



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

زمان چاپ: ۱۴۰۲/۱۲/۲۰

شماره مجوز مجله: ۸۰۴۰۰

بررسی تاثیر برند مقصد بر رفتار گردشگر و پذیرش توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی تجربه ساکنان (مورد مطالعه: بند پی شرقی بابل)

فاطمه امانی

کارشناسی ارشد گردشگری کارآفرینی دانشگاه پیام نور بابل

چکیده:

هدف از تحقیق حاضر بررسی تاثیر برند مقصد بر رفتار گردشگر و توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی تجربه ساکنان می باشد. متغیرهای تحقیق حاضر شامل برند مقصد، رفتار گردشگر، توسعه پایدار گردشگری و تجربه ساکنان می باشد که برگرفته از تحقیق تسکوروپولوس (۲۰۲۲) می باشد. تحقیق حاضر بر اساس هدف یک تحقیق کاربردی و بر اساس رویکرد از نوع کمی و ماهیت، از نوع تحقیقات توصیفی از نوع پیمایشی می باشد. روش گردآوری داده ها در این تحقیق از نوع کتابخانه ای و میدانی می باشد. روش نمونه گیری این پژوهش تصادفی ساده است. ابزار جمع آوری اطلاعات در این تحقیق پرسشنامه استاندارد تسکوروپولوس (۲۰۲۲) می باشد. جامعه آماری این پژوهش خبرگان منطقه شامل پرسنل سازمان گردشگری، متولی اشتغال کمیته امداد، متخصصین و تحصیل کرده های بخش و دهیارها و تور لیدرهای گردشگری منطقه بندپی شرقی بابل به تعداد ۲۰۰ نفر می باشد. با توجه به جدول مورگان تعداد نمونه برابر ۱۲۷ نفر می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری به کمک نرم افزار PLS, spss استفاده شد. نتایج به دست آمده فرضیات تحقیق نشان می دهد اقتصاد، جامعه و محیط به ترتیب با ضرایب مسیر ۰,۲۳۰، ۰,۶۳۷ و ۰,۲۹۵ بر تجربه ساکنان موثر هستند. تجربه ساکنان نیز بر رفتار گردشگر و توسعه پایدار گردشگری با ضرایب مسیر ۰,۸۵۱ و ۰,۸۸۹ موثر است. نقش میانجی تجربه ساکنان نیز مورد تأیید واقع شد.

کلمات کلیدی: برند مقصد، رفتار گردشگر، توسعه پایدار گردشگری، تجربه ساکنان



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

مقدمه:

در سال‌های اخیر، تاکید زیادی بر تاثیر فعاليت‌های گردشگری در سطح محلی، هم از منظر توسعه مقصد و هم از نظر نگرش ساکنان نسبت به یک رویداد گردشگری محور شده است. در گذشته، اکثر تحقیقات بر روی تاثیر مالی یک رویداد یا گردشگری به عنوان یک کل متمرکز بودند و به این نتیجه رسیدند که گردشگری ابزار توسعه کلیدی برای یک مقصد، در همه سطوح است. متعاقباً، چنین رویدادهایی فرصتی برای توسعه گردشگری در سطح محلی، فرصت‌های متعدد برای توسعه در سطح کسب و کار و منافع اقتصادی برای کل جامعه فراهم می‌کند (گو و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

رفتار گردشگر زمینه رفتار مصرف‌کننده در خرید، جذب و کنار گذاشتن خدمات گردشگری تعریف می‌شود. خدمات ناملموس در نظر گرفته می‌شوند که بازاریابی آنها را دشوارتر می‌کند. آنها همچنین دارای یک عامل پیچیده اضافی هستند، زیرا آنها معمولاً دور از مکان‌هایی قرار دارند که رفتار مصرف‌کننده در آن رخ می‌دهد. مظاهر رفتار گردشگر متنوع است و اصولاً در چند مرحله صورت می‌گیرد (خان و همکاران^۲، ۲۰۲۱).

توسعه پایدار مفهومی پویا و دائماً در حال تحول است و به برآوردن نیازهای نسل کنونی بدون به خطر انداختن آینده اشاره دارد. مفهوم توسعه پایدار بر اساس مفهوم توسعه اجتماعی-اقتصادی در راستای محدودیت‌های اکولوژیکی، مفهوم نیازها و مفهوم استفاده طولانی مدت از منابع برای تضمین کیفیت زندگی لازم برای نسل‌های آینده است. مفهوم توسعه پایدار برگرفته از مفهوم سه‌گانه ای است که بر تعادل بین سه رکن پایداری محیطی متمرکز بر حفظ کیفیت محیطی دلالت می‌کند (کلارین^۳، ۲۰۱۸). مطالعات موجود در مورد تاثیر گردشگری بر سه دسته اصلی اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی متمرکز است. تاثیر مثبت گردشگری در هر سه مقوله قابل مشاهده است. در سطح اقتصادی، مشاغل جدید ایجاد می‌کند و به توسعه مقصد کمک می‌کند. در سطح اجتماعی، فرصت‌هایی را برای احیای فعاليت‌های فرهنگی سنتی و آداب و رسوم محلی ارائه می‌دهد. در حالی که در سطح محیطی، فعاليت‌های گردشگری به حفظ و احیای جاذبه‌های گردشگری یک مقصد کمک می‌کند (تسکورو و همکاران^۴، ۲۰۲۲).

این یک واقعیت است که نوآوری به عنوان یک مفهوم با رقابت پذیری هر نوع کسب و کار مرتبط است و بنابراین، توسعه پایدار گردشگری و کارآفرینی باید هر کاربرد نوآورانه جدیدی را به گونه‌ای ادغام کند که توسعه پایدار را تضمین کند. با این وجود، هر اقدامی در حمایت از توسعه گردشگری پایدار باید یک فرآیند مداوم باشد (ژانگ و همکاران^۴، ۲۰۱۸).

توسعه گردشگری در سطح محلی - منطقه‌ای معمولاً مبتنی بر تلاش‌ها و برنامه‌ریزی سازمان‌یافته نیست، بلکه بر اساس اقدامات فردی است که در برخی موارد، به جای اینکه منجر به توسعه پایدار مقصد شود، مشکلات اضافی ایجاد می‌کند. بعلاوه، کاربرد برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری در مناطق مربوطه تحت تاثیر طبیعت در حال تغییر محیط توریستی است (تسکورو و همکاران^۴، ۲۰۲۲).

