

بررسی تاثیر جاذبه‌های ناملموس بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی (نمونه مورد کلانشهر تبریز)

رحیم حیدری چیانه

دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

شهریور روستایی

دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

سلمان فیضی زنگیر^۱

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده جغرافیا و برنامه‌ریزی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۷/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۹/۱۱

چکیده

در دنیای امروز جاذبه‌های مقاصد گردشگری به دلیل فرایند جهانی شدن و تأکید بر عناصر ملموس و فیزیکی، بخصوص در مقاصد شهری بیشتر شبیه هم شده‌اند و این امر باعث شده است تا امروزه توسعه مقاصد گردشگری شهرهای اسلامی و هدف نهایی آن یعنی متمایزسازی مقاصد به فرایندی دشوار و کم اثر تبدیل شود. همچنین به نظر می‌رسد به دلیل ماهیت اصیل و ریشه‌دار میراث و فرهنگ عامه در شهرهای اسلامی، تأکید بر جایگاه جاذبه‌های ناملموس این شهرها می‌تواند به توسعه هرچه بیشتر گردشگری اسلامی آنان کمک نماید. براین اساس، هدف این پژوهش بررسی تاثیر جاذبه‌های ناملموس بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی است. در این راستا پس از مطالعه مبانی نظری و پیشینه تحقیق، سازه‌ها و مدل مفهومی تحقیق طراحی گردید. این پژوهش توصیفی و از نوع پیمایشی بوده و از روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده نموده است. حجم نمونه مورد بررسی ۳۸۴ نفر از گردشگران ورودی به شهر تبریز بودند. حداقل حجم نمونه لازم برای تکمیل پرسشنامه‌های این پژوهش ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شد. برای تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار **Smart PLS** استفاده شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که جاذبه‌های ناملموس گردشگری تأثیر معنی‌داری بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارند. همچنین این یافته‌ها حاکی از آن بود که جاذبه‌های ناملموس گردشگری تأثیر معنی‌داری نیز بر ابعاد توسعه گردشگری شهرهای اسلامی شامل ارزش و فواید ادراک شده، حمایت و مشارکت و پایداری توسعه دارد.

کلمات کلیدی: جاذبه‌های ناملموس، توسعه گردشگری، شهرهای اسلامی، کلان‌شهر تبریز

مقدمه

در مبانی نظری موجود، بحث‌های اولیه در زمینه جاذبه‌های گردشگری و جایگاه آن در سیستم گسترده گردشگری در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ ظهور یافته است. این مطالعات عمدتاً ابتدا در حوزه برنامه‌ریزی جغرافیایی و فضایی و در ارتباط با ترکیب و دسته‌بندی عملکرد جاذبه‌ها مطرح شده‌اند (لیسک^۱، ۲۰۱۶: ۳۳۷). چنین توجهاتی باعث شد تا در دهه‌های بعدی جاذبه گردشگری به‌عنوان زمینه تحقیقی مؤثری در گردشگری نیز به رسمیت شناخته شود (کونل^۲ و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۸۵). در این مطالعات بر ارزش و اهمیت پرداختن به جاذبه‌های گردشگری در قالب بررسی نتایج سیاست‌های دولتی مقاصد و ارزیابی دارایی‌های کلیدی آنان در استراتژی‌های گردشگری و توسعه مقاصد، تأکید شده است. ماهیت جاذبه‌های گردشگری و ذینفعان متعدد تأثیرگذار بر آن‌ها به همراه پیامد مطالعاتی آن که دربرگیرنده استفاده از انواع مقیاس‌ها و اندازه‌گیری‌ها بوده است، منجر به توسعه مطالعات مرتبط با جاذبه‌های گردشگری در طیف وسیعی از رشته‌ها و زمینه‌های تحقیقی شده است. همچنین عملکرد و ماهیت پویای جاذبه‌های گردشگری و تأثیر آن بر توسعه مقاصد گردشگری، تحقیقات تجربی که در پی بررسی جاذبه‌های گردشگری هستند را متنوع ساخته است (شنگ و چن^۳، ۲۰۱۲: ۵۵). همچنین نیاز ضروری جهت توسعه تعریف از جاذبه‌های گردشگری وجود دارد و این تعاریف بر هدف فعالیت‌ها و نوع تحقیق وابسته خواهد بود. با این وجود بسیاری از تحقیقات موجود در زمینه جاذبه‌های گردشگری این مفهوم را تعریف نکرده و در مقابل تنها به ارائه دسته‌بندی از جاذبه‌های گردشگری اکتفا نموده‌اند (پورتو^۴ و همکاران، ۲۰۱۲: ۲۲۴). بررسی تعاریف ارائه شده از جاذبه‌های گردشگری در مطالعات گردشگری مشخص می‌سازد که عنصر اصلی تمایز بخش، مجزا ساختن جاذبه به‌عنوان مقصد یا یک محل گردشگری است. برخی از محققین در تعریف جاذبه‌های گردشگری رویکردهای منبعث از بخش عرضه را مد نظر قرار داده‌اند (مانند: لیسک و همکاران، ۲۰۱۳: ۲۴۴؛ کونل و همکاران، ۲۰۱۴) و برخی دیگر از محققین نیز در تعاریف خود بر بخش تقاضا و جنبه‌های انگیزشی آن توجه نموده‌اند (برای مثل؛ بریدا^۵ و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۶۹؛ فورتون^۶ و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۱۰). بررسی این مطالعات نشان می‌دهد که به مفهوم جاذبه‌های ناملموس تنها از دیدگاه دسته‌بندی توجه شده است. علاوه بر این، تعریف گردشگری میراث و جاذبه‌های ناملموس در مطالعات پائو ساموئل^۷ و همکاران (۲۰۱۲: ۳۶۶) و آنگار^۸ (۲۰۱۲: ۸۸) ارائه شده است. در این تعاریف تمایز میان جاذبه‌های فرهنگی و جاذبه‌های گردشگری برجسته شده است (بریدا و همکاران، ۲۰۱۲: ۱۶۹). همچنین در تعریف گردشگری میراث فرهنگی ناملموس جاذبه‌های گردشگری به مهارت‌های انسانی، اقدامات، بیان و ابزاری اشاره دارد که شیوه انتقال فرهنگ محلی را شکل داده و در نهایت می‌تواند عاملی برای جذب بازدیدکننده و تولید سفر باشد

