

بررسی رابطه مشارکت مردم و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز)

ابوالقاسم تقی زاد فانید^۱

منیره مقنی جانسوز^۲

چکیده

توسعه گردشگری شهری با توجه به آثار متعدد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی مورد توجه برنامه‌ریزان گردشگری و مدیران شهری قرار گرفته است و به دنبال رشد شهر نشینی، شهرها در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است که البته در این راستا بررسی نقش مشارکت مردم در توسعه و بهبود گردشگری شهرها باید مورد توجه قرار گیرد. هدف از این تحقیق بررسی رابطه مشارکت مردم در توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی و از نظر روش پژوهش از نوع توصیفی پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه محسوب می‌باشد. جامعه آماری شهروندان کلانشهر تبریز در نظر گرفته شده است و حجم نمونه طبق فرمول کوکران ۳۸۴ نفر تعیین شد که به روش نمونه گیری از نوع تصادفی در دسترس انجام شد به منظور تحلیل یافته‌ها از آزمون‌های آماری و مدل تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج نشان داد که بین دو متغیر مشارکت اقتصادی و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معنی دار برقرار است و با مقدار همبستگی ۰/۶۳۲ و نزدیکی به عدد ۱، نسبت به دیگر متغیرها همبستگی بالایی دارد. هم چنین بین دو متغیر مشارکت زیست محیطی و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معنی دار برقرار است و با مقدار همبستگی ۰/۲۸۸ مشخص شد که این دو متغیر با یکدیگر همبستگی پایینی دارند. از سویی بین دو متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی و توسعه گردشگری رابطه منفی برقرار است و با مقدار همبستگی ۰/۱۰۲ مشخص شد که این دو متغیر با یکدیگر همبستگی پایینی دارند. در نتیجه مشارکت اقتصادی در مقایسه با مشارکت زیست محیطی و مشارکت اجتماعی - فرهنگی نقش مهمی‌تر در راستای توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز دارد و باید برنامه‌ریزان گردشگری، توجه ویژه‌ای به موضوع مشارکت اقتصادی مردم این شهر داشته باشند. بدین ترتیب، ارایه شناخت مراتب اولویت ابعاد مشارکت جامعه میزبان در توسعه گردشگری، نوآوری تحقیق در مقایسه با دیگر مطالعات محسوب می‌شود.

واژگان کلیدی: مشارکت مردم، توسعه گردشگری، گردشگری شهری، کلانشهر تبریز

مقدمه

امروزه نیمی از جمعیت جهان در شهرها زندگی می‌کنند و انتظار می‌رود که این تعداد تا سال ۲۰۳۰ تقریباً به پنج میلیارد نفر برسد. گردشگری شهری با توجه به ایجاد فرصت‌های اقتصادی و شغلی، به یک عامل اصلی در کل برنامه‌ریزی شهری و افزایش رفاه برای میلیاردها نفر ساکن در شهرهای جهان تبدیل شده است (سازمان جهانی گردشگری^۱، ۲۰۱۲: ۴). از سویی تاکید به نقش جوامع محلی و مشارکت آنان در توسعه گردشگری باید مورد توجه قرار گیرد چراکه آنان خود از ذینفعان گردشگری هستند. برنامه‌ریزان گردشگری معتقدند باید از مشارکت اجتماع محلی در برنامه ریزی صنعت گردشگری استفاده کرد که برای این امر دو دلیل وجود دارد: اول این که آثار گردشگری در منطقه مقصد محلی، به شدت احساس می‌شوند و دوم ساکنان اجتماع محلی به عنوان عنصر اساسی در فضای

^۱ استادیار گروه آموزشی جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)

Email : dr.fanid.2012@gmail.com-Tel: 09149161229

^۲ کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه تبریز

مهمان‌نوازی از یک مقصد شناخته می‌شوند (سیمونس^۱، ۱۹۹۴: ۹۸). «مشارکت مردم در روند توسعه نزد صاحب نظران از چنان اعتباری برخوردار است که بعضاً توسعه را معادل مشارکت دانسته و یا مشارکت را وسیله و هدف توسعه ذکر کرده‌اند (طالب، ۱۳۷۴: ۴).

همچنین، «مشارکت اجتماعی به عنوان مؤلفه ای کلیدی در تحقق توسعه و دموکراسی مورد توجه صاحب‌نظران توسعه قرار گرفته است. با توجه به نقش مشارکت اجتماعی در توانمندسازی انسان‌ها، افزایش بهره‌وری و کاهش حاشیه‌نشینی و تحقق توسعه، مطالعه چالش‌های آن، بویژه در جامعه ایران که در دوران گذار از جامعه سنتی به مدرن قرار دارد، از اهمیت خاصی برخوردار است، چرا که به کنش‌های جمعی آگاهانه، داوطلبانه و کم‌ویش سازمان یافته افراد در جهت منافع عمومی جامعه مرتبط می‌شود» (شایان و دیگران، ۱۳۹۰: ۷۶).

مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی گردشگری امری ضروری است و در این راستا ایده گردشگری جامعه محور مطرح می‌شود که معتقد است ساکنان محلی باید توسعه صنعت گردشگری را از طریق درگیر شدن در گردشگری و اهداف و استراتژی‌های توسعه آن کنترل کنند. آن‌ها همچنین باید در اجرای استراتژی‌ها و نیز امکانات و خدمات عملیاتی زیرساخت‌های گردشگری برای مدیریت اثربخش منابع محلی و توزیع بهتر مزایای توسعه گردشگری مشارکت کنند.

طبق گزارش بخش گردشگری سازمان همکاری اقتصادی آسیا پاسیفیک (۲۰۱۰) گردشگری جامعه محور باید قادر باشد شغل تولید کند، درآمدها را افزایش دهد و فقر را در جوامع کاهش دهد. مشارکت جامعه میزبان در بخش گردشگری فرصت‌هایی را برای آنها در جهت بهبود رفاه اقتصادی و کیفیت زندگی از طریق فرصت‌های افزایش یافته به واسطه توسعه فعالیت‌های گردشگری مانند حمل و نقل، اقامت، صنایع دستی و ... فراهم می‌آورد، بنابراین، اگر مردم میزبان، منافع مالی و غیرمالی از ناحیه صنعت گردشگری دریافت کنند، به احتمال زیاد در طرح‌ها و برنامه‌های این حوزه مشارکت خواهند کرد (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲۶). چرا که، «در بسیاری از مناطق، فعالیت‌های گردشگری به توسعه آن مناطق و به تبع آن، رشد فعالیت‌های دیگر منجر شده که این امر، به نوعی تأثیرات منفی برگردشگری پایدار گذاشته است و به نظر می‌رسد، تنها با مشارکت همه ذینفعان گردشگری، مفهوم گردشگری پایدار، به منصفه ظهور می‌رسد» (رهنما و عبدالله زاده، ۱۳۹۶: ۹۸).

گفتنی است، کنترل و توسعه فعالیت‌های گردشگری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی از سوی ساکنان محلی در چارچوب الگوی توسعه گردشگری جامعه محور، زمینه ساز پایداری گردشگری است. دستیابی به چنین هدفی، متضمن سطح بالایی مشارکت جوامع محلی در فرایند توسعه گردشگری است. اصلی‌ترین مرحله در پیاده سازی این مدل مشارکتی، تعیین نحوه و میزان مشارکت جامعه محلی در آن است. همچنین، همواره آمادگی‌های ذهنی و وجود انگیزه‌های شخصی در افراد محلی برای تحقق مشارکت امری ضروری است؛ بنابراین، مشارکت قبل از نمود عینی آن پدیده‌ای ذهنی است که باید آن را در افکار و عقاید و رفتار مردم جست و جو کرد (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۰).