¹ Gu

² Klarin

³ Tsekouro

⁴ Zhang



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

تأثیر گردشگری بر یک مقصد، موضوع بحث مهمی در دهه‌های اخیر بوده است که از جنبه‌های مختلف به موضوع تحقیق نزدیک می‌شود. به طور خاص، چندین تلاش تحقیقاتی تأثیر بزرگ گردشگری را بر یک مقصد، چه مثبت (اقتصادی و فرهنگی) و چه منفی (مصرف منابع، جرم و جنایت، آلودگی محیط زیست) نشان داده است. انتقاد از تأثیر گردشگری در سطح محلی معمولاً بر اساس نتایج قابل مشاهده و تغییراتی است که در یک مقصد ایجاد می‌کند. منافع جامعه محلی از برگزاری گردشگری می‌تواند بسیار زیاد باشد. رویدادهای کوچک امکان توسعه روابط بین بازدیدکنندگان و ساکنان را در کنار تأثیر اقتصادی، مشاغل جدید و ارزش افزوده فراهم می‌کند. با این حال، فراتر از مزایای اقتصادی واضح گردشگری، تأثیرات فرهنگی و زیست محیطی قابل توجهی بر کیفیت زندگی ساکنان یک مقصد نیز وجود دارد (مورسان و همکاران^۱، ۲۰۲۱).

تفاوت‌های فرهنگی بین مقاصد نیز منجر به تفاوت قابل توجه در پذیرش رویدادهای گردشگری، نگرش ساکنان نسبت به آنها، مشارکت آنها در انجام و اجرای یک رویداد می‌شود. در نهایت، مزایایی که یک رویداد ورزشی ممکن است برای منطقه داشته باشد، می‌تواند بر رفتار و نگرش ساکنان تأثیر مثبت و منفی بگذارد، و بعد دیگری به یک رویداد ورزشی بدهد و تأثیر آن را در سطح محلی و اجتماعی افزایش دهد (چیکیودن و همکاران^۲، ۲۰۲۱).

رضایت و اعتماد جامعه محلی در تصمیم‌گیری و در ترکیب با توسعه محلی و پایداری از اهمیت بالایی برخوردار است. در مقاصد گردشگری، نوآوری‌های اجتماعی و پایدار نیز نیازمند ساختارهای جدید برنامه ریزی، مدیریت و سازماندهی، منابع محلی نامحدود، منافع جمعی جامعه محلی و شیوه‌های معطوف به توسعه پایدار است. برای دستیابی به این هدف، سازمان‌های مدیریت و توسعه گردشگری باید در فرآیندهایی مشارکت داشته باشند که در آن جامعه نقش فعالی در برنامه‌ریزی آینده مقصد داشته باشد و همچنین اقدامات لازم را برای اطمینان از بهره‌مندی ساکنان و کسب‌وکارها از گردشگری انجام دهد (ویور و همکاران^۳، ۲۰۲۱).

بنابراین، استراتژی‌های توسعه و برنامه ریزی گردشگری باید به دنبال نوآوری در مدیریت روابط بین مقاصد گردشگری منطقه ای و بازیگران محلی باشد. به نظر می‌رسد برخی از نویسندگان معتقدند که در سطح جهانی، صنعت گردشگری فاقد نوآوری است، احتمالاً به دلیل این واقعیت است که نوآوری‌های رادیکال غیرعادی هستند. علاوه بر این، فرآیندها و نوآوری‌های سازمانی نسبت به نوآوری محصول رایج‌تر هستند و بنابراین، می‌توان آن را به عنوان یک عمل نوآورانه در نظر گرفت. مشارکت ساکنان و تأثیر آنها در اجرای طرح توسعه گردشگری حیاتی است. مشارکت و رفتار ساکنان یک مقصد نسبت به یک گردشگری توسط تعدادی از عوامل تعیین می‌شود. بنابراین بررسی نگرش، پذیرش و رفتار ساکنان یک مقصد نسبت به گردشگری عامل مهم موفقیت گردشگری در آن منطقه است (ابرادوویک و همکاران^۴، ۲۰۲۱).

در حال حاضر تلاش همه ذینفعان برای توسعه گردشگری جهت‌گیری روشنی به سمت توسعه پایدار دارد. در این راستا، پژوهش حاضر با هدف بررسی تجربه و رفتار ساکنان نسبت به یک مکان گردشگری مانند روستاهای بندپی شرقی بابل همراه با تأثیر در سطح محلی و پذیرش توسعه پایدار گردشگری از طریق آن است. منطقه بند پی شرقی و روستاهای این منطقه به دلیل دارا

¹ Muresan

² Chiciudean

³ Weaver

⁴ Obradovi



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

بودن مناطق زیبا و بکر مستعد پذیرش گردشگران زیادی است. در نتیجه انجام تحقیقی که بتواند شرایط توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی این منطقه را با توجه به توریستی بودن آن مورد بررسی قرار دهد و راهکارهایی برای بهبود گردشگری در این منطقه ارائه دهد حائز اهمیت است. با توجه به مطالب بیان شده چون منطقه ی بندپی شرقی بابل روستاهای جذاب و دیدنی همچون فیلبند، امامزاده عباس، امامزاده حسن، گنج کلا، خواجه کلا و دیوا را شامل می شود و گردشگران زیادی به آن منطقه مراجعه می کنند، بررسی تحقیقی که میزان رفتار گردشگران و پذیرش توسعه پایدار در بین آنان را بررسی کند حائز اهمیت می باشد.

در نتیجه سوال اصلی پژوهش به شرح زیر می باشد: میزان تاثیر مقصد بر رفتار گردشگر و پذیرش توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی تجربه ساکنان به چه اندازه می باشد؟

پیشینه تحقیق

بزرگمهر و همکاران (۱۴۰۱) در تحقیق "بررسی نقش مشارکت شهروندان در توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی شهر چالوس)" به بررسی نقش مشارکت شهروندان در توسعه پایدار گردشگری شهر چالوس پرداختند. پژوهش با توجه به هدف آن، پژوهشی کاربردی است. از لحاظ ماهیت و روش تحقیق توصیفی و از نوع پیمایشی می باشد. در این پژوهش از آزمون روش آنتروپی جهت بررسی نقش مشارکت شهروندان در توسعه پایدار گردشگری شهر استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق از بین ۳۰ نفر از نخبگان شهرستان چالوس انتخاب گردیده است نتایج حاصل شده بیانگر آن است که در مجموع ۴ عامل کلیدی در وضعیت گردشگری شهر تاثیرگذارند؛ بدین صورت که این متغیرها بیشترین تاثیرگذاری و کمترین تاثیرپذیری را بر آینده توسعه گردشگری شهر چالوس دارند که در آن بعد فرهنگی بالاترین تاثیر را داشته و بعد از آن به ترتیب عوامل اقتصادی، اجتماعی و در نهایت کمترین تاثیر را بعد زیست محیطی دارد.