¹-Leask

²- Connell

³- Sheng & Chen

⁴- Porto

⁵- Brida

⁶- Fullerton

⁷- Palau-Saumell

⁸- Otgaar

(یونسکو^۱، ۲۰۱۵). به دلیل ماهیت زندگی انسانی و روابط متغیر موجود میان فرهنگ انسانی با ساختارهای فیزیکی مکان‌ها، همواره برآیند این روابط منجر به خلق شکل‌های گوناگونی از زندگی انسانی شده است. همان‌طور که اشاره شد با تأکید بر جاذبه‌های ملموس در مقاصد شهری که باگذشت زمان بیشتر شبیه هم شده و اصالت کمتری می‌یابند، باعث شده است تا امروزه توسعه مقاصد گردشگری شهرهای اسلامی و هدف نهایی آن یعنی متمایزسازی مقاصد به فرایندی دشوار و کم اثر تبدیل شود. از سویی دیگر؛ به نظر می‌رسد به دلیل ماهیت اصیل میراث و فرهنگ‌عامه در شهرهای اسلامی، تأکید بر جایگاه جاذبه‌های ناملموس این شهرها می‌تواند بر توسعه هرچه بیشتر گردشگری اسلامی آنان کمک نماید. بر این اساس در تحقیق حاضر تأثیر جاذبه‌های ناملموس بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی و ابعاد این مفهوم به عنوان مساله اصلی و فرعی مورد بررسی و مطالعه قرار گرفته است.

مطالعه حاضر از لحاظ هدف کاربردی، برحسب روش جمع‌آوری داده‌ها توصیفی و از نوع پیمایشی است. برای جمع‌آوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. سؤالات پرسشنامه با استفاده از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف طراحی شده‌اند. جامعه آماری این پژوهش کلیه میهمانانی بودند که در بهار سال ۱۳۹۷ از جاذبه‌های شهر تبریز بازدید کرده‌اند. حداقل حجم نمونه لازم برای تکمیل پرسشنامه‌های این پژوهش ۳۸۴ نفر از بازدیدکنندگان در نظر گرفته شده است که با استفاده از روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند. شاخص‌های پرسشنامه‌های تحقیق از مطالعات مرتبط و پیشینه تحقیق اخذ شده سپس بر اساس شرایط تحقیق و شهر مورد مطالعه بومی‌سازی گردید. همچنین جهت سنجش روایی و پایایی مدل تحقیق و پاسخ به فرضیات از تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. به منظور محاسبه روایی همگرا، از معیار AVE و ضریب پایایی ترکیبی از معیار CR استفاده شد. اگر AVE حداقل برابر با ۰/۵ باشد، بیانگر آن است که متغیرها از روایی همگرای مناسبی برخوردارند. به این معنی که یک متغیر پنهان قادر است بیش از نیمی از واریانس شاخص‌های (متغیرهای آشکار) خود را به‌طور متوسط توضیح دهد (هیر^۲ و همکاران، ۲۰۱۱). با توجه به این‌که در این تحقیق شاخص میانگین واریانس استخراج شده AVE برای تمامی متغیرهای تحقیق بالای ۰/۵ است، لذا روایی همگرای متغیرهای مدل تأیید می‌شود.