گردشگری در بستر جامعه و با حضور مردم معنی پیدا می‌کند به طوریکه عملیاتی شدن برنامه‌ها و تصمیم‌گیری‌ها در این حوزه نیاز به حضور فعال و مشارکت مردم دارد. سیاست‌گزاران این حوزه باید مطالعات کافی در زمینه ابعاد مختلف مشارکت مردم در توسعه گردشگری داشته باشند تا بتوانند با توجه به نیازها و روحیات مردم محلی، برنامه‌ای کاربردی و عملیاتی ارائه دهند. شهر تبریز با داشتن آثار تاریخی و فرهنگی، سابقه طولانی در زمینه جذب گردشگر در منطقه شمالغرب کشور دارد و از سویی مردم شهر، خود از ذینفعان توسعه گردشگری به حساب می‌آیند و مشارکت آن‌ها نقش مهمی در توسعه گردشگری دارد. بدون دانستن نظر مردم این کلانشهر در مورد زمینه‌های مشارکت آنان در راستای توسعه گردشگری و رابطه بین توسعه گردشگری و مشارکت مردم، نمی‌توان برنامه‌ریزی مناسبی کرد و آن را به



اجرا درآورد. باتوجه به تعریف ارائه شده، مطالعه حاضر برای شناخت وجود رابطه بین توسعه گردشگری و ابعاد مشارکت جامعه میزبان، پاسخ به سوالات زیر را وجهه همت خویش قرار داده است:

آیا بین مشارکت اجتماعی - فرهنگی مردم و توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز رابطه وجود دارد؟

آیا بین مشارکت اقتصادی و توسعه گردشگری مردم در کلانشهر تبریز رابطه وجود دارد؟

آیا بین مشارکت زیست محیطی مردم و توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز رابطه وجود دارد؟

مبانی نظری^۱

در مارس ۱۹۹۳، کمیسیون آمار ملل متحد، تعریف ارائه شده از جهانگردی توسط سازمان جهانی جهانگردی را پذیرفت. بر اساس این تعریف، جهانگردی عبارت است از: مجموعه‌ی فعالیت‌های افرادی که به مکان‌هایی خارج از محل زندگی و کار خود به قصد تفریح و استراحت و انجام امور دیگر مسافرت می‌کنند و بیش از یک سال متوالی در آن مکان‌ها نمی‌مانند (راجر داس ویل، ۱۹۷۹:۱۹). وارور^۲ (۲۰۰۰) گردشگری را مجموع پدیده‌ها و ارتباطات ناشی از کنش متقابل میان گردشگران، سرمایه، دولت‌ها و جوامع میزبان، دانشگاه‌ها و سازمان‌های غیردولتی، در فرایند جذب، حمل‌ونقل، پذیرایی و کنترل گردشگران و دیگر بازدیدکنندگان می‌داند (پاپلی یزدی و سقای، ۱۳۹۱:۱۲).

نیز، نواحی شهری به علت آنکه جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی بسیاری دارند، غالباً مقاصد گردشگری مهمی محسوب می‌شوند. شهرها معمولاً جاذبه‌های متنوع و بزرگی شامل موزه‌ها، بناهای یادبود، سالن‌های تئاتر، استادیوم‌های ورزشی، پارک‌ها، شهربازی، مراکز خرید، مناطقی با معماری تاریخی و مکان‌هایی مربوط به حوادث مهم یا افراد مشهور را دارا هستند که باعث جذب گردشگری می‌شود (فرجی راد و نصیری، ۱۳۸۹:۳۲). درعین حال، محیط‌های شهری از دو نقطه نظر در صنعت توریسم اهمیت دارند. کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آن‌ها، فشار و خستگی‌های ناشی از کار و تلاش و فعالیت به عنوان مبدا مسافرت‌های توریستی محسوب می‌شوند. از سوی دیگر به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت‌های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، ارتباطی، فراغتی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و توریستی، به عنوان مقصد مسافرت‌های جهانگردی نیز به شمار می‌آیند (رضوانی، ۱۳۹۱:۸۶)، که این عوامل گردشگری شهری را شکل می‌دهند.

کمیسیون اقتصادی آمریکای لاتین^۳ مشارکت را شرکت داوطلبانه‌ی مردم در یک یا چند برنامه‌ی عمومی که در توسعه ملی نقش دارند، تعریف می‌کند (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶:۹۹). به تعبیر کولین^۳ مشارکت موثر مستلزم وجود انگیزه‌های شخصی است، به عبارتی مشارکت قبل از این که نمود عینی پیدا کند، پدیده‌ای ذهنی است که باید آن را در افکار، عقاید، رفتار و خلاصه در فرهنگ مردم جست‌وجو کرد. برای درونی سازی فرهنگ مشارکت باید بسیاری از قالب‌های پیش ساخته ذهنی را دگرگون ساخت و این امر بدون کار فرهنگی میسر نمی‌شود (غفاری، ۱۳۹۱:۱۱۸).

هم چنین به دلیل نقش مهم مردم در گردشگری، مفهومی به نام «گردشگری جامعه محور» ایجاد شده است. تلکاج و کینگ^۴ (۲۰۱۵) بیان می‌کنند که گردشگری جامعه محور موضوعی است که در سال‌های اخیر، بخصوص در کشورهای در حال توسعه اهمیت بسیاری یافته است. این نوع گردشگری نوعی از گردشگری جای‌گزین است که منافع جامعه محلی را به حداکثر رسانده و بر ظرفیت

^۱ - ضمن اذعان به اهمیت تقویت مبانی نظری و باتوجه به ضرورت رعایت تعداد صفحات مقاله ها، از سویی بهره گیری از نتایج پژوهش های دانشگاهی برای تبیین متغیرهای اصلی تحقیق، همچنین، ادغام بخشی از مطالب مقدمه در این قسمت، بنظرمی رسد، اصلاح لازم محقق شده باشد.

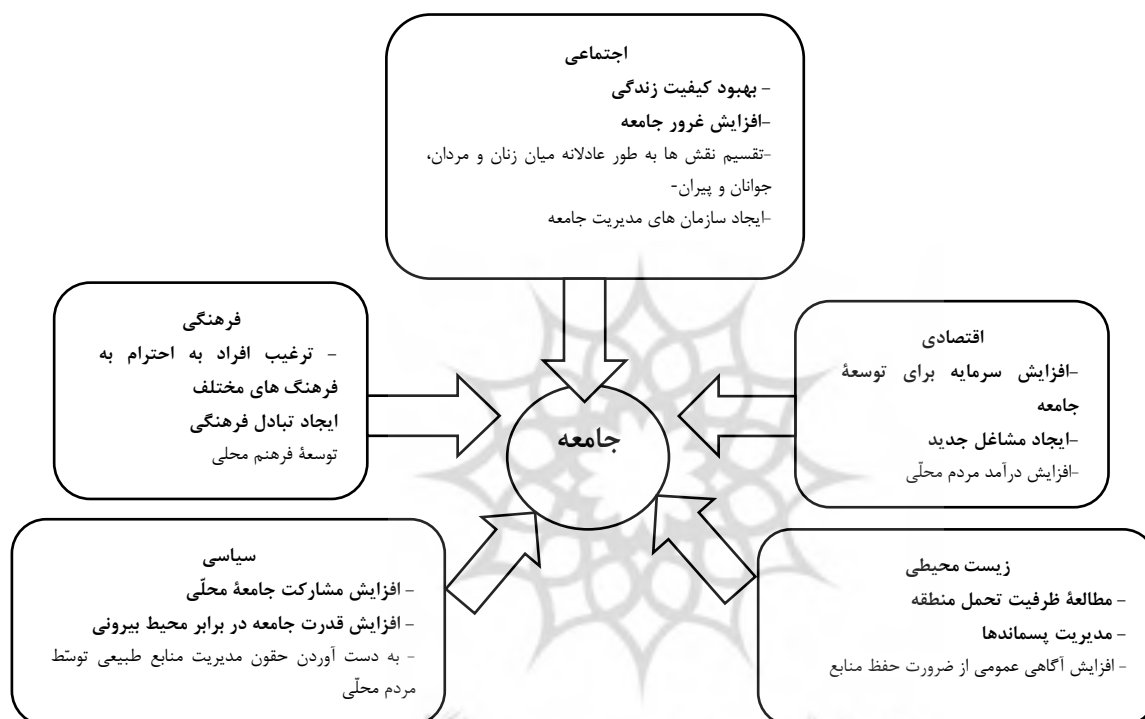
2- Warver

3- Colin

4- Tolkach & King

سازی و توانمندسازی مردم محلی، به عنوان ابزارهایی برای رسیدن به توسعه جامعه تمرکز دارد. این نوع گردشگری که بر اساس رویکرد مشارکتی شکل گرفته است، منافع زیادی نصیب جامعه می‌کند، مشارکت فعال جامعه در برنامه‌ریزی گردشگران را تسهیل می‌کند، روابط متقابل میان گردشگران و جامعه را افزایش می‌دهد و میراث فرهنگی و طبیعی منطقه را حفظ می‌کند (ضرغام بروجنی و بذرافشان، ۱۳۹۵:۱۲۵).

در شکل ۱ قسمت‌های مختلف گردشگری جامعه محور آورده شده است.



