به‌دست آمد که نشانگر مناسب بودن ابزار تحقیق است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها در سه مرحله انجام گرفت. در مرحله اول، تأیید روایی سازه پرسشنامه با تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار Lisrel انجام گرفت. در مرحله دوم، به‌منظور تعیین اینکه آیا گروه‌های مشابه براساس نگرش‌هایشان در نمونه مورد مطالعه وجود دارند یا خیر، تحلیل خوشه‌ای دومرحله‌ای با استفاده از نرم‌افزار SPSS به‌کار رفت. تحلیل خوشه‌ای، تقسیم مشاهدات به گروه‌های متجانس است تا مشاهدات هر گروه به یکدیگر شبیه باشند و مشاهدات گروه‌های مختلف، کمترین شباهت را به یکدیگر داشته باشد. در مرحله سوم، پس از شناسایی خوشه‌ها، با استفاده از آزمون‌های تحلیل واریانس یک‌طرفه و کروسال-والیس، متغیرهای جمعیت‌شناختی خوشه‌ها با یکدیگر مقایسه شدند.

## بحث و یافته‌ها

سنجش روایی سازه پرسشنامه، با تحلیل عاملی تأییدی و با استفاده از نرم‌افزار Lizrel صورت گرفت. این نرم‌افزار، برای هر پارامتر آزاد (برآوردشده) در مدل، یک مقدار  $t$  محاسبه می‌کند. این آزمون نشان می‌دهد که کدام‌یک از پارامترها را می‌توان از مدل حذف کرد، بدون اینکه مقدار  $x^2$  افزایش یابد. ایده‌آل آن است که این مقادیر بالاتر از ۱/۹۶ باشند تا معنادار در نظر گرفته شوند. مقدار  $t$  برای هریک شاخص‌های پژوهش بالاتر از ۱/۹۶ است. از این‌رو، در سطح یک درصد معنادار در نظر گرفته می‌شود. همچنین بارهای عاملی شاخص‌ها در حالت ضرایب استاندارد، بهتر است بالای ۰/۴ باشد. در این پژوهش، بارهای عاملی تمام شاخص‌ها، بزرگ‌تر از ۰/۴ بوده است. از این‌رو، مقیاس نگرش به توسعه پایدار در جامعه مورد مطالعه، مناسب در نظر گرفته می‌شود. جدول ۱ ارزش تی شاخص‌ها را در حالت اعداد معناداری و همچنین بارهای عاملی شاخص‌ها را در حالت ضرایب استاندارد نشان می‌دهد.

جدول ۱. ارزش‌تی و بارهای عاملی شاخص‌ها

شاخص‌ها	تعداد گویه‌ها	ارزش تی	بار عاملی
پایداری زیست‌محیطی	۸	۹/۰۴	۰/۶۱
هزینه‌های اجتماعی	۵	۸/۷۵	۰/۶۳
منافع اقتصادی	۷	۸/۰۴	۰/۵۴
مشارکت جامعه	۳	۶/۵۷	۰/۷۶
برنامه‌ریزی بلندمدت	۵	۷/۹۹	۰/۶۴
رضایت گردشگران	۳	۴/۷۶	۰/۷۲
اقتصاد جامعه‌محور	۳	۳/۲۳	۰/۵۱

همچنین مقدار کای دو ۳۷/۹۰ و معنادار است. در تحلیل عاملی، چندین مشخصه برازندگی وجود دارد و در صورتی که مقدار آن‌ها در حد قابل قبولی باشد، اجرای مدل معنادار و مسیر پیشنهادی، مناسب در نظر گرفته می‌شود. یکی از مهم‌ترین شاخص‌های برازندگی، نسبت مجذور کای به درجه آزادی ( $x^2/df$ ) است. در این پژوهش، این مقدار ۱/۰۵ است که برازشی مناسب را نشان می‌دهد. نسبت مجذور کای به درجه آزادی، نسبت به حجم نمونه تورش دارد و برای نمونه‌های با حجم بالا مناسب نیست. به همین دلیل، از شاخص ریشه خطای میانگین مجزورات تقریب (RMSEA) استفاده می‌شود. این شاخص برای مدل‌هایی که برازندگی خوبی داشته باشند، ۰/۰۵ است. مقدار این شاخص نیز در پژوهش حاضر، ۰/۰۰۸ به دست آمده است که ابزار پژوهش را تأیید می‌کند. سایر شاخص‌ها نیز نشانگر برازندگی مناسب هستند. در جدول ۲ این مشخصه‌ها به همراه مقادیر آن‌ها مشاهده می‌شود. از این‌رو، عوامل پرسشنامه برازش خوبی را نشان می‌دهند و مورد تأییدند.