طیبی و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق "طراحی و تبیین الگوی کسب و کارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار" نشان دادند امروزه صنعت گردشگری به عنوان یکی از بخشهای صنعتی و اقتصادی کشورها که بر محیطهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تأثیرات شگرفی داشته باشد. در کشور ما ایران در زمینه های جاذبه های باستانی، تاریخی و طبیعی، یکی از بارزترین پتانسیل های درونی جهت بهبود فضای کسب و کار، ایجاد اشتغال و...، توجه به صنعت گردشگری و کسب و کارهای مرتبط با آن است. از این رو پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی کسب و کارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار و شیوه پژوهشی ترکیبی (کیفی-کمی) انجام شد. جامعه آماری این پژوهش در بخش دلفی خبرگان دانشگاهی و مدیران و فعالان اقتصادی صنعت گردشگری و در بخش کمی شامل مدیران، کارشناسان سازمان میراث گردشگری استان خوزستان است. متغیرهای مهم اثرگذار بر موفقیت کسب و کارهای مرتبط با حوزه گردشگری با بهره گیری از روش زمینه ای استخراج و مبنای روش دلفی قرار گرفت. پرسشنامه دلفی در اختیار ۲۴ تن از خبرگان پانل دلفی قرار داده شد و بدین ترتیب در دور چهارم، ۵۱ متغیرهای خرد در قالب ۶ متغیر کلان شناسایی شدند. سپس با استفاده از الگوی معادلات ساختاری و نرم افزار Amose اعتبارسنجی مدل شد. از مهمترین دستاوردهای این پژوهش شناسایی عوامل اثر گذار بر توسعه پایدار کسب و کارهای گردشگری در قالب یک مدل جامع است،



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

نجاززاده و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق "تحلیل نقش تصویر مقصد ساکنان محلی و اثرات ادراک شده گردشگران در توسعه پایدار گردشگری" به بررسی نقش تصویر مقصد و اثرات ادراک شده ساکنان محلی و گردشگران در توسعه گردشگری مناطق روستایی بابلسر پرداختند. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و در دسته تحقیقات توصیفی همبستگی قرار دارد. جامعه آماری تحقیق شامل گردشگرانی است که حداقل یک بار به روستاهای بابلسر (کرفون، عربخیل، عزیزک) سفر کرده اند. نمونه آماری گردشگران شامل ۲۶۵ نفر از گردشگران است که به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شده اند و نمونه آماری مردم محلی شامل ۲۱۰ نفر از ساکنین روستاهای منطقه بابلسر هستند که به صورت نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای انتخاب شده اند. داده ها توسط پرسشنامه و به صورت ۵ سطح لیکرت جمع آوری شده اند. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و *lisrel* تحلیل شده اند. یافته های پژوهش نشان دادند که تصویر مقصد ساکنان محلی و گردشگران هم به طور مستقیم و هم به طور غیرمستقیم با میانجی اثرات ادراک شده اجتماعی - فرهنگی و محیطی بر توسعه گردشگری تاثیرگذار هستند. اما فقط تصویر مقصد گردشگران به طور غیرمستقیم با میانجی اثرات ادراک شده اقتصادی بر توسعه گردشگری تاثیرگذار هستند. تسکورو و همکاران^۱ (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان "توسعه نوآورانه گردشگری پایدار و کارآفرینی از طریق رویدادهای ورزشی" بیان داشتند نوآوری و توسعه خدمات جدید از ویژگی های استراتژیک مهم برای تضمین رشد و ثروت پایدار برای صنایعی است که مشتریان در آن ها انتخاب های زیادی دارند، همانطور که در بخش گردشگری این امر صادق است. در این زمینه، تحقیق حاضر می آید تا توسعه گردشگری پایدار محلی را با رویدادهای ورزشی مرتبط کند و پیشنهادهای مرتبط برای منطقه مرجع و همچنین برای تعمیم آنها در کل مناطق گردشگری ارائه دهد. بر اساس هدف پژوهش، پژوهشی کمی بر روی نمونه ای متشکل از ۴۴۸ نفر از ساکنان که به صورت تصادفی از چارچوب نمونه گیری انتخاب شدند، انجام شد. برای جمع آوری داده های اولیه از مقیاس های متعددی از مطالعات قبلی استفاده شد و با توجه به هدف تحقیق تطبیق داده شد. یافته های تحقیق نشان می دهد که پذیرش توسعه پایدار گردشگری از طریق ورزش با متغیرهای متعددی از جمله تأثیر اقتصادی ($b = 0.343$)، نگرش ساکنان به رویدادهای ورزشی ($b = 0.287$) و گرایش شهروندان به کارآفرینی (b) قابل پیش بینی است. علاوه بر این، رویدادهای ورزشی بر گرایش شهروندان به سمت کارآفرینی تأثیر می گذارد ($r = 0.519, p < 0.01$). در نتیجه، تأثیر رویدادهای ورزشی چندگانه است و بسیاری از جنبه های یک مقصد گردشگری را تحت تأثیر قرار می دهد.