مبانی نظری

توسعه گردشگری شهرهای اسلامی: فواید اقتصادی احتمالی گردشگری برای کشورها، مناطق و شهرها یکی از موضوعات رایج در تحقیقات گردشگری محسوب می‌شود. در این تحقیقات توسعه بخش گردشگری اغلب با تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم بر اقتصاد و رفاه جوامع معرفی شده است (ما وهاسینک^۳، ۲۰۱۳: ۹۱؛ تانگ و تان^۴، ۲۰۱۵: ۱۶۱؛ توگجو^۵، ۲۰۱۴: ۲۱۰). همچنین برخی از محققین در تحقیق خود ارتباط میان توسعه گردشگری و

^۱ - UNESCO

^۲ Hair

^۳ - Ma & Hassink

^۴ - Tang & Tan

^۵ - Tugcu

شکوفایی اقتصادی در جوامع مختلف را مورد بررسی قرار داده و وجود نوعی ارتباط علی میان این دو بخش را تأیید نموده‌اند (ماتریتا^۱، ۲۰۱۰: ۱۰۹؛ تانگ و تان، ۲۰۱۵). گردشگری در تحقیقات به عنوان ابزاری جهت افزایش سرزندگی اقتصادی از طریق تشویق احیای اجتماعی و بهبود شرایط زندگی در مناطق شهری معرفی شده است. در واقع گردشگری از عناصری است که به صورت ملموسی در اقتصادهای در حال گذار همانند بیشتر کشورهای اسلامی تغییر ایجاد می‌کند. در جوامعی با چنین اقتصادی، گردشگری به عنوان ابزاری جهت متنوع ساختن اقتصاد و استقلال از صنایع گازی و نفتی محسوب می‌شود (شرشوا و کاپیسکی^۲، ۲۰۱۶: ۲۶۲). شهرهای با اقتصاد در حال گذار به صورت فزاینده‌ای بر گردشگری به عنوان مسیری جهت رشد، توسعه و کسب درآمدهای ارزی تمرکز نموده‌اند (آندرس و دیمانچه^۳، ۲۰۱۷: ۳۶۳). بر این اساس؛ در سال‌های اخیر گردشگری شهری در جوامع اسلامی به عنوان ابزار راهبردی جهت توسعه و شکوفایی اقتصادی و اجتماعی شهرها مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان شهرهای اسلامی قرار گرفته است. اما با وجود مطالعه ارتباط میان توسعه گردشگری شهری و رشد اقتصادی- اجتماعی و پذیرش آن در تحقیقات گردشگری، عوامل تاثیرگذار بر توسعه گردشگری مورد توجه جدی محققین نبوده است (توگجو، ۲۰۱۴: ۲۱۰). جاذبه‌های ناملموس گردشگری به دلیل ریشه‌های فرهنگی و بومی آن از قابلیت تاثیرگذاری بالایی بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی برخوردار است. بر این اساس در بخش گردشگری شهرها، میراث فرهنگی و جاذبه‌های ناملموس فرصتی برای جذب گردشگران جویای تجارب اصیل در مناطق حاوی گنجینه‌های فرهنگی فراهم می‌سازد، که می‌تواند به توسعه گردشگری شهری و در نتیجه به منافع اقتصادی برای این شهرها منجر گردد (آندرس و دیمانچه، ۲۰۱۷: ۳۶۲). با اتکا بر چنین رویکردی، تأثیر جاذبه‌های ناملموس بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی به‌عنوان فرضیه اصلی و اول تحقیق مورد بررسی قرار گرفته و به این شکل صورت‌بندی شده است:

H1. جاذبه‌های ناملموس گردشگری تأثیر معنی‌داری بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارند.