با توجه به تأیید همه شاخص‌های پرسشنامه SUS-TAS، از آن‌ها برای خوشه‌بندی ساکنان استفاده شد. پس از مشخص شدن تعداد خوشه‌ها، نام‌گذاری آن‌ها برحسب میانگین امتیازاتشان انجام گرفت. جدول ۳ طبقه‌بندی خوشه‌ها و نام‌گذاری آن‌ها براساس میانگین را نشان می‌دهد.

جدول ۲. شاخص‌های برازندگی پرسشنامه SUS-TAS

شاخص	$x^2/df$	RMR	GFI	AGFI	NFI	NNFI	IFI	CFI	RMSEA
مقدار بهینه	بین ۲ و ۳	بین ۰ و ۱	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	< ۰/۰۵
مقدار به دست آمده	۱/۰۵	۰/۰۴۷	۰/۹۶	۰/۹۱	۰/۹۳	۰/۹۹	۰/۹۶	۰/۹۶	۰/۰۰۸

جدول ۳. خوشه‌ها، تعداد نمونه‌ها و میانگین آن‌ها

خوشه	نام	تعداد	درصد	میانگین
۱	بدبینان	۹۴	۲۴/۷۴	۲/۶۸
۲	حامیان متوسط	۱۳۴	۳۵/۲۶	۳/۴۳
۳	حامیان سرسخت	۱۵۲	۴۰	۴/۱۲

بدبینان: اعضای خوشه ۱، کمترین میانگین را دارند. این امر نشان می‌دهد آن‌ها کمترین حمایت را از فعالیت‌های پایدار در توسعه گردشگری نشان داده‌اند. از این‌رو، خوشه آن‌ها بدبینان نام‌گذاری شد. این خوشه کمترین درصد افراد نمونه (۲۴/۷۴ درصد) را شامل می‌شود. بدبینان، در ۶ متغیر از ۷ متغیر نگرش به توسعه پایدار گردشگری، امتیاز کمتر از متوسط (۳) به دست آوردند. تنها شاخصی که از نظر آن‌ها اهمیت بیشتری دارد و امتیاز بالاتر از متوسط (۳/۱۴) به دست آورده است، پایداری زیست‌محیطی است. از نظر این گروه، گردشگری سبب هزینه‌های اجتماعی فراوانی شده است. آن‌ها معتقدند توسعه گردشگری موجب کاهش کیفیت زندگی آن‌ها و استفاده بیش‌ازحد گردشگران از امکانات و مراکز تفریحی



و نیز شلوغی شهر در برخی از فصول سال شده است. از این جهت احساس نارضایتی می‌کنند و معتقدند با ورود گردشگران به منطقه و استفاده نادرست آن‌ها از منابع طبیعی، کیفیت محیط‌زیست تنزل یافته است. آن‌ها تنها گروهی هستند که اعتقاد چندانی به منافع اقتصادی حاصل از گردشگری ندارند.

حامیان سرسخت: اعضای خوشه ۳ بالاترین میانگین را دارند. این امر نشان می‌دهد که بیش از سایر خوشه‌ها از فعالیت‌های پایدار در توسعه گردشگری حمایت می‌کنند. از این‌رو، سرسخت‌ترین حامیان فعالیت‌های پایدار هستند و حامیان سرسخت نام‌گذاری شدند. اعضای این خوشه بیشترین حجم نمونه (۴۰ درصد) را تشکیل می‌دهند. بیشترین حمایت آن‌ها به ترتیب مربوط به شاخص پایداری زیست‌محیطی و منافع اقتصادی حاصل از گردشگری است. همچنین این تنها خوشه‌ای است که از میان پرسش‌های مربوط به محیط‌زیست، به اهمیت تنوع زیستی نیز امتیاز بالایی داده است. علاوه بر این، آن‌ها تنها گروهی هستند که معتقدند مدیریت موفقیت‌آمیز گردشگری مستلزم برنامه‌ریزی بلندمدت است و رضایت بازدیدکنندگان برای توسعه گردشگری در منطقه ضرورت دارد. در شاخص هزینه‌های اجتماعی، آن‌ها امتیازی کمتر از دو گروه دیگر به دست آوردند و این امر نشان می‌دهد ادراک آن‌ها از مسائل اجتماعی حاصل از گردشگری پایین است.