خان و همکاران^۲ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان "سیاست گردشگری پایدار، مدیریت مقصد و توسعه گردشگری پایدار: یک مدل میانجی گری" نشان دادند در سال های اخیر، رشد سریع صنعت گردشگری به عنوان یک نگرانی جهانی مطرح شده است. گردشگری جوامع را توانمند می کند و اقتصاد را ارتقا می بخشد. با این حال، چالش های اجتماعی و زیست محیطی ایجاد می کند که به نوبه خود توجه را به الگوهای گردشگری جلب می کند. گردشگری پایدار نویدبخش حفاظت از محیط زیست و عناصر اجتماعی-فرهنگی هر مقصدی است. از این رو، این مطالعه با هدف درک رابطه پیچیده بین سیاست پایداری، مدیریت و رفتار گردشگر انجام شده است. بنابراین، روابط بین سیاست گردشگری پایدار و مدیریت مقصد، مسئولیت اجتماعی مقصد، و جهت گیری ارزش گردشگری با توسعه گردشگری پایدار بررسی شد. شرکت کنندگانی در سطوح مدیریتی از ۱۶۳ شرکت

¹ Tsekouropoulos

² Khan



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

مالزیایی استفاده شدند و یک مطالعه کمی مقطعی با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربع انجام شد. پیشنهاد می‌شود که سیاست گردشگری پایدار و مدیریت مقصد و مسئولیت اجتماعی مقصد به طور قابل توجهی بر توسعه گردشگری پایدار تأثیر می‌گذارد. علاوه بر این، مسئولیت اجتماعی مقصد تا حدی واسطه رابطه بین سیاست گردشگری پایدار مدیریت مقصد و توسعه گردشگری پایدار است.

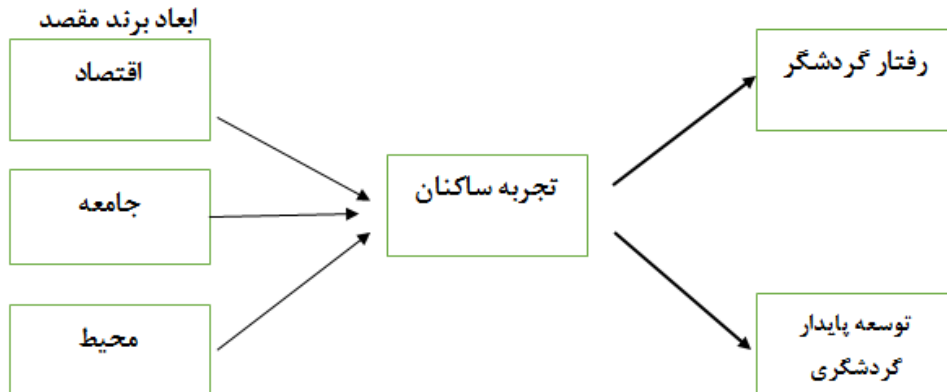
ویور و همکاران^۱ (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان "تعیین موقعیت ساکنان محلی برای گردشگری پایدار" نشان دادند محدودیت‌های مداوم در رویکردهای صنعت محور و مقیم محور در گردشگری، نیاز به نوآوری برای دستیابی به پایداری و انعطاف‌پذیری را برجسته می‌کند. مزایای موقعیت‌یابی و در نهایت بسیج ساکنان مقصد به‌عنوان شهروند، طبق تئوری شهروندی در حال تحول، شامل اعطای وظایف و حقوقی است که این دو رویکرد را ترکیب می‌کند و فضایل و رفتارهای مناسب را در مشارکت، استقلال، تعهد به نظم اجتماعی و همبستگی مشخص می‌کند. علاوه بر این، شهروندی یک وضعیت موجود است که به اعضا برابری می‌دهد و به گونه‌ای تکامل یافته است که یک بعد مبتنی بر تعامل موثر برای پرداختن به موضوعات خاص مانند پایداری گردشگری را شامل می‌شود. حقوق، وظایف، فضائل و رفتارهای شهروندی در چارچوب روشنگرانه گردشگری انبوه ادغام شد تا مبنایی قانع‌کننده برای دستیابی به گردشگری پایدار و تاب‌آور ایجاد شود که مکمل روایت‌های مسلط جاری «ساکن» یا «جامعه» است. مطالعات آتی باید مسائل مرتبط با شهروندی مشکل دار یا واجد شرایط، وضعیت گردشگران و گنجاندن انعطاف‌پذیری را در نظر بگیرد.

توسعه فرضیه‌ها و الگوی مفهومی

مدل تحقیق

پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج کشور حاکی از درجه اهمیت مسأله تأثیر برند مقصد بر رفتار گردشگر و توسعه پایدار گردشگری است. با ارائه سایر پژوهش‌های انجام شده و ضمن بررسی ارتباط یافته‌های قدیم با یافته‌های جدید؛ در پرتو نتایج پژوهش‌های گذشته انتظار می‌رود که نتایج پژوهش حاضر مکمل یافته‌های قبلی شود. همچنین هر مدل مفهومی به عنوان نقطه شروع و مبنایی جهت انجام مطالعات و تحقیقات است به گونه‌ای که متغیرهای مورد نظر تحقیق و روابط میان آنها را مشخص می‌کند. با بررسی ادبیات موضوعی موجود مرتبط با این تحقیق، در این تحقیق از مدل تحقیق تسکورو و همکاران (۲۰۲۲) استفاده شده است. این مدل با هدف تبیین و درک مناسب‌تر روابط متغیرهای متغیرهای برند مقصد، تجربه ساکنان، رفتار گردشگر و توسعه پایدار گردشگری بنا شده است. مستند بر مطالب ذکر شده و موضوع پایان نامه (تأثیر برند مقصد بر رفتار گردشگر و توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی تجربه ساکنان)، مدل مورد بررسی در این تحقیق به شکل زیر می‌باشد:

¹ Weaver



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق (تسکورو و همکاران، ۲۰۲۲)

فرضیه اصلی:

برند مقصد بر رفتار گردشگر و توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی تجربه ساکنان تاثیر معنی داری دارد.

فرضیات فرعی:

۱. اقتصاد بر تجربه ساکنان تاثیر معنی داری دارد.
۲. جامعه بر تجربه ساکنان تاثیر معنی داری دارد.
۳. محیط بر تجربه ساکنان تاثیر معنی داری دارد.
۴. تجربه ساکنان بر رفتار گردشگر تاثیر معنی داری دارد.
۵. تجربه ساکنان بر توسعه پایدار گردشگری تاثیر معنی داری دارد.
۶. ابعاد برند مقصد بر رفتار گردشگر با نقش میانجی تجربه ساکنان تاثیر معنی داری دارد.
۷. ابعاد برند مقصد بر توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی تجربه ساکنان تاثیر معنی داری دارد.