ارزش و فواید ادراک شده از توسعه گردشگری شهرهای اسلامی: در مبانی نظری گردشگری، اهمیت ارزش و فواید ادراک شده از دو منظر مختلف ارزش ادراک شده تجربه سفر و ارزش ادراک شده ساکنان از توسعه گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است. فواید ادراک شده ساکنان به انتظارات ذهنی افراد محلی (از نظر ارزش‌های اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی) از استفاده‌های شخصی برآمده از بازدید گردشگران اشاره داد (نانکو و سو^۴، ۲۰۱۵: ۴). این انتظارات را می‌توان در قالب دو دسته مشخص اقتصادی- اجتماعی و فرهنگی خلاصه نمود (سینکلیر^۵ و همکاران، ۲۰۱۵: ۳۹). فواید اقتصادی- اجتماعی دربرگیرنده فرصت‌های اشتغال، بهبود زیرساخت‌ها، ایجاد شرکت‌های محلی و مشارکت در شکوفایی اقتصاد محلی است. فرصت‌های فرهنگی به انگیزه‌های ساکنان برای حفاظت از

¹ - Matarrita

² - Sheresheva & Kopiski

³ - Andrades & Dimanche

⁴ Nunkoo & So

⁵ - Sinclair

فرهنگ محلی، توسعه فعالیت‌های فرهنگی، مبادله فرهنگی با گردشگران و احساس دلبستگی بیشتر به هویت فرهنگی اشاره می‌کند (لوپز^۱ و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۹). افراد محلی که فواید بیشتری درک می‌کنند حمایت بیشتری از توسعه پایدار گردشگری به عمل می‌آورند. همچنین در مطالعات گردشگری این موضوع که فرصت‌های ادراک شده از ورود گردشگران، افراد محلی را به حمایت از توسعه آن ترغیب می‌کند، نیز مورد تأکید قرار گرفته است (لی^۲، ۲۰۱۳: ۳۸). برخی دیگر از محققین در مطالعات خود به این نتیجه رسیده‌اند که فواید ادراک شده بر حمایت ساکنان از گردشگری مقاصد تاثیرگذار بوده (نانکو و سو، ۲۰۱۵: ۴؛ پارک^۳ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۱۵، استایدلیس^۴ و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۶) و حمایت ساکنان برای اجتناب از به مخاطره افکندن گردشگری پایدار، ضروری است (ریورا^۵ و همکاران، ۲۰۱۶: ۲۶۳). بر این اساس می‌توان گفت اگر ساکنان از ورود گردشگران فوایدی را ادراک کنند آنان از گردشگری پایدار و طرح‌های گردشگری حمایت خواهند کرد (لوپز و همکاران، ۲۰۱۸: ۴۰). بنابراین؛ مشارکت جاذبه‌های ناملموس و میراث فرهنگی شهرهای اسلامی در توسعه گردشگری این شهرها، به دلیل هماهنگی با باورهای ارزشی ساکنان می‌تواند نقش مثبتی را در ادراک مثبت ساکنان از توسعه گردشگری ایفا نماید. مطابق بر این دیدگاه فرضیه دوم تحقیق به این شکل صورت‌بندی گردید که:

H2. جاذبه‌های ناملموس تأثیر معنی‌داری بر ارزش و فواید ادراک شده از توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارد.

حمایت و مشارکت از توسعه گردشگری: در مطالعات گردشگری حمایت ساکنان بیشتر در قالب گردشگری اجتماع محور مورد بررسی قرار گرفته است (لی، ۲۰۱۳: ۳۹). گردشگری اجتماع محور، با تأکید بر مسئولیت و عدالت اجتماعی و با حصول اطمینان از اینکه طرح‌های اجرا شده به تامین نیازهای ساکنان محلی و فراهم آوردن امکانات برای آنان کمک می‌کند، موجب مشارکت اجتماعی می‌شود (تولکاج و کینگ^۶، ۲۰۱۵: ۳۸۸). همچنین مطالعات نشان داده است، ساکنانی که در طرح‌های گردشگری مشارکت می‌کنند از احتمال بیشتری جهت حمایت از توسعه گردشگری برخوردار هستند (لوپز و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۹). برخی دیگر از محققین در مطالعات خود به این نتیجه رسیده‌اند که مشارکت ساکنان تأثیرات مطلوبی بر منافع اقتصادی مقاصد گردشگری دارد (لیو^۷ و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۹۳). به دلیل اینکه افراد محلی عاملی ضروری برای ارائه کیفیت تجربه بازدید گردشگران محسوب می‌شوند، حمایت گردشگران به عنوان تضمین‌کننده توسعه پایدار گردشگری شناخته می‌شود (لوپزو و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۹). در واقع حصول به گردشگری پایدار فرایندی است که مستلزم به حداکثر رساندن منافع و حداقل‌سازی هزینه‌ها و به طور همزمان راضی ساختن گردشگران و درگیر نمودن جوامع محلی در تصمیم‌سازی گردشگری است (کاترل^۸ و همکاران، ۲۰۱۳: ۴۴). بر این اساس نگرانی‌ها و نیازهای افراد محلی بایستی (نانکو و سو، ۲۰۱۵: ۴) از طریق