حامیان متوسط: افراد خوشه ۲ که در همه شاخص‌ها میانگینی بیشتر از خوشه ۱، کمتر از خوشه ۳ و بیشتر از متوسط (۳) دارند، حامیان متوسط نام‌گذاری شدند. آن‌ها ۳۵/۲۶ درصد از حجم نمونه را تشکیل می‌دهند. این خوشه نیز مانند دو خوشه دیگر، مهم‌ترین فعالیت در توسعه گردشگری پایدار را فعالیت‌های مربوط به پایداری زیست‌محیطی (از جمله حفاظت از محیط‌زیست برای نسل آینده و افزایش استانداردهای زیست‌محیطی) می‌دانند. آن‌ها به بعضی از هزینه‌های اجتماعی حاصل از گردشگری اذعان دارند، اما کمتر از گروه اول و بیشتر از گروه سوم آن را درک کرده‌اند. همچنین آن‌ها مشارکت جامعه در توسعه گردشگری را و نیز منافع اقتصادی حاصل از گردشگری به‌ویژه نقش گردشگری در ایجاد بازار برای محصولات محلی را مهم تلقی می‌کنند.

پس از مشخص کردن خوشه‌ها و نام‌گذاری آن‌ها، آزمون‌های ANOVA و کروسکال-والیس برای هر متغیر جمعیت‌شناختی به کار گرفته شد تا مشخص شود آیا تفاوت آماری معناداری بین خوشه‌ها براساس متغیرهای جنسیت، سن، تحصیلات، تأهل، ارتباط شغل با گردشگری، درآمد و مدت سکونت در مقصد وجود دارد. فرضیه صفر، وقتی که عدد معناداری (برای آماره آزمون) کمتر از ۰/۰۵ باشد، رد می‌شود. بدین معنا که متغیرهای مربوطه، در بخش‌ها دارای همگونی نیستند و اختلاف معناداری با یکدیگر دارند. در جدول ۴ خلاصه نتایج آزمون‌های تفاوت خوشه‌ها مشاهده می‌شود.

جدول ۴. نتایج آزمون‌های ANOVA و کروسکال-والیس مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیرها	نوع آزمون	df	Sig (2-sided)	نتیجه
جنسیت	ANOVA	۵	۰/۰۲۱	خوشه‌ها از لحاظ جنسیت ناهمگون‌اند.
سن	K-W	۳	۰/۰۳۲	خوشه‌ها از لحاظ سن ناهمگون‌اند.
تحصیلات	ANOVA	۶	۰/۰۰۰	خوشه‌ها از لحاظ تحصیلات ناهمگون‌اند.
وضعیت تأهل	ANOVA	۴	۰/۰۶۴	خوشه‌ها از لحاظ وضعیت تأهل همگون‌اند.
درآمد	K-W	۴	۰/۰۰۰	خوشه‌ها از لحاظ درآمد ناهمگون‌اند.
مدت سکونت	K-W	۳	۰/۷۱۲	خوشه‌ها از لحاظ مدت سکونت همگون‌اند.
رابطه شغل با گردشگری	ANOVA	۶	۰/۰۰۰	خوشه‌ها از لحاظ رابطه شغل با گردشگری ناهمگون‌اند.

با توجه به جدول ۴، خوشه‌ها از نظر متغیرهای وضعیت تأهل و مدت سکونت در منطقه، در سطح اطمینان ۹۵ درصد همگون شناخته شده‌اند، اما در متغیرهای جنسیت، تحصیلات، سن، رابطه شغل با گردشگری و درآمد همگون نیستند و تفاوت معناداری با یکدیگر دارند. در این قسمت، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی هر یک از خوشه‌ها بررسی می‌شود تا دید بهتری به هر بخش ایجاد شود.