روش تحقیق

هدف از تحقیق حاضر نیز بکارگیری و ارزیابی تئوری در یک زمینه ی خاص است. بنابراین ماهیت تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی محسوب می شود. تحقیق حاضر از این جهت که نتایج آن می تواند در فرایند گردشگری مورد استفاده قرار گیرد از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می شود. با توجه به عنوان تحقیق، روش مورد استفاده توصیفی پیمایشی می باشد. این روش به منظور کشف واقعیت های موجود یا آنچه هست؛ انجام می شود. همچنین این پژوهش بر اساس رویکرد، کمی می باشد. در ادامه با استفاده از روش میدانی، پرسشنامه های مرتبط با متغیرهای پژوهش طبق نمونه گیری به عمل آماده در جامعه مورد نظر توزیع خواهد گردید. جامعه آماری پژوهش حاضر، خبرگان منطقه که شامل پرسنل سازمان گردشگری، متولی اشتغال کمیته امداد، متخصصین و تحصیل کرده های بخش و دهیارها و تور لیدرهای گردشگری منطقه بندپی شرقی بابل به تعداد ۲۰۰ نفر می باشد. روستاهای زیر به عنوان جامعه انتخاب شدند.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

جدول ۱- تقسیم بندی نمونه آماری

منطقه	
روستای دیوا	۱
منطقه ییلاقی فیلبند	۲
امام زاده عباس(ع)	۳
امامزاده حسن	۴
گنج کلا	۵
خواجه کلا	۶

روش نمونه گیری در تحقیق حاضر تصادفی ساده می باشد که شانس همه اعضای نمونه برای انتخاب شدن، یکسان است ابزار گردآوری اطلاعات از جامعه آماری از طریق پرسشنامه تحقیق تسکورو و همکاران(۲۰۲۲) به منظور پاسخگویی به سوالات پژوهش می باشد. مرحله اول تأیید توسط حداقل ۵ نفر از اساتید و مرحله دوم تکمیل پرسش نامه توسط ۳۰ یا ۴۰ نفر صورت گرفت. پرسشنامه شامل ۳۴ سوال می باشد و با کمک مقیاس لیکرت پنج گزینه ای اندازه گیری شد.

جدول ۲. متغیر و شاخص های پرسشنامه

سؤالات	ردیف	
تأثیر مقصد		
گردشگری سبب جذب سرمایه و هزینه برای منطقه می شود.	۱	تأثیر اقتصادی
گردشگری استاندارد زندگی را به دلیل درآمدهایی که به همراه دارد افزایش می دهد.	۲	
محصولات، خدمات و املاک و مستغلات به دلیل گردشگری افزایش یافته است.	۳	
گردشگری مزایای اقتصادی را تنها برای گروه کوچکی از مردم به همراه دارد .	۴	
گردشگری شغل های بسیاری برای افراد غیربومی نسبت به بومیان منطقه ایجاد کرده است.	۵	
گردشگری مزای مثبتی برای اقتصاد محلی نسبت به تأثیرات منفی آن برای منطقه به همراه دارد..	۶	
گردشگری انگیزه ای برای حفاظت از منابع طبیعی ایجاد می کند.	۷	
به دلیل گردشگری ، جاده ها و سایر امکانات عمومی در استاندارد بالاتری قرار دارند.	۸	
گردشگری تا حد زیادی به تراکم ترافیک، صدا و آلودگی می افزاید .	۹	
ساخت هتل ها و سایر تاسیسات گردشگری باعث تخریب محیط طبیعی منطقه شده است .	۱۰	
به طور کلی گردشگری آلودگی محیط زیست را به همراه دارد.	۱۱	
گردشگری منجر به ایجاد مکان های ناخوشایند شلوغ و غیرقابل دسترس می شود .	۱۲	



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

تأثیر محیطی			
تأثیر اجتماعی	۱۳	گردشگری به حفظ فرهنگ منطقه ای (سنت ها و آداب و رسوم و غیره) حمایت می کند.	
	۱۴	گردشگری منجر به افزایش در دسترس بودن امکانات تفریحی برای ساکنان شده است.	
	۱۵	ملاقات با گردشگران از سراسر جهان یک تجربه ارزشمند است.	
	۱۶	گردشگری بر فرهنگ منطقه (سنت ها و آداب و رسوم و غیره) تأثیر می گذارد.	
	۱۷	گردشگری از بازسازی بناهای تاریخی حمایت می کند	
	۱۸	گردشگری باعث ایجاد مشکلات امنیتی و جرم و جنایت می شود.	
	۱۹	گردشگری بیش از آنکه تأثیرات منفی بر جامعه و فرهنگ محلی داشته باشد، تأثیرات مثبتی را در منطقه به همراه دارد.	
	۲۰	من اغلب با گردشگران در تماس هستم	
	تجربه گردشگری		
		۲۱	مزایای ناشی از توسعه رویدادهای گردشگری بیشتر از معایب آن در منطقه است.
	۲۲	من برای توسعه بیشتر رویدادهای گردشگری آماده هستم .	
	۲۳	من از گردشگری در مناطق مختلف اطلاعات زیادی به دست آورده ام	
رفتار گردشگری			
	۲۴	من به کمیته ای ملحق می شوم که به صورت محلی از گردشگری حمایت کند.	
	۲۵	من در طول رویدادهای گردشگری به عنوان داوطلب شرکت می کردم .	
	۲۶	من به گروهی ملحق می شوم تا در سازماندهی گردشگری فعال باشد .	
	۲۷	من از سازماندهی فعالیتهای گردشگری حمایت می کنم.	
	۲۸	من از فعالیت ها و محتوای گردشگری به روشهای گوناگون مطلع می شوم.	
توسعه پایدار گردشگری			
	۲۹	باید از توسعه ابتکارات گردشگری پایدار مبتنی بر جامعه حمایت شود.	
	۳۰	ا در طرح ها و توسعه های مرتبط با گردشگری پایدار شرکت می کنیم.	
	۳۱	مسئولین استانداردهای محیطی نظارتی را برای کاهش اثرات منفی گردشگری اتخاذ می کنند.	
	۳۲	در تبادلات فرهنگی بین ساکنان محلی و بازدیدکنندگان باید شرکت کرد.	
	۳۳	در ترویج آموزش و حفاظت از محیط زیست مشارکت داریم.	
	۳۴	با ابتکارات برنامه ریزی و توسعه گردشگری همکاری می کنیم.	