شکل (۱): گردشگری جامعه محور ابزاری برای توسعه جامعه

منبع: سوآنسری^۱، ۲۰۰۳:۲۱ نقل شده در ضرغام بروجنی و بذرافشان، ۱۳۹۵:۱۲۶

کلمه مشارکت از ریشه Participation کلمه مشارکت معادل اصطلاح Part است، به معنای قسمت جزء و بخش گرفته شده است و به سهم شدن در چیزی و یا گرفتن قسمتی از آن است. در فرهنگ معین، مشارکت معادل شرکت کردن، انباری کردن و یا تعیین سود و زیان دو یا چند تن که با سرمایه‌های معین در زمان‌های مشخص به بازرگانی پرداخته‌اند، تعریف شده است (معین، ۱۳۶۳:۴۱۲۷). زاهدی مشارکت را کلیه اقداماتی می‌داند که میزان نفوذ و مسئولیت گروه‌های ذینفع را در فرایند تصمیم‌گیری در باره گردشگری افزایش دهد (زاهدی، ۱۳۸۵:۱۴۳).

نیز، الگوی توسعه گردشگری جامعه محور سه خصلت اساسی دارد. خصلت اول اینکه گردشگری اجتماع محور، پایداری اجتماعی را برای جامعه بومی به همراه دارد؛ چراکه در بیشتر قسمت‌ها اعضای جامعه محلی فعالیت‌های گردشگری را توسعه می‌دهند و کنترل می‌کنند و به علاوه جوامع محلی درآمدهای حاصل از آن را به طور مستقیم دریافت می‌کنند. دوم اینکه برای فرهنگ، میراث و آداب و

¹ - Suansri

سنن جامعه محلی احترام و ارزش به همراه دارد و توانایی حفظ و تقویت چنین عواملی را دارد. سوم اینکه از این طریق می‌توان از میراث طبیعی جامعه بومی حفظ و حراست کرد. (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۰).

همچنین الغنمی (۱۳۷۰) در تعریف مشارکت معتقد است، مشارکت در مفهوم دقیق خود، به معنای توزیع مجدد قدرت اقتصادی و سیاسی به نفع تهیدستان روستایی که کنار گذاشته شده‌اند می‌باشد، بنابراین این قشر باید قادر شوند از طریق موارد زیر در امور توسعه مشارکت کنند:

- مشارکت در قدرت سیاسی اجتماعی با شرکت در تصمیم‌گیری‌ها از طریق سازمان‌ها به انتخاب خود؛

- مشارکت در قدرت اقتصادی از طریق افزایش دسترسی به امکانات تولید؛

- داشتن انگیزه برای کمک به افزایش تولید از طریق سازمان‌های نهادی؛

- سهیم شدن در پاداش‌ها و منافع رشد به منظور بهبود وضعیت تغذیه، مهارت‌های تولیدی و توانایی‌های انسانی و تبادل نیروی کار و محصول خود برای رفع نیازهای انسانی (هادی پور و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۷).

انواع (فرم شناسی) مشارکت در جدول ۱ نشان داده شده است. مشارکت جامعه یک اصطلاح طبقه‌ای است که اجازه می‌دهد تا مشارکت مردم، شهروندان و یا جامعه میزبان در امور خود در سطوح مختلف (محلی، منطقه‌ای و یا ملی) و شکل‌های مختلف (دستکاری، اجباری، القاء، منفعل، خود به خود و غیره) تحت شرایط ویژه مکانی انجام شود (توسان^۱، ۲۰۰۶: ۴۹۴) که در این تحقیق مشارکت خود به خودی شهروندان مورد نظر است.

شایان ذکر است، رویکرد برنامه‌ریزی مردمی تداوم توجه و اولویت‌دهی به مقصد در برنامه‌ریزی گردشگری است. این گرایش‌ها با تداوم توجه به محیط زیست ناحیه مقصد آغاز شد و در نهایت به ضرورت مشارکت مردم محلی و شناخت و درک ویژگی‌ها و گرایش‌ها و گرایش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مردم محلی در برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری در منطقه مقصد منجر گردید. به طور کلی در یک گستره جغرافیایی اعم از سطح ملی، منطقه‌ای و حتی سطوح محدودتر، روند معمول این است که مراجع اصلی برنامه‌ریزی را با تاکید بر «مشارکت مردم» تدوین نمایند. در نهایت این روش به مشارکت بیشتر عامه مردم محلی در روند برنامه‌ریزی منتهی شود. این نکته حائز اهمیت است که الگوهای توسعه مناطق محلی، باید مکمل و تقویت کننده یکدیگر باشند و تلفیقی از آن‌ها نیازها و خواسته‌های جوامع محلی را منعکس کنند و یا حداقل بخشی از خواسته‌های هر کدام از گروه‌ها و جوامع محلی را با خود داشته باشد. در این رویکرد، برنامه‌ریزی به نفع مردم صورت می‌گیرد و مردم باید در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری در مناطق خود دخیل باشند. در صورتیکه ساکنان در تصمیمات مربوط به برنامه‌ریزی توسعه شرکت کنند- و اگر متوجه مزایای امر گردشگری باشند- به احتمال زیاد حمایت بیشتری را از آن خواهند داشت. در برنامه‌ریزی گردشگری در سطوح ملی و منطقه‌ای، روش معمول برای جلب مشارکت مردم، ایجاد یک کمیته تدارکاتی است. این کمیته تیم برنامه‌ریزی را راهنمایی کرده و فعالیت آن‌ها را به ویژه در خصوص «گزارشات اولیه تدوین شده» و «پیشنهادات در خصوص برنامه‌ریزی» را مرور می‌کند. کمیته تدارکاتی مطالعه برنامه‌ریزی، از نمایندگان نهادهای دولتی وابسته به امور گردشگری، بخش خصوصی و سازمان‌های اجتماعی، مذهبی و دیگر سازمان‌های مرتبط است (معصومی، ۱۳۸۸: ۱۴۹ و ۱۵۲).

جدول (۱): نوع شناسی اصولی مشارکت جامعه

مشارکت خودبخودی از پایین به بالا؛ هم‌تراز در فعال بودن؛ مشارکت مستقیم؛ برابری در تصمیم‌گیری؛ مشارکت صحیح؛ خود برنامه‌ریزی.	عدم مشارکت	فیزیکی	۱.	→	۱. مشارکت فیزیکی
		درمان	۲.		۲. مشارکت غیر فعال
مشارکت القایی بالا به پایین؛ تابع؛ رسمی؛ معمولاً غیر مستقیم؛ با دستکاری؛ شبه مشارکت؛ مشارکت در اجرا و به اشتراک گذاری منافع؛ انتخاب بین گزینه‌های پیشنهادی و بازخورد.	درجات رفتار و بیان شهروند	اطلاع رسانی	۳.		۳. مشارکت با مشاوره
		مشاوره	۴.	→	۴. مشارکت با انگیزه‌های مادی
		وفق	۵.		۵. مشارکت تابعی
مشارکت اجباری بالا به پایین؛ تابع؛ معمولاً غیر مستقیم؛ رسمی؛ مشارکت در اجرا اما نه لزوماً به اشتراک گذاری منافع؛ انتخاب بین گزینه‌های محدود پیشنهادی یا بدون انتخاب؛ پدسالاتری، عدم مشارکت، درجه بالای رفتار و بیان و دستکاری.	درجات قدرت و توان شهروند	مشارکت	۶.		۶. مشارکت تعاملی
		تفویض قدرت	۷.	→	۷. خود بسیج
		کنترل شهروند	۸.		

منبع: توسان، ۲۰۰۶: ۴۹۴؛ نقل شده در بدری و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۹.

مروری بر ادبیات تحقیق

باتوجه به تعریف و بیان مسئله مشارکت مردم در راستای توسعه گردشگری شهری و تبیین اهداف آن، پیشینه و ادبیات موضوعی مرتبط با مشارکت و توسعه گردشگری با مطالعه اجمالی برخی منابع داخلی و خارجی استخراج و در راستای تبیین فرضیه‌ها و سؤالات تحقیق در جدول ۲ ارائه می‌شود:

جدول (۲): جمع‌بندی مطالعات پیشین در داخل و خارج کشور

مطالعات داخلی			
نام نویسنده و سال	عنوان مقاله	روش	نتیجه
بدری و همکاران (۱۳۹۲)	مشارکت اجتماع محلی در توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن)	روش‌های تحلیل توصیفی و آزمون‌های تی تک نمونه‌ای، فریدمن و همبستگی	بین دو متغیر وضعیت شغلی و میزان تمایل جامعه محلی به مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی، رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد.
حسام (۱۳۹۵)	سنجش نگرش جامعه میزبان به تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی توسعه گردشگری. مطالعه موردی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل	تحلیل عاملی	درآمد و اشتغال، محیط زیست و ارتباطات، اجتماعی و فرهنگی، مسکن و زیرساختی به ترتیب مهم‌ترین عوامل بوده است که عامل درآمد و اشتغال از نظر روستاییان، بیشترین تأثیر را بر پایداری گردشگری دارد.
حیدری و همکاران (۱۳۹۵)	تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماع محلی در برنامه ریزی توسعه گردشگری کشاورزی. مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن	آزمون تی تک نمونه‌ای و مدل تحلیل مسیر	متغیر مستقل اقتصادی بیشترین تأثیر را بر میزان مشارکت ساکنان در راستای ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی دارد و مابقی متغیرها به ترتیب متغیر نهادی، متغیر اجتماعی و متغیر محیطی، بر متغیر وابسته مشارکت تأثیرگذارند
ابراهیم پور و همکاران (۱۳۹۶)	بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه	تحلیل عاملی تاییدی و معادلات ساختاری	نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با سه متغیر اثرات اقتصادی گردشگری، اثرات