بدینسان: ۶۵ درصد پاسخ‌دهندگان این بخش را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین ۵۴ درصد آن‌ها ۵۰ سال به بالا دارند. درآمد بیشتر افراد این گروه بین ۶۰۰ هزار تا ۹۰۰ هزار تومان در ماه است و در مقایسه با سایر گروه‌ها درآمد کمتری دارند. شغل بیشتر افراد این گروه، ارتباطی با گردشگری ندارد. بیشتر اعضای این گروه، برای مدت طولانی (بیش از ۲۰ سال) در منطقه سکونت دارند. همچنین بیشتر آن‌ها متأهل‌اند و دارای تحصیلات دیپلم و پایین‌تر هستند. حامیان متوسط: در خوشه ۲ تعداد مردان و زنان تقریباً برابر است و از این جهت، تقریباً همگون هستند. بیشتر آن‌ها متأهل‌اند و بین ۳۹ تا ۴۹ سال دارند. بیشتر اعضای این گروه، دارای تحصیلات دیپلم و لیسانس و درآمدی بین ۹۰۰ هزار تومان تا یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در ماه هستند. همچنین ۷۰ درصد آن‌ها شغلشان را بدون ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم با گردشگری می‌دانند. از لحاظ مدت سکونت نیز بیشتر آن‌ها کمتر از خوشه بدینان در منطقه سکونت دارند. حامیان سرسخت: ۶۹ درصد پاسخگویان این خوشه را زنان تشکیل می‌دهند. بیشتر افراد این خوشه نیز مانند دو خوشه قبل متأهل‌اند. ۴۳ درصد افراد، شغلی مرتبط با گردشگری دارند. درآمد بیشتر آن‌ها بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان در ماه است و ۴۵ درصد آن‌ها دارای تحصیلات لیسانس و بالاترند. همچنین بیشتر آن‌ها بین ۲۰ تا ۳۹ سال دارند.

### نتیجه‌گیری

در این پژوهش، نگرش ساکنان، از طریق مقیاس نگرش به گردشگری پایدار سنجش شد. مشخص شدن سه گروه در جامعه، مانند تحقیق سیراکایا و دیگران (۲۰۰۹) است که سه گروه را براساس نگرش به توسعه گردشگری پایدار در میان ساکنان ترکی شناسایی کردند. آن‌ها گروه اول را که بر پایداری اکولوژیکی تأکید می‌کردند، حامیان سرسخت، گروه دوم را که بر پایداری اجتماعی تأکید داشتند، حامیان متوسط و گروه سوم را که بر مسائل اقتصادی تأکید داشتند، حامیان ضعیف نامیدند. نتایج این تحقیق، از جنبه‌ای با تحقیق سیراکایا متفاوت است. در پژوهش حاضر، هر سه گروه با وجود داشتن تفاوت در میانگین امتیازهایشان به پایداری زیست‌محیطی، از آن حمایت کردند؛ به طوری که حتی گروه بدینان نیز تنها در این شاخص، امتیازی بیش از میانگین (۳) به دست آوردند؛ درحالی که در تحقیق سیراکایا، گروه حامیان ضعیف، از شاخص پایداری زیست‌محیطی نیز حمایت نمی‌کردند. نتایج این پژوهش از لحاظ تعداد خوشه‌های به دست آمده، با مطالعه رایان و مونتگومری نیز قابل مقایسه است. آن‌ها سه گروه را براساس نگرششان به توسعه گردشگری شناسایی کردند که آن‌ها را مشتاقان، خشمگینان و میانه‌روها نامیدند. مشتاقان را- که از گردشگری حمایت می‌کنند- و خشمگینان را- که به گردشگری دید منفی دارند و به آثار مثبت آن بدبین‌اند- می‌توان به ترتیب معادل حامیان سرسخت و بدینان در پژوهش حاضر در نظر گرفت. همچنین میانه‌روها را- که بین دو خوشه مذکور قرار دارند- می‌توان معادل حامیان متوسط در این مطالعه به حساب آورد.