¹- López

²- Lee

³- Park

⁴- Stylidis

⁵- Rivera

⁶- Tolkach & King

⁷- Liu

⁸- Cottrell

توانمندسازی ساکنان جهت رسیدن به شکوفایی بلند مدت برطرف گردد (بولی و مکگی^۱، ۲۰۱۴: ۸۷). توانمندسازی ساکنان نیز از طریق درگیر ساختن ساکنان محلی در برنامه‌ریزی گردشگری و دل‌بستگی مکانی فراهم می‌شود (وهو و همکاران، ۲۰۱۵: ۸۷). این موضوع که حمایت ساکنان و منافع ادارک شده آنان پیش شرط‌های توسعه گردشگری محسوب می‌شوند در مطالعات متعددی مورد تاکید قرار گرفته است (بولی و مکگی، ۲۰۱۴: ۸۷؛ نانکو و سو، ۲۰۱۵: ۴). در برخی از تحقیقات مشارکت جامعه میزبان به عنوان میزان همکاری اعضای جامعه جهت برآوردن اهدافی که به نفع همه است، تعریف شده است (جعفر^۲ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۵۶). مشارکت جامعه میزبان در توسعه مقاصد به این دلیل که به آنان اجازه کنترل بر فعالیت‌های تاثیر گذار بر زندگی شان را داده و در نهایت آنان را از فواید توسعه گردشگری آگاه تر می‌سازد، مهم و کلیدی است (رسولیمنش^۳ و همکاران، ۲۰۱۵: ۳۳۷). در گردشگری میراث با جاذبه‌های ناملموس نیز جوامع محلی برای حفاظت مسئول بوده و از منابع غیر قابل تجدید فرهنگی محافظت و دفاع می‌کنند (مصطفی و تایه، ۲۰۱۱: ۹۰). این امر که مسائل محلی می‌تواند بر تجارب بازدید گردشگران و در نتیجه تصویر آنان از مقصد تاثیر مستقیمی داشته باشد، موضوع قابل توجهی است (لوپز و همکاران، ۲۰۱۸: ۴۰). محققین میزانی را که افراد احساس مشارکت در توسعه گردشگری محل زندگی خود می‌کنند را مورد مطالعه قرار داده‌اند (رسولیمنش و همکاران، ۲۰۱۵: ۳۳۷). علی‌رغم اینکه سطح مشارکت بر فواید ادارک شده تاثیر چشمگیری ندارد با این وجود در تحقیقات دیگری مشخص شده است که مشارکت محلی تاثیرات مثبت و چشمگیری بر فواید ادارک شده دارد (لی، ۲۰۱۳: ۳۹). همچنین تحقیقات برخی دیگر از محققین نشان داده است که مشارکت ساکنین تاثیرات مطلوبی بر فواید اقتصادی مقاصد گردشگری داشته است (لیو، ۲۰۱۴: ۱۹۳). با اتکا بر مبانی نظری ذکر شده فرضیه سوم و فرعی تحقیق به شکل زیر صورت‌بندی شد:

H3. جاذبه‌های ناملموس تاثیر معنی‌داری بر حمایت و مشارکت در توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارد.

پایداری توسعه گردشگری شهرهای اسلامی: توسعه پایدار و یکی از مشتقات آن یعنی توسعه پایدار در گردشگری^۴ به عنوان اکسیری در مقابل تهدید محیط زیست در نظر گرفته می‌شود (آدنگو^۵ و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۵۵). هدف اساسی توسعه پایدار در گردشگری ایجاد فرصت‌های اقتصادی، مزایای اجتماعی- فرهنگی و حفاظت از محیط زیست است (نیکرسون^۶ و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۷۳). گردشگری پایدار مفهومی شناخته شده است که رفاه بلند مدت گردشگری را در پذیرش قابلیت‌های نسل‌های آینده برای تامین نیازهای آنان معنی می‌کند (لی، ۲۰۱۳: ۴۰). این امر برآمده از ضرورت تولید فواید و منافع برای افراد بومی و محلی است. بر این اساس، تلاش‌هایی در مقاصد گردشگری برای اطمینان از هماهنگ بودن رشد گردشگران ورودی با اصول توسعه پایدار صورت گرفته است. این موضوع توسط شواهد تحقیقی که به رشد رفتار ضد پایداری در میان گردشگران پرداخته‌اند، اثبات شده است (پیکر^۷