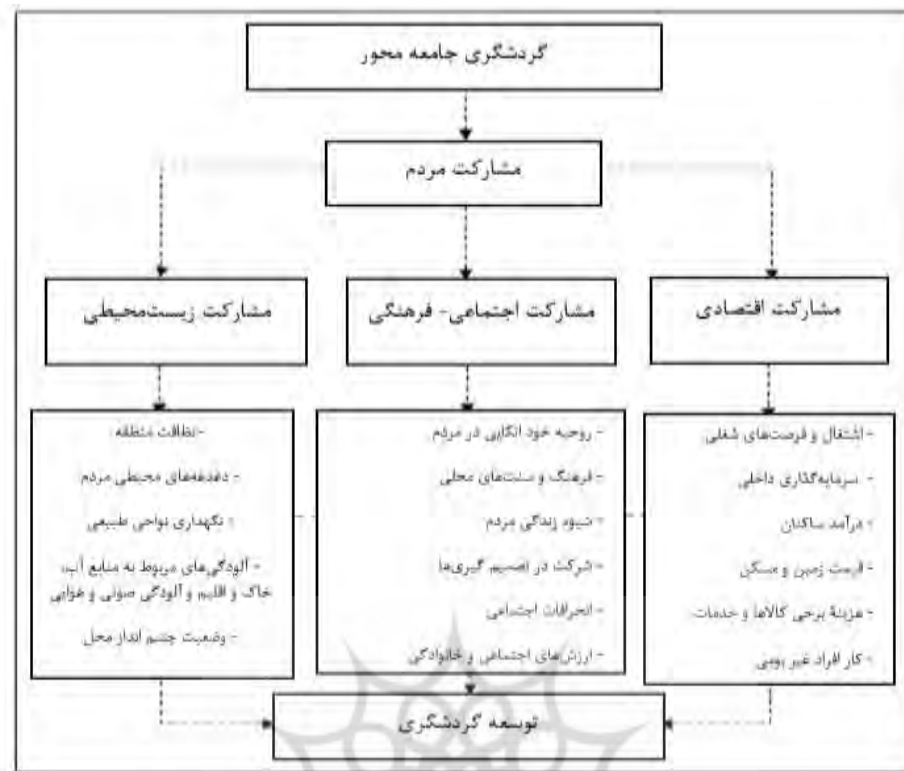


اجتماعی فرهنگی گردشگری و متغیر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار می‌باشد.		موردی: شهر سرعین	
مشارکت اقتصادی در درجه اول و مشارکت زیست محیطی در درجه دوم از طریق تاثیرگذاری بر مشارکت اجتماعی - فرهنگی ساکنان، زمینه توسعه پایدار گردشگری را در سرعین فراهم می‌سازند.	ضرب همبستگی پیرسون، رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر	نقش مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری پایدار (مطالعه موردی: سرعین)	تولایی و همکاران (۱۳۹۶)
ارتباط مثبت و معناداری بین تصویر ذهنی ساکنان شهر تبریز و حمایت آنان از توسعه گردشگری وجود دارد	معادلات ساختاری	تبیین عوامل موثر بر سطح حمایت ساکنان شهر تبریز از توسعه گردشگری (با تاکید بر ابعاد اجتماعی و فرهنگی)	محمدزاده و همکاران (۱۳۹۶)
مطالعات خارجی			
مردم محلی خواهان تصمیمی به طور مشترک و با مشورت مقامات دولتی و رهبران محلی هستند و می‌خواهند مزایای حاصل از گردشگری شرکت کنند. کسب و کارهای گردشگری، طرح های اشتراکی سود را توسعه می‌دهند که به نفع مردم محلی در جهت دسترسی به مزایای گردشگری است.	روش تحقیق ترکیبی	مشارکت جامعه و توسعه گردشگری در تانزانیا	مایکل ^۱ (۲۰۰۹)
جامعه محلی جزیره تیمان از آینده توسعه گردشگری بر اساس مزیت شخصی اخذ شده حمایت می‌کنند و نقش ساکنان برای حمایت از توسعه گردشگری و حفظ رشد قوی آن ضروری است.	تحلیل عاملی اکتشافی	نگرش جامعه محلی و حمایت از توسعه گردشگری در جزیره تیمان مالزی	هنفیا و همکاران (۲۰۱۳)
مردم محلی با توسعه گردشگری در منطقه خود نگرانی دارند. با افزایش مهمان خانه، هتل بوتیک، هتل کوچک و دیگر کسب و کار گردشگری باعث شده است که مردم مایل به شرکت در توسعه گردشگری از قبیل برنامه ریزی، فرایند مدیریت و دیگر موارد مرتبط با توسعه گردشگری پایدار در این منطقه باشند.	روش توصیفی	مشارکت مردم محلی در توسعه گردشگری در چیانگ مای تایلند	سانگ کاکورن و سووان نارات (۲۰۱۳)
تفاوت معنی داری میان تاثیرات ادراکات ساکنان و مشارکت جامعه در حمایت از توسعه گردشگری در مناطق شهری و روستایی وجود دارد. با این حال، یافته‌ها هیچ گونه تفاوتی بین اثر ادراکات مثبت در مورد مشارکت جامعه و اثر غیر مستقیم ادراکات منفی در حمایت از توسعه گردشگری را نشان نمی‌دهد	معادلات ساختاری روش حداقل مربعات جزئی	ادراکات ساکنان، مشارکت جامعه و حمایت از توسعه گردشگری در مقاصد شهری و روستایی	رسولی منش و همکاران (۲۰۱۷)
درک صمیمانه و مهمان نوازی قوی‌ترین عوامل موثر بر نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری است که البته اثر آن در مردان و زنان با صفات شخصیتی گوناگون، متفاوت است.	معادلات ساختاری	تأثیر شخصیت ساکنین، نزدیکی احساسی و تعهد جامعه به حمایت از توسعه گردشگری	مقومی و همکاران (۲۰۱۷)

منبع: نگارندگان

ملاحظه نتایج تحقیقات و پژوهش‌های انجام یافته در زمینه موضوع تحقیق، گویای این است که در خصوص ابعاد مشارکت جامعه میزبان (مردم) در توسعه گردشگری تلاش چندان درخوری انجام نیافته است، بویژه در رابطه کلانشهر تبریز تلاشی مشاهده نشد. لذا، این تحقیق در رابطه تقویت ادبیات موضوعی مسئله پژوهش تلاش خواهد کرد.

پس از مطالعه مبانی نظری و تحقیقات مربوط داخلی و خارجی، مدل مفهومی به صورتی که در شکل ۲ نشان داده شده، معرفی شده است.



شکل (۲): مدل مفهومی تحقیق

منبع: نگارندگان

روش تحقیق

پژوهش حاضر به دلیل کاربرد علمی دانش برای توصیف و تفسیر روابط موجود بین متغیرها و هم‌چنین تشریح و تبیین دلایل چگونه بودن روابط مذکور، بر حسب روش، توصیفی - تحلیلی از نوع پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه است. جامعه آماری آن شهروندان کلانشهر تبریز در نظر گرفته شده است و حجم نمونه طبق فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر^۱ برآورد گردید و شیوه نمونه‌گیری از نوع تصادفی در دسترس انجام شد. جهت بررسی رابطه مشارکت مردم و توسعه گردشگری، پرسشنامه‌ای (ابزار تحقیق) در دو بخش با ۴۱ مولفه در مقیاس لیکرت بر اساس با تحقیقات منظمی تبار (۱۳۸۵)، حیدری و همکاران (۱۳۹۵)، تولایی و همکاران (۱۳۹۶)، پناهی (۱۳۹۶)، محمد زاد و همکاران (۱۳۹۶)، ضیایی و تراب احمدی (۱۳۹۲) و رحمانی فیروزجاه و همکاران (۱۳۹۴) تهیه شد و در بین شهروندان کلانشهر تبریز توزیع شد. سوالات بخش اول بعد از مشخصات عمومی پاسخ‌دهندگان، در خصوص توسعه گردشگری تنظیم شده بود که سوالات ۱ تا ۸ بعد اجتماعی و فرهنگی، سوالات ۹ تا ۱۶ بعد اقتصادی و سوالات ۱۷ تا ۲۳ مربوط بعد زیست محیطی را شامل می‌شد. سوالات بخش دوم در خصوص مشارکت مردم در توسعه گردشگری تنظیم شده بود که از میان سوالات ۲۴ تا ۲۹ مربوط به مشارکت از اجتماعی و فرهنگی، سوالات ۳۰ تا ۳۵ مربوط به مشارکت از بعد اقتصادی و سوالات ۳۶ تا ۴۱ مربوط به مشارکت از بعد زیست محیطی در نظر گرفته شد. برای تعیین آزمون روایی پرسشنامه، ۳۰ مورد از آن در اختیار متخصصان و فعالان گردشگری قرار گرفت و با استفاده از نظر آنان اعتبار پرسشنامه ارزیابی شد. معمول‌ترین آزمون پایایی برای سوال‌های چندگزینه‌ای، ضریب آلفای کرونباخ است که نوعی آزمون از