برای پاسخ به سؤال دوم پژوهش و به منظور شناسایی متغیرهای جمعیت‌شناختی خاص هر خوشه، از آزمون‌های ANOVA و کروسکال-والیس استفاده شد. سن، جنسیت، سطح تحصیلات، وضعیت تأهل، ارتباط مستقیم یا غیرمستقیم شغل با گردشگری، درآمد و مدت سکونت، به عنوان متغیرهای جمعیت‌شناختی در نظر گرفته شدند. هدف از انجام دادن این آزمون، به دست آوردن اطلاعات جمعیت‌شناختی هر خوشه است تا از آن طریق، برنامه‌ریزان گردشگری با نگرش اعضای جامعه آشنا شوند و برای برنامه‌های توسعه، آن‌ها را هدف قرار دهند و در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری مشارکت دهند. نتیجه آزمون‌های ANOVA و کروسکال-والیس نشان داد که خوشه‌ها در متغیرهای وضعیت تأهل و مدت سکونت در منطقه، تفاوت معناداری با یکدیگر ندارند و در متغیرهای سن، جنسیت، سطح تحصیلات و میزان درآمد و ارتباط شغل با گردشگری، با یکدیگر متفاوت‌اند. بین خوشه‌های مشخص شده، خوشه ۳ بیشترین تعداد زنان، بیشترین میزان درآمد

ماهیهانه و بالاترین سطح تحصیلات را دارد و سن اغلب افراد نیز در آن کمتر از سایر خوشه‌هاست. همچنین بیشتر افراد آن را کسانی تشکیل می‌دهند که شغل آن‌ها به‌نوعی در ارتباط با گردشگری است. خوشه‌های ۲ و ۱ از نظر این متغیرها به‌ترتیب بعد از خوشه ۳ قرار می‌گیرند. در بررسی مطالعات بسیاری که در زمینه رابطه میان پایگاه اجتماعی افراد و حساسیت آن‌ها به محیط‌زیست انجام شد، ژبو<sup>۱</sup> و مک‌رایت در سال ۲۰۰۷ به این نتیجه رسیدند که افراد جوان‌تر و تحصیل‌کرده‌تر، به محیط‌زیست اهمیت بیشتری می‌دهند. به‌طور معمول، افرادی که تحصیلات بالاتری دارند، نگرش مثبت‌تری به مسائل زیست‌محیطی مانند پارادایم محیطی دارند که بر توازن میان رشد اقتصادی و محافظت زیست‌محیطی و حیات انسانی سازگار با محیط تأکید می‌کند. همچنین نتایج این پژوهش نشان می‌دهد افرادی که شغل آن‌ها در ارتباط با گردشگری است و به‌نوعی از گردشگری منفعت اقتصادی می‌برند، بیشتر از آن حمایت می‌کنند. این نتیجه به نتیجه پژوهش پیزام<sup>۲</sup> (۱۹۸۶) شباهت دارد که در آن، پاسخگویی که از نظر اقتصادی به گردشگری وابسته بودند، توسعه گردشگری را مثبت‌تر از سایر پاسخگویی ارزیابی کردند. این نتیجه که زنان طرفداری بیشتری از فعالیت‌های پایداری دارند، توسط زلنی<sup>۳</sup> و دیگران نیز تأیید شده است. آن‌ها مطالعات بسیاری را که در زمینه محیط‌گرایی زنان انجام شده بود، بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که به‌طور کلی زنان نسبت به محیط‌زیست حساس‌تر از مردان‌اند.

مطابق نتایج این پژوهش، ساکنان عقاید متفاوتی درباره توسعه گردشگری پایدار دارند و نمی‌توان آن‌ها را به‌عنوان یک گروه متجانس در نظر گرفت. از آنجاکه نگرش‌های ناراضی گروه سوم (بدبینان) بر موفقیت برنامه‌های گردشگری اثر می‌گذارد، بهتر است به‌عنوان قدم اول، افراد این گروه مدنظر قرار گیرند و تلاش شود به‌نوعی حمایت آن‌ها از توسعه گردشگری پایدار جلب شود. تعداد اعضای این گروه در نمونه مورد مطالعه، کمتر از دو گروه دیگر است. از این‌رو شناسایی و مشارکت آن‌ها، آسان‌تر صورت خواهد گرفت. برنامه‌ریزان گردشگری می‌توانند با توجه به ویژگی‌های جمعیت‌شناختی خاص این گروه، آن‌ها را شناسایی کنند و اقدامات لازم برای تغییر نگرش آن‌ها را انجام دهند. از آنجاکه بیشتر افراد این گروه به محیط‌زیست اهمیت می‌دهند و معتقدند که گردشگران مسبب تنزل کیفیت آن هستند، لازم است برنامه‌های حفاظت از محیط‌زیست، در برنامه‌های توسعه گردشگری گنجانده شوند. همچنین باید به گردشگران در مورد اهمیت حفاظت از محیط‌زیست آگاهی داده شود تا فعالیت‌های ناسازگار با محیط کاهش یابد و حمایت ساکنان از گردشگری افزایش پیدا کند. به‌علاوه، این گروه از کاهش کیفیت زندگی خود و شلوغی بیش‌ازحد منطقه در بعضی از فصول سال اظهار نارضایتی می‌کنند. از این‌رو، لازم است با افزایش تسهیلات و امکانات در منطقه، این مشکل نیز برطرف شود.