یافته ها :

یافته های توصیفی :

بر اساس اطلاعات گردآوری شده متغیرهای جمعیت شناختی مورد بررسی در این پژوهش عبارتند از: جنسیت، سن، تحصیلات. با توجه به نتایج بدست آمده از پرسشنامه ها و بر اساس اطلاعات گردآوری شده در رابطه با متغیر جنسیت بیشترین تعداد مربوط به جمعیت مردان بوده است که ۸۱٫۹ درصد از آزمودنی ها را به خود اختصاص داده اند . در



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

مورد متغیر سن اکثریت پاسخ دهندگان بالاتر از ۵۰ سال سن دارند. در مورد متغیر تحصیلات بیشترین فراوانی مربوط به پاسخ دهندگان دارای تحصیلات کارشناسی با ۵۱,۲ درصد می باشد.

یافته های استنباطی:

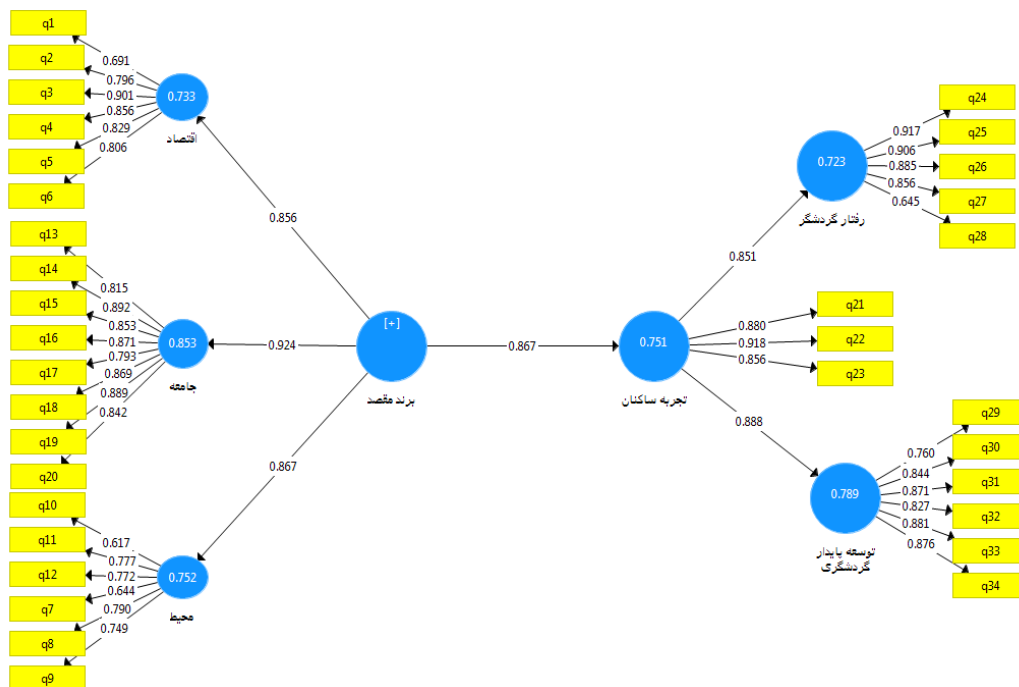
در آزمون پایایی یا قابلیت اعتماد ابزار اندازه گیری، نتیجه آزمون نشان داده است که قابلیت اعتماد پرسشنامه در حد قابل قبول است. آزمون ضرایب بارهای عاملی مورد تأیید قرار گرفت و چون تمامی اعداد ضرایب بار عاملی بیشتر از 0/7 بود که نشان از مناسب بودن این معیار دارد. با توجه به اینکه چهار شرط روایی همگرا مورد تأیید قرار گرفته است در نتیجه شرط روایی همگرا قبول شده است. با توجه به اینکه بار عاملی هر متغیر مشاهده پذیر بر روی متغیر پنهان متناظرش باید حداقل ۰,۱ بیشتر از بارهای عاملی همان متغیر مشاهده پذیر بر متغیرهای پنهان دیگر باشد. مدل این شرط را نیز داراست، پس آزمون بارهای عرضی، مورد تأیید است. مطابق با ماتریس های موجود در فصل چهار، مقدار جذر AVE (قطر اصلی ماتریس) تمامی متغیرهای مرتبه اول از مقدار همبستگی میان آنها بیشتر است که این امر روایی واگرایی مناسب و برازش خوب مدل های اندازه گیری را نشان می دهد. با تأیید این آزمون هر دو شرط برای پذیرش روایی واگرا مورد قبول واقع شده است، در نتیجه مدل اندازه گیری دارای روایی واگرا نیز می باشد. با تأیید روایی همگرا و روایی واگرا، شروط روایی و پایایی مدل اندازه گیری به نتیجه رسیده است. همچنین در قسمت برازش مدل ساختاری با آزمون معناداری ضرایب مسیر یا اماره تی (T-value)، رابطه ی بین سازه ها در سطح اطمینان ۹۵ درصدی قرار دارند. با توجه به مقدار بدست آمده برای GOF، که بزرگتر از ۰/۵ است پس برازش قوی تأیید می شود.