^۱ - باتوجه به بهره‌مندی از فرمول قابل قبول محققان در برآورد حجم نمونه آماری، ازسویی، روایی و پایایی نسبتاً بالای سوالات پرسشنامه در جامعه آماری (روایی و پایایی از شاخص‌های لازم جهت اندازه‌گیری و دستیابی به مقادیر واقعی پیامدها می‌باشد) و نیز کسب نتایج متقن در آزمون‌های قبلی (برپایه تحقیقات پیشین)، برآورد می‌شود یافته‌های تحقیق بتواند به نتایج قابل استناد و قابل تعمیم به جامعه دست یابد.



سازگاری منطقی پاسخ‌دهندگان به همه سوال‌ها در یک سنجه با یک پرسشنامه است. اگر ضریب آلفا بیشتر از ۰/۷ باشد، آزمون از پایایی قابل قبولی برخوردار است. نتایج آزمون پایایی برای هریک از متغیرها که متشکل از گویه‌های هم‌ارز بودند، به طور مجزا محاسبه شد (جدول (۳)).

جدول (۳): ضریب الفای کرونباخ به تفکیک متغیرها و گویه‌های مربوطه

متغیر	ابعاد	گویه	ضریب الفای کرونباخ
گردشگری	اجتماعی فرهنگی	ارتقای استاندارد زندگی، افزایش سطح آگاهی و دانش مردم، زنده نگه داشتن فرهنگی محلی و ارتقاء آن، افزایش انگیزه ماندگاری و کاهش مهاجرت در بین مردم، افزایش جرایم و فعالیت‌های غیر قانونی، کاهش دسترسی جامعه محلی به امکانات تفریحی، ایجاد ناراحتی و عدم آرامش برای جامعه محلی، کاهش انسجام و پیوندهای اجتماعی و خانوادگی	۰/۷۲
	اقتصادی	تنوع و غنا بخشیدن به اقتصاد محلی، ایجاد اشتغال، جذب سرمایه گذاران داخلی و خارجی، کاهش فاصله درآمدی در بین خانوارهای ساکن کلانشهر تبریز، افزایش قیمت واقعی زمین و مستغلات، افزایش هزینه برخی کالاها و خدمات، ایجاد مشاغل کاذب با درآمدهای ناچیز، افزایش اشتغال در بخش خدمات مانند رستوران‌ها، هتل‌ها، حمل و نقل مسافر و...	۰/۸۰
مشارکت	زیست محیطی	افزایش و بهتر شدن امکانات و تاسیسات و تجهیزات مربوط به گردشگری، ایجاد الگوهای جدید تامین انرژی‌های نو به وسیله طبیعت، افزایش توجه به حفظ محیط زیست برای جذب گردشگر، افزایش آلودگی صوتی، از بین رفتن ساختار بکر منطقه در اثر گسترش ساخت و سازهای بی‌رویه، افزایش مشکلات حاصل از ترافیک، تغییر و کاهش گونه‌های مختلف گیاهی و جانوری	۰/۸۴
	اجتماعی فرهنگی	افزایش روحیه خوداتکالی در مردم، ترویج و حفظ فرهنگ و سنت‌های محلی، افزایش آگاهی از تغییر شیوه زندگی و ارتقا کیفیت زندگی، شرکت در تصمیم‌گیری‌ها و اجرای برنامه‌های مربوط به فعالیت‌های گردشگری، افزایش جرم و جنایت و سایر انحرافات اجتماعی، کاهش توجه و پایبندی به ارزش‌های اجتماعی و خانوادگی	۰/۸۳
مشارکت	اقتصادی	ایجاد اشتغال و فرصت‌های شغلی، ایجاد سرمایه‌گذاری داخلی، افزایش درآمد ساکنان، افزایش قیمت زمین و مسکن، افزایش هزینه برخی کالاها و خدمات، حضور کار افراد غیر بومی در بخش فعالیت‌های گردشگری	۰/۷۷
	زیست محیطی	افزایش نظافت منطقه به منظور رفاه حال گردشگران، اطلاع مردم از دغدغه‌های محیطی و توجه بیشتر به آن، حفظ و نگهداری نواحی طبیعی به عنوان منابع درآمدزای مقصد، افزایش آلودگی‌های صوتی و هوایی، از بین رفتن چشم‌انداز محل، افزایش آلودگی‌های مربوط به منابع آب، خاک و اقلیم	۰/۸۰

منبع: یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل متغیرها با استفاده از روابط دو متغیره با بهره‌گیری از ضریب همبستگی پیرسون و روابط چندمتغیره با استفاده از رگرسیون چندگانه و تحلیل مسیر در محیط نرم افزار spss نسخه ۲۱ انجام شد.

معرفی محدوده مورد مطالعه

قلمرو مطالعه، کلانشهر تبریز مرکز استان آذربایجان شرقی می‌باشد. بر اساس نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، جمعیت کل استان آذربایجان شرقی حدود ۳ میلیون و ۹۰۹ هزار نفر برآورد شده است. از این تعداد حدود دو میلیون و ۸۱۰ هزار نفر در

نقاط شهری و حدود یک میلیون و ۱۰۰ هزار نفر در نقاط روستایی استان ساکن بوده‌اند. در این آمار جمعیت غیر ساکن (۸ نفر) نیز لحاظ شده است. از این تعداد، جمعیت کلانشهر تبریز، با تعداد ۱۵۵۸۶۹۳ نفر، معادل ۴۰ درصد جمعیت کل و حدود ۵۵ درصد جمعیت شهری استان را در خود جای داده است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۶).

یکی از جاذبه‌های گردشگری این شهر، بزرگ‌ترین بازار سرپوشیده جهان در تبریز به مساحت یک کیلومتر مربع در فهرست آثار جهانی یونسکو ثبت شده است. این شهر با داشتن موزه‌های متفاوت به شهر موزه‌ها معروف است که از این جمله می‌توان به موزه آذربایجان، موزه قاجار، موزه مشروطه، موزه سنجش، موزه عصر آهن، موزه شهر، موزه مشاغل، موزه آثار معاصر، موزه قرآن و کتابت، موزه اسناد، موزه سفال، موزه مطبوعات و موزه صدا و موسیقی اشاره کرد. هم چنین خانه‌های تاریخی از قبیل خانه علی مسیو، خانه حریری، خانه بهنام، خانه گنجه‌ای زاده، خانه قدکی، خانه پروین اعتصامی، خانه استاد شهریار، برج یانقین، خانه حیدرزاده، خانه نیکدل، خانه استاد شهریار، خانه ختایی، خانه سرخه‌ای، خانه پروین اعتصامی، خانه کلکته‌چی و... در دل این شهر جای دارند. از دیگر جاذبه‌های گردشگری تبریز، پارک ائل گلی، ربع رشیدی، برج یانقین، پل سنگی، پل قاری، پیاده راه تربیت، مسجد جامع، مقبره کمال الدین بهزاد و کمال الدین خجندی، مقبره انگجی، بقعه عون بن علی، بقعه خواجه علی سیاهپوش، سید حمزه، مقبره شعرا، مقبره چهار منار است.

رشته‌های آموزشی صنایع دستی در شهرستان تبریز شامل تبریز حکاکی روی فلز، زیورآلات سنتی، منبت چوب، معرق چوب، تذهیب، مینیاتور، طراحی سنتی، چاپ باتیک، ملیله سازی، گلیم بافی، سراجی سنتی، ورنی بافی، سوزندوزی، نقاشی روی سفال، لعاب، چرخکاری سفال، کتیبه (کاشی زنی) تراش سنگهای قیمتی و نیمه قیمتی است (تارنمای اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان شرقی).