## منابع

۱. رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود و مهدی پورطاهری. ۱۳۸۹، فرایند بومی‌سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، سال اول، شماره ۴، صص ۱-۴۱.
۲. قدمی، مصطفی و ناصر علیقلی‌زاده فیروزجایی، ۱۳۹۱، ارزیابی توسعه گردشگری مقصد در چارچوب پایداری، نمونه مورد مطالعه: دهستان تمشکل، شهرستان تنکابن، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۱، صص ۷۹-۱۰۳.
۳. علیقلی‌زاده فیروزجایی، ناصر، قدمی، مصطفی و مهدی رمضان‌زاده لسبویی، ۱۳۸۸، نگرش و گرایش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در نواحی روستایی، نمونه مورد مطالعه: دهستان گلیجان، شهرستان تنکابن، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۱، صص ۳۵-۴۸.

4. Ahn, B., Lee, B. and Shafer, C. S., 2002, **Operationalizing Sustainability in Regional Tourism Planning: An Application of the Limits of Acceptable Change Framework**, Tourism Management, Vol. 23, No. 1, PP. 1-15.
5. Andereck, K. L. and Vogt, C. A., 2000, **The Relationship between Residents' Attitudes toward Tourism and Tourism Development Options**, Journal of Travel Research, Vol. 39, No.1, PP. 27-36.
6. Angelevska-Najdeska, K. and Rakicevik, G., 2012, **Planning of Sustainable Tourism Development**, Social and Behavioral Sciences, No. 44, PP. 210-220.
7. Ap, J., 1992, **Resident's Perceptions on Tourism Impacts**, Annals of Tourism Research, Vol. 19, No. 3, PP. 665-690.
8. Berlin Declaration, 1997, **The Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism**, International Conference of Environment Ministers on Biodiversity and Tourism, March 6-8, Berlin, Germany: United Nations.
9. Choi, H. C. and Sirakaya, E., 2005, **Measuring Resident's Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale**, Journal of Travel Research, Vol. 43, No. 3, PP. 380-394.
10. Choi, H. C. and Sirakaya E., 2006, **Sustainability Indicators for Managing Community Tourism**, Tourism Management, Vol. 27, PP. 1274-1289.
11. Chrischol, H. and Sirakaya E., 2005, **Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale**, Journal of Travel Research, Vol. 43, No. 4, PP. 380-394.
12. Dodds, R. and Joppe, M., 2003, **The Application of Ecotourism to Urban Environments Tourism**, An Interdisciplinary Journal, Vol. 51, No. 2, PP. 157-164.
13. Evans, T. R., 1993, **Residents' Perceptions of Tourism in New Zealand Communities**, MSc Thesis, University of Otago, Dunedin.
14. Freeman, R. E., 1984, **Strategic Management: A Stakeholder Approach**, Pitman, Boston.
15. Geoldner, C. R. and Ritchie, B., 2006, **Tourism: Principles, Practices, Philosophies** 10<sup>th</sup> Edition, Wiley and Sons, John C. Hoboken, NJ.
16. Gunn, C. A., 1994, **Tourism Planning: Basics, Concepts & Cases**, 3<sup>rd</sup> Edition, Taylor and Francis, New York.
17. Harrison, J. S. and John, C. H., 1996, **Managing and Partnering with External Stakeholders**, Academy of Management Executive, Vol. 10, No. 2, PP. 46-59.
18. Inskip, E., 1991, **Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach**, Van Nostrand Reinhold, New York.
19. Jurowski, C. and Gursoy D., 2004, **Distance Effect on Residents' Attitudes toward Tourism**, Annals of Tourism Research, Vol. 31, No. 2.
20. Jurowski, C., Uysal, M. and Williams, D. R., 1997, **A Theoretical Analysis of Host Community Resident Reactions to Tourism**, Journal of Tourism Research, Vol. 36, No. 2, PP. 3-11.
21. Kavaliauske, M. and Kocyte, R., 2014, **Sustainable Tourism Development in Neringa Region**, Social and Environmental Sciences, No. 156, PP. 208-212.
22. Kitnuntaviwat, V. and John C. S. Tang., 2008, **Residents' Attitudes, Perceptions and Support for Sustainable Tourism Development**, Tourism and Hospitality Planning and Development, Vol. 5, No. 1, PP. 45-60.
23. Muganda, M., Sirima, A. and Marva Ezra, P., 2013, **The Role of Local Communities in Tourism Development: Grassroots Perspectives from Tanzania**, Journal of Human Research, Vol. 41, No. 1, PP. 53-66.
24. Murphy, P. E., 1983, **Perceptions and Attitudes of Decision Making Groups in Tourism Centers**, Journal of Travel Research, Vol. 21, No. 3, PP. 8-12.