¹- Boley & McGehee

²- Jaafar

³- Rasoolimanesh

⁴- SDT

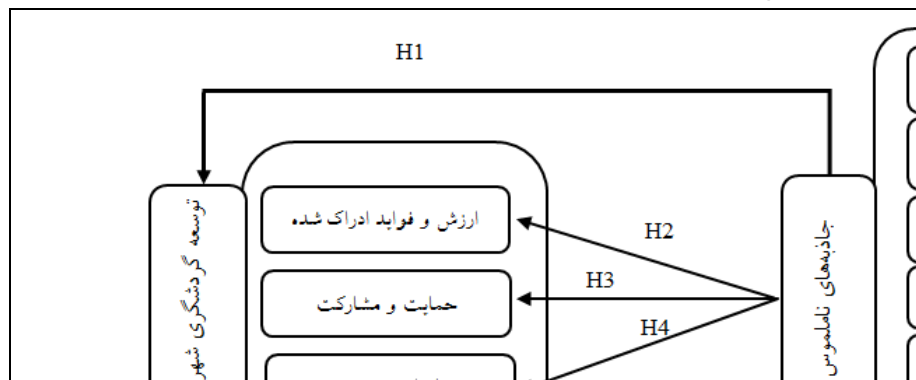
⁵- Adongo

⁶- Nickerson

⁷- Packer

و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۰۲). توسعه پایدار در گردشگری سعی دارد تا منافع ذینفعان متعدد شامل گردشگران، کارآفرینان و جامعه میزبان را تامین نماید. بر این اساس انتظار می‌رود توسعه پایدار در گردشگری برای گردشگران، تجارب رضایت بخش، برای کارآفرینان سود حداکثری، برای جوامع میزبان توسعه و برای محیط زیست محافظت به ارمغان بیاورد (پولیدو فرناندز^۱ و همکاران، ۲۰۱۵: ۵۰). توسعه پایدار گردشگری نوعی از توسعه است که در آن فعالیت‌ها منتج به استفاده و مدیریت موثر منابع جهت تامین نیازهای زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی نسل‌های فعلی و آینده می‌شود (برامول^۲ و همکاران، ۲۰۱۷: ۳). با این وجود پیاده‌سازی توسعه پایدار در گردشگری با چالش‌های مختلفی همچون حمایت‌های متغیر و غیر قابل اطمینان از سوی ذینفعان آن روبرو بوده است (داس و چاترجی^۳، ۲۰۱۵: ۵). ارزیابی توسعه گردشگری بر مبنای دیدگاه‌ها و نظرات ارائه شده از سوی میزبانان و گردشگران می‌تواند به عنوان یک ضرورت اولیه برای مدیریت مشارکتی پایداری مقصد در نظر گرفته شود، چنین ارزیابی نیازمند تعیین نتایج توسعه پایدار است، بخصوص زمانی که منافع بخش‌های مختلفی در زمان مشخص و در مقصدی خاص در کنار هم قرار می‌گیرد و زمانی که انتظارات گردشگران و جوامع محلی و ویژگی‌های محیط طبیعی یا فرهنگی منطقه باهم نیستند این ضرورت اهمیت بیشتری می‌یابد (ونگ^۴ و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۱۱). توجه به جاذبه‌های ناملموس و استفاده از این دارایی‌های فرهنگی می‌تواند بر پایداری گردشگری شهرهای اسلامی تأثیرگذار باشد. بر این اساس فرضیه چهارم تحقیق به این شکل صورت‌بندی شده است:

H4. جاذبه‌های ناملموس تأثیر معنی‌داری بر پایداری توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارد.
با توجه به مرور ادبیات موضوع، مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل (۱) نشان داده شده می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

هرناندز- ماگالون^۵ و همکاران (۲۰۱۸) در تحقیق مشابه دیگری ارتباط میان جاذبه‌های ناملموس همچون رویدادهای فرهنگی با تصویر از مقاصد گردشگری را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج تحقیق آنان نیز حاکی از آن بود که جاذبه‌های