یافته‌های پژوهش

وضعیت پاسخگویان

از مجموع ۳۸۴ نفر پاسخ دهنده، ۲۳۴ نفر مرد و ۱۵۰ نفر زن است که به ترتیب ۶۰/۹ درصد و ۳۹/۱ درصد را تشکیل می‌دهد. ۸۷ نفر از پاسخ‌دهندگان در بازه سنی ۱۸-۲۴ با ۲۲/۷ درصد، ۱۳۷ نفر در بازه سنی ۲۵-۳۴ با ۳۵/۷ درصد، ۹۹ نفر در بازه سنی ۳۵-۴۴ با ۲۵/۸ درصد، ۴۳ نفر در بازه سنی ۴۵-۵۵ با ۱۱/۲ درصد و ۱۸ نفر بازه سنی بیشتر از ۵۵ سال با ۴/۷ درصد از کل نمونه را تشکیل می‌دهند. ۷۶ نفر از پاسخ‌دهندگان با ۱۹/۸ درصد دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۱۳۴ نفر با ۳۴/۹ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۱۳۷ نفر با ۳۵/۷ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم و لیسانس، ۲۰ نفر با ۵/۲ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و ۱۷ نفر با ۴/۴ درصد دارای تحصیلات دکتری هستند. ۸۴ نفر از پاسخ‌دهندگان با ۲۱/۹ درصد دانشجوی یا محصل، ۲۱ نفر با ۵/۵ درصد شاغل در بخش‌های دولتی، ۱۴۵ نفر با ۳۵/۷ درصد شاغل در بخش‌های خدماتی، ۷۸ نفر با ۲۰/۳ درصد شاغل در بخش‌های صنعتی و تولیدی، ۲۴ نفر با ۶/۳ درصد خانه‌دار و ۲۴ نفر با درصد ۸/۳ در سایر مشاغل فعالیت دارند.

روابط دو متغیره

در این بخش روابط بین متغیرها با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون مورد بررسی قرار گرفته است و نتایج آن در جدول ۵ ارائه شده است.

بین دو متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی و توسعه گردشگری جدول (۴)، سطح معنی‌داری ۰/۰۴۵ و کوچکتر از ۰/۰۵ است و مشخص می‌شود که همبستگی معنی‌داری بین این دو متغیر وجود دارد و با سطح اطمینان ۹۹ درصد قابل تعمیم به جامعه آماری است. همچنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۱۰۲-) و منفی بودن علامت آن، نشان می‌دهد که با افزایش یک واحد مشارکت اجتماعی - فرهنگی، توسعه گردشگری به اندازه ۰/۱۰۲ واحد کاهش می‌یابد و تغییرات این دو متغیر در جهت مخالف و ناهمسو با یکدیگر است. بین دو متغیر مشارکت اقتصادی و توسعه گردشگری جدول (۶-۴)، سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ و کوچکتر از ۰/۰۵ است و



مشخص می‌شود که همبستگی معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد و با سطح اطمینان ۹۹ درصد قابل تعمیم به جامعه آماری است. هم‌چنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۶۳۲) و مثبت علامت آن، نشان می‌دهد که با افزایش یک واحد مشارکت اقتصادی، توسعه گردشگری به اندازه ۰/۶۳۲ واحد افزایش می‌یابد و تغییرات این دو متغیر در جهت هم و همسو با یکدیگر است. بین دو متغیر مشارکت زیست محیطی و توسعه گردشگری جداول (۴-۷)، سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ و کوچکتر از ۰/۰۵ است و مشخص می‌شود که همبستگی معنی داری بین این دو متغیر وجود دارد و با سطح اطمینان ۹۹ درصد قابل تعمیم به جامعه آماری است. هم‌چنین با توجه به مقدار ضریب همبستگی (۰/۲۲۸) و مثبت علامت آن، نشان می‌دهد که با افزایش یک واحد مشارکت اقتصادی، توسعه گردشگری به اندازه ۰/۲۲۸ واحد افزایش می‌یابد و تغییرات این دو متغیر در جهت هم و همسو با یکدیگر است.

جدول (۴): آزمون همبستگی پیرسون بین متغیرها

متغیر	مشارکت اجتماعی - فرهنگی	مشارکت زیست محیطی	مشارکت اقتصادی
گردشگری	R= -۰/۱۰۲ Sig=۰/۰۴۵	R= ۰/۲۸۸ Sig=۰/۰۰۰	R= ۰/۶۳۲ Sig=۰/۰۰۰

منبع: نگارندگان

روابط چند متغیره

در این قسمت به منظور تعیین شدت و نحوه اثرگذاری کنترل شده هر کدام از متغیرهای مستقل در متغیر وابسته از تحلیل رگرسیونی و تحلیل مسیر استفاده شده است.

الف) تحلیل رگرسیون

با استفاده از روش ورود یا هم زمان^۱ در تحلیل رگرسیونی، متغیرها وارد شده اند و نتایج آن در جدول (۵) آورده شده است.

جدول (۵): ضرایب تحلیل رگرسیونی

متغیرهای وارد شده	ضرایب استاندارد شده (بتا)	مقدار t	سطح معنی داری
مشارکت اجتماعی - فرهنگی	-۰/۱۳۶	-۳/۴۰۲	۰/۰۰۱
مشارکت زیست محیطی	۰/۰۴۱	۰/۹۲۲	۰/۳۵۷
مشارکت اقتصادی	۰/۶۲۰	۱۴/۲۳۴	۰/۰۰۰

متغیر وابسته: توسعه گردشگری

در این تحلیل متغیر توسعه گردشگری به عنوان متغیر وابسته و سه متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی، مشارکت اقتصادی و مشارکت زیست محیطی به عنوان متغیر مستقل وارد شده‌اند و جدول ۵ نشان می‌دهد که سطح معنی داری بین دو متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی و توسعه گردشگری (۰/۰۰۱) کوچک تر از ۰/۰۵ است و در نتیجه دو متغیر با یکدیگر ارتباط دارند و همبستگی بین دو متغیر معنی دار است. هم‌چنین سطح معنی داری بین دو متغیر مشارکت اقتصادی و توسعه گردشگری (۰/۰۰۰) کوچک تر از ۰/۰۵ است و در نتیجه دو متغیر با یکدیگر ارتباط دارند و همبستگی بین دو متغیر معنی دار است. از سوی سویی سطح معنی داری بین دو متغیر مشارکت زیست محیطی و توسعه گردشگری (۰/۳۵۷) بزرگ تر از ۰/۰۵ است و نشان می‌دهد که همبستگی بین آن‌ها معنی دار نیست. از سوی هرچه مقدار بتا و t بزرگ تر و سطح معنی داری کوچک تر باشد، بدین معنی است متغیر مستقل (پیش بین) تاثیر شدیدتری بر متغیر وابسته دارد. بر اساس جدول ۴-۸ مشخص می‌شود که متغیر مشارکت اقتصادی بالاترین ضریب بتا (۰/۶۲۰)، مقدار t (۱۴/۲۳۴) و کوچک ترین سطح معنی داری (۰/۰۰۰) را دارد و میزان و شدت اثرگذاری متغیر مشارکت اقتصادی بر توسعه گردشگری در

اولویت اول، متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی با ضریب بتا (۰/۱۳۶) و مقدار t (۳/۴۰۲) و سطح معنی داری (۰/۰۰۱) در اولویت دوم قرار دارد که البته متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی رابطه ناهمسوی منفی و متغیر مشارکت اقتصادی رابطه همسوی مثبت با متغیر توسعه گردشگری دارد.

جدول ۶: تجزیه واریانس رگرسیون (ANOVA)

مدل	مجموع میانگین مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	مقدار F	سطح معناداری
رگرسیون	۲۴۶۶۲/۹۲۲	۳	۸۲۲۰/۹۷۴	۹۰/۹۱۸	۰/۰۰۰
باقی مانده	۳۴۳۶۰/۲۶۲	۳۸۰	۹۰/۴۲۲		
مجموع	۵۹۰۲۳/۱۸۵	۳۸۳			

منبع: نگارندگان

جدول (۶) نیز نتیجه تحلیل واریانس را ارائه می‌دهد که معنی داری کل مدل را ارزیابی می‌کند. با توجه به سطح معنی داری بدست آمده برابر با ۰/۰۰۰ که کوچکتر از ۰/۰۵ است، می‌توان گفت که مدل رگرسیون در این پژوهش معنی دار شده است. معنی داری آزمون تحلیل واریانس ($F=90/918$) نشان می‌دهد که متغیرهای مستقل تحقیق حاضر توانسته اند به طور معنی داری تغییرات متغیر وابسته یعنی متغیر توسعه گردشگری را تبیین کنند.