25. Pizam, A., and Milman, A., 1986, **The Social Impacts of Tourism**, Tourism Recreation Research, Vol. 11, PP. 29-32.
26. Saftic, D., Tezak, A. and Luk, N., 2011, **Stakeholder Approach in Tourism Management: Implication in Croatian Tourism**, 30<sup>th</sup> International Conference on Organizational Science Development, Portoroz, Slovenia.
27. Sautter E. T. and Leisen, B., 1999, **Managing Stakeholders: A Tourism Planning Model**, Annals of Tourism Research, Vol. 26, No. 2, PP. 312-328.
28. Sirakaya, E. and Gursoy, D., 2013, **Predictive Validity of SUS-TAS**, Tourism Analysis, Vol. 18, No. 5, PP. 601-605.
29. Sook Fun, F., Chiun, L. M., Songan, P. and Nair, V., 2014, **The Impact of Local Communities' Involvement and Relationship Quality on Sustainable Rural Tourism in Rural Areas**, Social and Behavioral Sciences, No. 144, PP. 60-65.
30. Wang, Y., Pfister, R. E. and Morais, D. B., 2006, **Residents Attitudes toward Tourism Development: A Case Study of Washington, NC**. Proceeding of 2006 Northern Recreation Research Symposium, PP. 411° 418.
31. Williams, J. and Lawson, R., 2001, **Community Issues and Resident Opinions of Tourism**, Annals of Tourism Research, Vol. 28, No. 2, PP. 269-290.
32. Xiao, C. and McCright, A., 2007, **Environmental Concern and Socio-Demographic Variables: A Study of Statistical Models**, The Journal of Environmental Education, Vol. 38, No. 2, PP. 3-13.
33. Zelzney L. C., Chua, P. and Aldrich, C., 2000, **Elaborating on Gender Differences in Environmentalism**, Journal of Social Issues, Vol. 56, No. 3, PP. 443° 457.
34. Zhender, L. E., 1976, **Tourism and Social Problems: Implications for Research and Marketing**, Proceeding of the Seventh Annual Travel and Tourism Research Association Conference, Lexington, PP. 211-212.
35. Aligholizadeh Firouzjaji, N., Ghadami, M. and Ramezanzadeh Lasboui, M., 2009, **Attitude and Orientation of the Host Community to Tourism Development in Rural Areas, Case Study: Golijan Rural District, Tonekabon City**, Human Geography Research, No. 71, PP. 35-48. (In Persian)
36. Eftekhari, A. R., Mahdavi, D. and Poortaheri, M., 2010, **The Process of Localization the Indicators of Sustainable Development of Rural Tourism in Iran**, Rural Researches, No. 4, PP. 1-41. (In Persian)
37. Ghadami, M. and Aligholizadeh Firouzjaji, N., 2012, **The Evaluation of Tourism Development of Destination in Terms of Stability, Case Study: Tameshkel District, Tonekabon City**, Geographical Researches, No. 1, PP. 79-103. (In Persian)