جدول ۳. آزمونهای آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و AVE

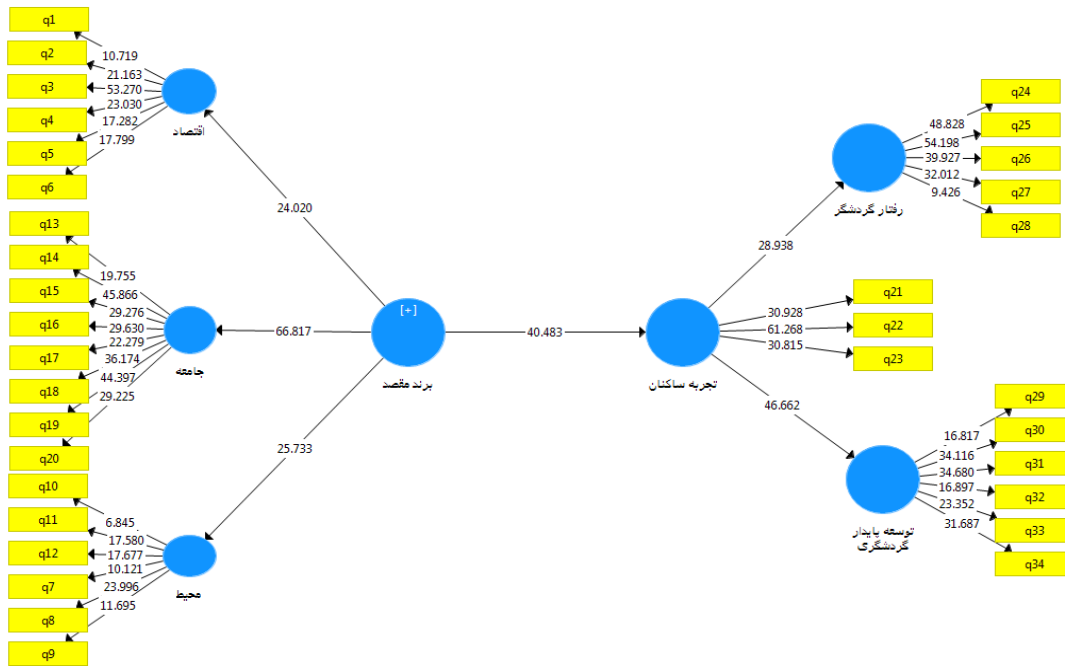
R ²	AVE > 0/5	CR>0/7	Alpha>0/7	آلفای کرونباخ
0.731	0.665	0.922	0.898	اقتصاد
0	0.512	0.954	0.948	برند مقصد
0.749	0.784	0.916	0.862	تجربه ساکنان
0.788	0.713	0.937	0.919	توسعه پایدار گردشگری
0.852	0.728	0.955	0.947	جامعه
0.721	0.718	0.926	0.899	رفتار گردشگر
0.750	0.530	0.870	0.820	محیط

نتایج آزمون فرضیات تحقیق:

- ضریب مسیر رابطه میان برند مقصد و تجربه ساکنان ۰,۸۶۷ است. آماره تی برای این ضریب نیز ۴۰,۴۸۳ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معناداری ۱/۹۶ بدست آمده است. لذا فرضیه اول این تحقیق تأیید می‌شود.
- ضریب مسیر رابطه میان تجربه ساکنان و رفتار گردشگر ۰,۸۵۱ است. آماره تی برای این ضریب نیز ۲۳,۹۳۸ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معناداری ۱/۹۶ بدست آمده است. لذا فرضیه دوم این تحقیق تأیید می‌شود.
- ضریب مسیر رابطه میان تجربه ساکنان و توسعه پایدار گردشگری ۰,۸۸۸ است. آماره تی برای این ضریب نیز ۴۶,۶۶۲ است و مقدار آن بالاتر از آستانه معناداری ۱/۹۶ بدست آمده است. لذا فرضیه سوم این تحقیق تأیید می‌شود.



شکل ۲- مدل اندازه گیری اصلاح شده تحقیق همراه با ضرایب استاندارد بارهای عاملی



شکل ۴-۵- مدل اندازه گیری تحقیق همراه با مقادیر t-values

جدول ۴- خلاصه نتایج رابطه مستقیم و ضرایب معناداری فرضیات مدل

نتیجه آزمون	معناداری	ضریب مسیر	مسیر	فرضیات تحقیق
تائید	۴۰,۴۸۳	۰,۸۶۷	برند مقصد - تجربه ساکنان	اول
تائید	۲۸,۹۳۸	۰,۸۵۱	تجربه ساکنان - رفتار گردشگر	دوم
تائید	۴۶,۶۶۲	۰,۸۸۸	تجربه ساکنان - توسعه پایدار گردشگری	سوم
تائید	۶,۰۶	-	ابعاد برند مقصد - تجربه ساکنان - رفتار گردشگر	چهارم
تائید	۶,۲۰	-	ابعاد برند مقصد - تجربه ساکنان - توسعه پایدار گردشگری	پنجم



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

بحث و نتیجه گیری :

تسکورو و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیق خود تاثیر تجربه و نگرش را بر توسعه پایدار گردشگری بررسی کردند. این تحقیق کمی بوده و جامعه آماری ۴۴۸ نفر از ساکنان که به صورت تصادفی انتخاب شدند که مشابه روش تحقیق، جامعه و روش نمونه گیری تحقیق حاضر می باشد. ابزار تحقیق نیز پرسشنامه می باشد. یافته های تحقیق نشان می دهد که توسعه پایدار گردشگری بر نگرش ساکنان اثر گذار است که مشابه روش تحقیق حاضر می باشد.

نजारزاده و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیق خود نقش تصویر مقصد را بر توسعه گردشگری مناطق روستایی بررسی کردند. روش تحقیق در تحقیق نजारزاده مشابه روش تحقیق حاضر کمی است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی است و در دسته تحقیقات توصیفی همبستگی قرار دارد. جامعه آماری این تحقیق گردشگر می باشد این در حالیست که در تحقیق حاضر جامعه آماری خبرگان منطقه و دهیارها می باشند. روش نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای می باشد. داده ها توسط پرسشنامه و به صورت ۵ سطح لیکرت جمع آوری شده اند که مشابه تحقیق حاضر است. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS و lisrel تحلیل شده اند ولی در تحقیق حاضر داده ها با pls بررسی شده است. یافته های پژوهش نشان دادند که تصویر مقصد ساکنان بر توسعه گردشگری تاثیرگذار است که مشابه نتیجه ی این تحقیق می باشد.

جیمینز و همکاران (۲۰۲۰) در تحقیق خود تاثیر برند مقصد بر رفتار گردشگران را بررسی کرد. روش تحقیق در تحقیق جیمینز و تحقیق حاضر کمی و ابزار هر دو تحقیق پرسشنامه می باشد. در تحقیق جیمینز از تجزیه و تحلیل چند گروهی استفاده شد. نتایج نشان داد برند مقصد بر رفتار گردشگران اثرگذار است.

پیشنهادهات:

ضریب مسیر رابطه میان اقتصاد و تجربه ساکنان ۰,۲۳۰ است و فرضیه اول این تحقیق تأیید می شود. مستند به یافته های بار عاملی مشخص شد مولفه ی *افزایش محصولات و خدمات* با بار عاملی ۰,۸۹۶ بیشترین تاثیر را بر تجربه ساکنان دارد. به مدیران پیشنهاد می گردد برای بهبود گردشگری و اقتصاد ساکنین منطقه خدماتی که ارائه می شود را ارتقاء دهند. مانند بهبود بهداشت عمومی، تاسیس غذاخوری و رستورانهای با کیفیت و فروش محصولات محلی توسط ساکنین.