^۱- Pulido-Fernández

^۲- Bramwell

^۳- Das & Chatterjee

^۴- Wang

^۵- Hernández-Mogollón

ناملموس به ترویج و توسعه تصویر مقاصد گردشگری کمک می‌کند. ایی^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی اصالت جاذبه‌های گردشگری و رابطه آن با وفاداری به مقصد پرداختند، و بر این نکته تأکید نمودند که در کنار جاذبه‌های ملموسی مانند معماری، ویژگی‌های ناملموس دیگری همچون فرهنگ‌عامه حاکم بر مقاصد گردشگری نیز در شکل‌گیری ادراک گردشگران از اصالت جاذبه‌ها تأثیرگذار است. آریا^۲ و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «جذابیت مقصد گردشگری به‌عنوان نگرشی که توسط گردشگران شکل می‌گیرد» به این نتیجه دست یافتند که جاذبه‌های گردشگری مقاصد، عاملی کلیدی و تعیین‌کننده در جذابیت مکان‌ها محسوب می‌شود. احمد (۲۰۱۳) در تحقیقی موانع توسعه گردشگری در شهر دارالسلام به عنوانی یکی از مقاصد گردشگری میراث فرهنگی اسلامی را مورد بررسی قرار داد. این تحقیق مشکلات زیست محیطی، جرم خیزی، از بین رفتن اصالت جاذبه‌ها و کمبود زیرساخت‌های گردشگری به عنوان موانع توسعه گردشگری میراث فرهنگی در شهر اسلامی دارالسلام معرفی نموده است.

استیری و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی جذابیت جاذبه‌های گردشگری را مورد بررسی قرار دادند. آنان در تحقیق خود که در جزیره کیش انجام شد نشان دادند که جذابیت جاذبه‌های گردشگری نقش مهمی در جذب گردشگران به مقاصد ایفا می‌کنند. حیدری چپانه و همکاران (۱۳۹۶) در تحقیق جاذبه‌های گردشگری شهری را مورد بررسی و ارزیابی قرار دادند. نتایج تحقیق آنان داد که جاذبه‌های گردشگری در شهرها برای ساکنان دارای اهمیت و ارزش قابل توجهی بوده و این ارزش سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان گردشگری شهری را ترغیب به تلاش در جهت توسعه-ی گردشگری پایدار شهری می‌نماید. زارع اشکذری و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله‌ای مرتبط با موضوع پژوهش، گردشگری فرهنگی یا میراثی که منبعی برای جاذبه‌های ناملموس محسوب می‌شوند را ابزاری دانسته‌اند که از طریق جذب بازدیدکنندگان خارج از جامعه میزبان به سمت جاذبه‌های تاریخی و میراثی مقصد، به رشد اقتصادی منجر می‌شود.