ب) تحلیل مسیر

در تحقیق حاضر برای تعیین نحوه تاثیرگذاری هریک از متغیرها بر دیگری، با استفاده از مدل تحلیل مسیر در سه مرحله انجام شد. نتایج در جدول (۷) نشان داده شده است. روش تحلیل مسیر، تعمیمی از رگرسیون معمولی است که قادر است، علاوه بر بیان آثار مستقیم و غیرمستقیم، اثر کل هریک از متغیرهای مستقل را برای متغیرهای وابسته نشان دهد. نیز، با بیانی منطقی، روابط و همبستگی مشاهده شده بین آنها را تفسیر کند (آذر، ۱۳۸۱: ۵۹).

جدول (۷): ضرایب متغیرها در مرحله اول تحلیل مسیر

مراحل	متغیرهای وارد شده	ضرایب استاندارد شده (بتا)	سطح معنی داری	مقدار R	ضریب تعیین R2
اول: (متغیر وابسته: توسعه گردشگری)	مشارکت اقتصادی مشارکت اجتماعی - فرهنگی مشارکت زیست محیطی	۰/۶۲۰ -۰/۱۳۶ ۰/۰۴۱	۰/۰۰۰ ۰/۰۰۱ ۰/۳۵۷	۰/۶۴۶	۰/۴۱۳
دوم: (متغیر وابسته: مشارکت اجتماعی - فرهنگی)	مشارکت اقتصادی مشارکت زیست محیطی	-۰/۰۴۶ ۰/۲۰۱	۰/۴۱۲ ۰/۰۰۰	۰/۱۸۵	۰/۰۲۹
سوم: (متغیر وابسته: مشارکت اقتصادی)	مشارکت زیست محیطی	۰/۴۳۸	۰/۰۰۰	۰/۴۳۸	۰/۱۹۰

منبع: نگارندگان

در مرحله اول تاثیر سه متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی، مشارکت اقتصادی و مشارکت زیست محیطی به عنوان متغیر مستقل بر متغیر توسعه گردشگری به عنوان متغیر وابسته بررسی شده است. بر اساس جدول (۷) مقدار ضریب تعیین R2 نشان می‌دهد که چه تعداد از متغیر وابسته یعنی توسعه گردشگری می‌تواند توسط سه متغیر مستقل مشارکت اجتماعی - فرهنگی، مشارکت اقتصادی و مشارکت زیست محیطی را تبیین شود. در این تحقیق ۰/۴۱۳ از تغییرات متغیر توسعه گردشگری تبیین شده است. با توجه به این که سطح معنی داری بین دو متغیر توسعه گردشگری و متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی (۰/۰۰۱) و متغیر مشارکت اقتصادی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است، مشخص می‌شود که بین آنها رابطه معنی داری وجود دارند و سطح معنی داری بین دو توسعه گردشگری و مشارکت زیست محیطی (۰/۳۵۷) نشان می‌دهد که بین این دو متغیر رابطه معنی داری وجود ندارد. مورد دیگر مقادیر ضریب بتا است که نشان دهنده



ارتباط متغیرهای مستقل با متغیر وابسته است. به طوری که با افزایش یک واحد مشارکت اجتماعی - فرهنگی، توسعه گردشگری ۰/۱۳۶ واحد کاهش می‌یابد و با افزایش یک واحد مشارکت اقتصادی، توسعه گردشگری ۰/۶۲۰ واحد افزایش می‌یابد و از سویی با توجه به این که ضریب بتا متغیر مشارکت اقتصادی نسبت به ضرایب دیگر متغیرها بیشتر است، نشان می‌دهد که متغیر مشارکت اقتصادی پتانسیل بیشتری نسبت به دو متغیر دیگر در راستای دست یافتن به توسعه گردشگری دارد.

در مرحله دوم، دو متغیر مشارکت اقتصادی و زیست محیطی به عنوان متغیر مستقل و متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. بر اساس جدول (۷) مقدار ضریب تعیین R^2 نشان می‌دهد که چه تعداد از متغیر وابسته یعنی مشارکت اجتماعی - فرهنگی می‌تواند توسط دو متغیر مستقل مشارکت اقتصادی و مشارکت زیست محیطی را تبیین شود که در این تحقیق ۰/۰۲۹ از تغییرات متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی تبیین شده است. با توجه به این که سطح معنی داری متغیر مشارکت زیست محیطی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است، مشخص می‌شود که این متغیر با متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی رابطه معنیداری دارد و سطح معنی داری متغیر مشارکت اقتصادی (۰/۴۱۲) نشان می‌دهد که بین این متغیر با متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی رابطه معنی داری وجود ندارد. مورد دیگر مقادیر ضریب بتا است که نشان دهنده ارتباط متغیرهای مستقل با متغیر وابسته است. به طوری که با افزایش یک واحد مشارکت زیست محیطی، مشارکت اجتماعی - فرهنگی ۰/۲۰۱ واحد افزایش می‌یابد.

در مرحله سوم، متغیر مشارکت زیست محیطی به عنوان متغیر مستقل و متغیر مشارکت اقتصادی به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. بر اساس جدول (۷)، مقدار ضریب تعیین R^2 نشان می‌دهد که چه تعداد از متغیر وابسته یعنی مشارکت اقتصادی می‌تواند توسط متغیر مشارکت زیست محیطی تبیین شود که در این تحقیق ۰/۱۹۰ از تغییرات متغیر مشارکت اقتصادی تبیین شده است. با توجه به این که سطح معنی داری متغیر مشارکت زیست محیطی (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است، مشخص می‌شود که این متغیر با متغیر مشارکت اقتصادی رابطه معنی داری دارد. ضریب بتا نیز نشان دهنده ارتباط متغیرهای مستقل با متغیر وابسته است. به طوری که با افزایش یک واحد مشارکت زیست محیطی، مشارکت اقتصادی ۰/۴۳۸ واحد افزایش می‌یابد.

نتیجه گیری

نتایج حاصل از تحلیل‌ها نشان داد که در مرحله اول تحلیل مسیر، متغیرهای مشارکت اقتصادی و مشارکت اجتماعی-فرهنگی به ترتیب نقش تعیین کننده‌ای در توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز دارند و مشارکت اقتصادی پتانسیل بالاتری نسبت به مشارکت اجتماعی - فرهنگی در جهت توسعه گردشگری در این شهر دارد. نتایج مرحله دوم تحلیل مسیر نشان داد که در راستای رونق مشارکت اجتماعی - فرهنگی، مشارکت زیست محیطی نقش مهمی را ایفا می‌کند و رابطه مشارکت اقتصادی در این مرحله بر روی متغیر مشارکت اجتماعی - فرهنگی معنی دار نبود. نیز، نتایج مرحله سوم تحلیل مسیر نشان داد که به منظور رونق مشارکت اقتصادی، مشارکت زیست محیطی نقش تعیین کننده‌ای دارد.

همچنین، نتایج حاصل از تحلیل‌ها نشان داد، مشارکت اقتصادی بیشترین و مشارکت اجتماعی - فرهنگی کمترین همبستگی را با توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز دارد و نقش مشارکت زیست محیطی کمتر از مشارکت اقتصادی و بیشتر از مشارکت اجتماعی و فرهنگی در راستای توسعه گردشگری این منطقه ارزیابی شده است. در واقع مشارکت اقتصادی در رتبه اول، مشارکت زیست محیطی در رتبه دوم و مشارکت اجتماعی - فرهنگی در رتبه سوم از نظر میزان همبستگی با توسعه گردشگری کلانشهر تبریز دارند.

از سویی، متغیر مشارکت اقتصادی بیشترین و قوی ترین و مشارکت اجتماعی - فرهنگی کم ترین و ضعیف ترین تاثیر را از نظر میزان و شدت اثرگذاری بر توسعه گردشگری دارد و مشارکت زیست محیطی در درجه دوم این ارزیابی است. از این رو در مقایسه با دو متغیر دیگر، مشارکت در زمینه های اقتصادی بیشترین و مهم ترین نقش را در راستای توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز ایفا می‌کند.

بر این اساس برنامه‌ریزان و فعالان گردشگری برای دستیابی به توسعه گردشگری این کلانشهر باید نسبت به موضوعات اقتصادی از جمله سرمایه گذاری داخلی، اشتغال زایی، درآمد ساکنان، هزینه کالاها و خدمات و ... توجه ویژه‌ای داشته باشند. باید از ظرفیت

مشارکتی شهروندان کلانشهر تبریز در جهت توسعه گردشگری استفاده کرد و آنان را در زمینه های مختلف اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی درگیر کرد. درعین حال، اولویت های شهروندان نسبت به این موضوعات باید مورد توجه قرار گیرد.

پیشنهادات

بر مبنای یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای کاربردی و پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی ارائه شده است.