ضریب مسیر رابطه میان جامعه و تجربه ساکنان ۰,۶۳۷ است. لذا فرضیه دوم این تحقیق تأیید می شود. مستند به یافته های بار عاملی مشخص شد مولفه ی *افزایش امکانات تفریحی* با بار عاملی ۰,۸۹۵ بیشترین تاثیر را بر تجربه ساکنان دارد. پیشنهاد می گردد مدیران امکانات تفریحی مانند نصب تلکابین، پارکهای تفریحی، استخرهای سرپوشیده، نصب آلاچیق و هتلهای در منطقه ایجاد نمایند.

ضریب مسیر رابطه میان محیط و تجربه ساکنان ۰,۲۹۵ است. لذا فرضیه سوم این تحقیق تأیید می شود. مستند به یافته های بار عاملی مشخص شد مولفه ی *بهبود جاده ها و استانداردهای عمومی* با بار عاملی ۰,۷۸۵ بیشترین تاثیر را بر تجربه ساکنان دارد. به دست اندرکاران گردشگری پیشنهاد می شود زیرساختهای لازم برای جذب گردشگر را فراهم آورند. آنها می توانند با بهبود و تعمیر جاده ها، نصب روشنایی در محدوده ی مناطق توریستی و نصب تابلوهای راهنما برای راهنمایی بهتر گردشگران، سبب جذب توریست به منطقه شوند.



ماهنامه علمی تخصصی پایا شهر

ISSN ۲۹۸۰-۷۷۸۶

ضریب مسیر رابطه میان تجربه ساکنان و رفتار گردشگر ۰,۸۵۱ است و فرضیه چهارم این تحقیق تأیید می‌شود. مستند به یافته های بار عاملی مشخص شد مولفه ی توسعه رویدادهای گردشگری با بار عاملی ۰,۹۱۹ بیشترین تاثیر را بر رفتار گردشگر دارد . مدیران گردشگری استان می توانند با برگزاری مسابقات ورزشی در مناطق توریستی ، میزان ورود گردشگر را افزایش دهند. ضریب مسیر رابطه میان تجربه ساکنان و توسعه پایدار گردشگری ۰,۸۸۹ است. آماره تی برای این ضریب نیز ۴۷,۷۶۶ است و فرضیه پنجم این تحقیق تأیید می‌شود. مستند به یافته های بار عاملی مشخص شد مولفه ی ترویج آموزش و حفاظت از محیط زیست با بار عاملی ۰,۸۸۰ بیشترین تاثیر را بر توسعه پایدار گردشگری دارد . پیشنهاد می گردد برای بهبود محیط و فضای گردشگری از تبلیغات و تابلوهای آموزشی و هشدار دهنده در خصوص عدم آسیب به محیط استفاده نمایند. این پژوهش دارای محدودیتهای هم می باشد. مطالعه حاضر تنها بر روی یک حوزه متمرکز شده است که می توان آن را به عنوان یک نقطه ضعف مشخص کرد، زیرا نتایج را نمی توان با سایر مناطق یا کشورها مقایسه کرد. عدم همکاری برخی دهیارها و خبرنگان منطقه در پاسخگویی به سوالات تحقیق از دیگر مشکلات این تحقیق بوده است.

منابع :

- بزرگمهر، کیا و پور پاشا، محمد مهدی و مهدویان پس چپری، عالمه، ۱۴۰۱، بررسی نقش مشارکت شهروندان در توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی شهر چالوس)، همایش بین المللی کارآفرینی با شعار "توسعه استعداد کارآفرینی: راهی به سوی تحول"
- طیبی، علی، پرهیزگار، محمد مهدی، امینی، محمد تقی & شیرمحمدی، یزدان. (۱۴۰۰). طراحی و تبیین الگوی کسب و کارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار. برنامه ریزی و توسعه گردشگری
- نجارزاده، محمد و نعمت الهی، مجید، ۱۳۹۷، الگوی ساختاری عوامل موثر بر درک ساکنان بومی نسبت به حمایت از توسعه پایدار گردشگری در مجموعه تخت جمشید،

Gu, X., Hunt, C. A., Lengieza, M. L., Niu, L., Wu, H., Wang, Y., & Jia, X. (2020). Evaluating residents' perceptions of nature-based tourism with a factor-cluster approach. *Sustainability*, 13(1), 199.

Jiménez-Barreto, J., Rubio, N., Campo, S., & Molinillo, S. (2020). Linking the online destination brand experience and brand credibility with tourists' behavioral intentions toward a destination. *Tourism Management*, 79, 104101.

Khan, M.R.; Khan, H.U.R.; Lim, C.K.; Tan, K.L.; Ahmed, M.F. Sustainable Tourism Policy, Destination Management and Sustainable Tourism Development: A Moderated-Mediation Model. *Sustainability* 2021, 13, 12156. <https://doi.org/10.3390/su132112156>



Klarin,t. (2018). The concept of sustainable development: From its beginning to the contemporary issues. *Zagreb International Review of Economics & Business*, 21(1), 67-94.

Obradovi'c, S.; Stojanovi'c, V.; Kova'ci'c, S.; Jovanovic, T.; Panteli'c, M.; Vuji'ci'c, M. 2021 . Assessment of residents' attitudes toward sustainable tourism development-A case study of Ba'cko Podunavlje Biosphere Reserve, Serbia. *J. Outdoor Recreat. Tour.*, 35, 100384.

Tsekouropoulos, G., Gkouna, O., Theocharis, D., & Gounas, A. (2022). Innovative Sustainable Tourism Development and Entrepreneurship through Sports Events. In *Sustainability* (Vol. 14, Issue 8, p. 4379).

Weaver, D. B., Moyle, B., & McLennan, C. J. (2021). The citizen within: positioning local residents for sustainable tourism. In *Journal of Sustainable Tourism* (Vol. 30, Issue 4, pp. 897–914). Informa UK Limited.

Zhang, X., Yang, Y., Zhang, Y., & Zhang, Z. (2020). Designing tourist experiences amidst air pollution: A spatial analytical approach using social media. In *Annals of Tourism Research* (Vol. 84, p. 102999). Elsevier BV.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102999>