الف- پیشنهادات کاربردی

- تدوین برنامه های جامع و تفصیلی گردشگری کلانشهر تبریز با محوریت ارتقاء مشارکت شهروندان با تأکید بر عوامل اقتصادی؛
- تهیه و اجرای برنامه‌های آموزش شهروندان در زمینه گردشگری با محوریت مشارکت اقتصادی از قبیل، الگوهای کارآفرینی نوین مثل استارت آپ ها، با استفاده از ظرفیت رسانه‌ها از جمله رادیو، تلویزیون، روزنامه ها و شبکه‌های اجتماعی؛
- بهره گیری از ظرفیت نمایندگان و سمن های شهروندان تبریزی، در تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری، سیاست‌گذاری و نظارت بر عملکردها با تأکید هوشمندسازی بر فرآیندها؛
- انجام مطالعات نیازسنجی دوره‌های آموزشی شهروندان در راستای ایجاد تنوع در مشارکت مردم تبریز در توسعه گردشگری؛
- بهره‌گیری از ظرفیت های متنوع گردشگری رویدادها برای ارتقای اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی در شهر تبریز؛
- تأکید بر حمایت، ارتقا و توسعه همیاری ها، تعاون های سنتی و گروه‌های مردمی در زمینه فعالیت‌های توسعه گردشگری تبریز؛
- برگزاری دوره‌های توانمندسازی شهروندان در خصوص آثار اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی توسعه گردشگری و نیز بازخوردگرفتن از تمامی جلسات دوره‌ها به منظور افزایش بهره‌وری و اثرگذاری دوره‌ها

ب- پیشنهادات پژوهش های آتی

۱. در نظر گرفتن بازه‌ی زمانی طولانی‌تر در جهت دستیابی به نتایج دقیق‌تر؛

۲. در نظر گرفتن تاثیر مشخصات و روحیات فردی شهروندان در مدل؛

۳. مطالعه رابطه مشارکت مردم در امور سیاسی و توسعه گردشگری؛

۴. مطالعه رابطه مشارکت مردم در امور بهداشتی و توسعه گردشگری؛

۵. مطالعه رابطه مشارکت مردم در امور مدیریت شهری و توسعه گردشگری.



منابع

- آذر، عادل (۱۳۸۱)، تحلیل مسیر و علت یابی در علم مدیریت، *مجله مجتمع آموزش عالی قم*، سال چهارم، شماره پانزدهم، صص ۵۹-۹۶.
- ابراهیم پور، حبیب، بابایی، یاور و سخندان، الناز (۱۳۹۶)، بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین)، *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، سال ششم، شماره ۲۲، صص ۱۴۳-۱۱۸.
- بدری، سید علی، رضوانی، محمدرضا، حیدری، زهرا (۱۳۹۲)، مشارکت اجتماع محلی در توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن)، *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، سال دوم، شماره ۱، صص ۴۳-۶۵.
- پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۱)، *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، چاپ هفتم، سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
- پناهی، حسین (۱۳۹۶)، *برنامه ریزی توسعه گردشگری*، نشر نورعلم، چاپ اول، تهران.
- تارنمای اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان شرقی به آدرس
- تولایی، سیمین، سلیمانی، محمد، جهانی دولت آباد، رحمان و جهانی دولت آباد، اسماعیل (۱۳۹۶)، نقش مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری پایدار (مطالعه موردی: سرعین)، *پژوهش های جغرافیای انسانی*، دوره ۴۹، شماره ۱، صص ۹۵-۱۱۳.
- حسام، مهدی (۱۳۹۵)، سنجش نگرش جامعه میزبان به تأثیرات اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی توسعه گردشگری. مطالعه موردی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل، *مجله آمایش جغرافیایی فضا، فصلنامه علمی-پژوهشی دانشگاه گلستان*، سال ششم، شماره مسلسل بیست و یکم، صص ۴۵-۵۹.
- حیدری، زهرا، رضوانی، محمدرضا و بدری، سیدعلی (۱۳۹۵)، تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماع محلی در برنامه ریزی توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن)، *مجله آمایش جغرافیایی فضا*، سال ششم، شماره مسلسل بیست و یکم، صص ۱۳-۲۶.
- راجر داس ویل (۱۳۷۹)، مدیریت جهانگردی (مبانی، راهبردها و آثار)، ترجمه سید محمد اعرابی و داود یزدی، دفتر پژوهش های فرهنگی، چاپ دوم. تهران.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۱)، *جغرافیا و صنعت توریسم*، مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ دوازدهم، تهران.
- رهنما، محمدرحیم و عبدالله زاده، مهدی (۱۳۹۶)، تحلیل عوامل مؤثر بر پیشبرد فرهنگ مشارکت محلی در برنامه ریزی توسعه گردشگری (مطالعه موردی، منطقه آزاد ماکو)، *نشریه علمی- پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی*، سال ۲۱، شماره ۶۲، زمستان، صفحه ۹۸.
- زاهدی، شمس السادات (۱۳۸۵)، *مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار (با تأکید بر محیط زیست)*، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی، چاپ اول، تهران.
- زیاری، کرامت الله و دیگران (۱۳۹۴)، CDS، رویکردی مشارکتی در فرآیند چشم انداز سازی توسعه شهری (مورد پژوهش: شهرمهاباد)، *نشریه علمی- پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی*، سال ۲۰، شماره ۵۳، پاییز، صفحه ۱۷۰.
- شایان، حمید و دیگران (۱۳۹۰)، بررسی و تحلیل عوامل بازدارنده مشارکت مردم در توسعه روستایی با تأکید بر روش تفکر عقلانی (نمونه موردی دهستان سنبل آباد)، *نشریه علمی- پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی*، سال ۱۶، شماره ۳۸، زمستان، صفحه ۷۶.

- ضرغام بروجنی، حمید و بذرافشان، شیما (۱۳۹۵)، میزان موفقیت توسعه گردشگری جامعه محور روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای آسیاب سر، شهرستان بهشهر)، مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی، سال ۵، شماره پیاپی ۱۶، صص ۱۳۶-۱۱۹.
- طالب، مهدی (۱۳۷۴)، طرحی برای مدیریت روستایی. فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳۹، صص ۱-۲۳.
- غفاری، غلامرضا (۱۳۹۱)، تبیین مشارکت اجتماعی در منطقه مرکزی ایران؛ مطالعه موردی استان مرکزی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال هشتم، شماره ۲۷، صص ۱۱۶-۱۴۱.
- فرجی راد، عبدالرضا، سید نصیری، سیده ژاله (۱۳۸۹)، رویکردهای تحلیل در توسعه پایدار گردشگری شهری، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، علمی - پژوهشی، سال هفتم، شماره ۲۵، صص ۲۹-۴۰.
- محمدزاده، پرویز؛ پناهی، حسن و صمدزاده، سعیده (۱۳۹۶)، تبیین عوامل موثر بر سطح حمایت ساکنان شهر تبریز از توسعه گردشگری (با تاکید بر ابعاد اجتماعی و فرهنگی)، فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ششم، شماره ۱۰، صص ۶۴-۷۹.
- مرکز آمار ایران به آدرس <https://www.amar.org.ir>.
- معصومی، مسعود (۱۳۸۸)، درآمدی بر رویکردها در برنامه ریزی توسعه گردشگری محلی، شهری و منطقه ای، سمیرا، چاپ اول. تهران.
- هادی پور، مرضیه، لاسمی پور، رباب و اسماعیلی، آسیه، مدیریت مشارکتی گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه پایدار، فصلنامه فضای گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۵، صص ۸۳-۶۳.
- <https://www.eachto.org/index.php/sanaye/2014-06-07-19-53-58/2014-06-07-19-54-40>
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., Zulkifly, M. I. (2013). Local Community Attitude and Support towards Tourism Development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 105, 792 – 800.
- Michael, M. (2009). Community Involvement and Participation in Tourism Development in Tanzania. A thesis submitted to the Victoria University of Wellington in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Tourism Management.
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., Hamzah, A. (2017). The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management* 63, 242-254.
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, C. M., Jaafar, M., Ramayah, R. (2017). Urban vs. rural destinations: Residents' perceptions, community participation and support for tourism development. *Tourism Management* 60, 147-158.
- Sangkakorn, K., Suwannarat, S. (2013). Local People Participation in Tourism Development: The Case Study of Chiang Mai. Paper presented in "The 2nd Conference on Asian Economic Development" on 14 August 2013 at Faculty of Economics, Chiang Mai University .
- Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism planning, *Tourism Management*, 1.5 (2), 9-108.
- Tosun, C. (2006). Expected nature of community participation in tourism development, *Tourism Management* 27, 493-504.
- World Tourism Organization (2012), Global Report on City Tourism - Cities 2012 Project, UNWTO, Madrid.