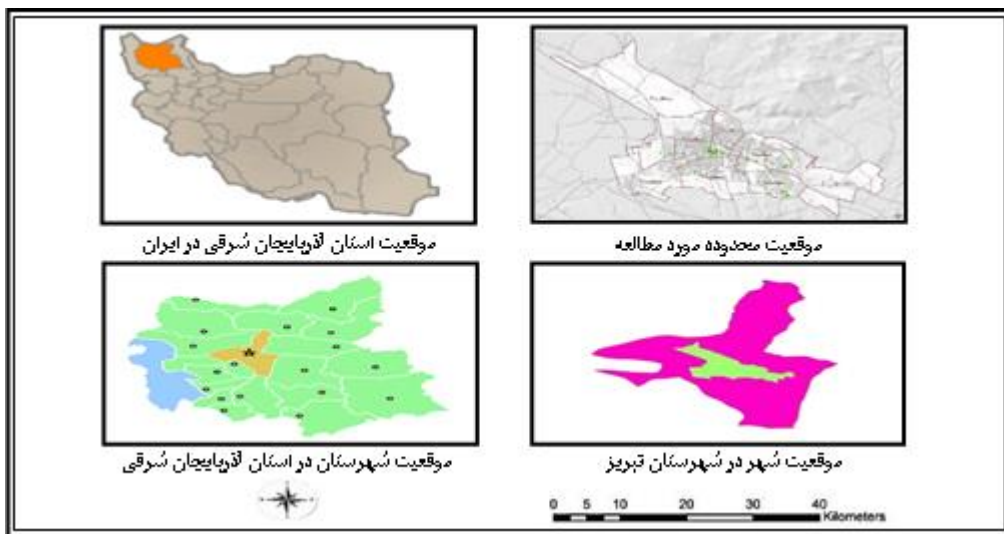
قلمرو مکانی

شهر تبریز یکی از شش شهر کلانشهر کشور و بزرگترین شهر منطقه شمال غرب به حساب می‌آید که مساحتی بالغ بر ۱۵۰ کیلومتر مربع را شامل شده و بر اساس سرشماری رسمی سال ۱۳۹۵ بیش از یک و نیم میلیون نفر جمعیت داشته است. این شهر با وسعتی حدود ۱۱۸۰۰ کیلومتر در قلمرو میانی خطه آذربایجان و در قسمت شرقی شمال دریاچه ارومیه و ۶۱۹ کیلومتری غرب تهران قرار دارد. تبریز به دلیل قرار گرفتن در مسیر شرق به غرب و آسیای میانه یکی از کانون‌های مهم سیاسی، اقتصادی، بازرگانی، و فرهنگی ایران بوده است. شهر تبریز، به علت مرکزیت استان و داشتن پیشینه و سابقه در مدنیت، از امکانات خوبی برخوردار است. بنابراین، الگوی فضای توریستی این شهر تحت تأثیر فضای تاریخی شهر قرار گرفته و بیشتر بخش مرکزی شهر را پوشش می‌دهد. براساس مصوبه شورای عالی معماری و شهرسازی ایران، تبریز یکی از شش شهر فرهنگی و تاریخی کشور به ثبت رسیده و از

^۱- Yi

^۲- Ariya

خاستگاه‌های کهن شهرنشینی و مدنیت در کشور است که میراث تاریخی و فرهنگی بسیار غنی آن پتانسیل بالایی برای غنای فرهنگی و گسترش گردشگری شهری دارد. وجود جاذبه‌های گردشگری و میراث فرهنگی عظیم باعث شد تا این شهر در سال ۲۰۱۸ به عنوان پایتخت گردشگری جهان اسلام انتخاب شود. از جاذبه‌های گردشگری این شهر می‌توان به بازار تبریز، موزه قاجار، باغ ائلی گلی، خانه مشروطه، مسجد کبود، موزه شهرداری، بازار فرش تبریز و کلیسای کاتولیک‌ها اشاره نمود.



نقشه شماره ۱. موقعیت محدوده مطالعه

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در این قسمت ارائه شده است. به این منظور ابتدا ویژگی‌های جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری در جدول (۱) ارائه شده است.

جدول ۱۲. ویژگی‌های جمعیت شناختی اعضای نمونه آماری

متغیرها	گروه‌ها	فراوانی مطلق	وضعیت تاهل	مجرد	اولین
جنسیت	مرد	۲۳۱	تاهل	۱۸۶	۱۲۳
	زن	۱۵۳		متاهل	۱۹۸
تحصیلات	دیپلم و پایین‌تر	۱۱۴	سن	کمتر از ۲۰	۵-۴
	لیسانس	۱۶۱		۲۰ تا ۳۰	بیشتر
	فوق لیسانس	۸۶	تعداد روزهای اقامات	۳۰ تا ۴۰	کمتر از ۳
	دکتری	۲۳		۴۰ تا ۵۰	۳ تا ۶
			بیشتر	۵۰ بیشتر	۷ و بیشتر
				۷۱	۸۳

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

مطابق جدول (۲)، که نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد، مقدار ضریب مسیر میان جاذبه‌های ناملموس با توسعه گردشگری شهری برابر با ۰/۶۵۳ است. از آنجا که مقدار T به دست آمده برای این ضریب، برابر با ۶/۵۶۷ است، به دلیل بیشتر بودن این مقدار از ۱/۹۶، نشان می‌دهد که در سطح اطمینان ۹۵ ضریب به دست آمده

معنادار است. به عبارت دیگر، جاذبه‌های ناملوس تاثیر معنی داری بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارد (تائید فرضیه اول تحقیق). همچنین با توجه به جدول (۲)، ضریب مسیر میان جاذبه‌های ناملوس گردشگری با ارزش و فواید ادراک شده برابر با $۰/۳۳۳$ است. و آماره T برای این رابطه برابر با $۴/۱۳۴$ و مقدار آن بالاتر از آستانه معناداری یعنی $۱/۹۶$ می‌باشد. بر اساس موارد مذکور می‌توان نتیجه گرفت که جاذبه‌های ناملوس تاثیر معنی‌داری بر ارزش و فواید ادراک شده از توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارد (تائید فرضیه دوم تحقیق). همچنین با عنایت به جدول (۲)، مقدار ضریب مسیر میان جاذبه‌های ناملوس با حمایت و مشارکت در توسعه گردشگری شهری برابر با $۰/۳۱۲$ است، به گونه‌ای که مقدار T این ضریب مسیر برابر با $۲/۲۲۹$ و بالاتر از آستانه معناداری یعنی $۱/۹۶$ است. لذا می‌توان نتیجه گرفت که جاذبه‌های ناملوس تاثیر معنی‌داری بر حمایت و مشارکت در توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارد (تائید فرضیه سوم تحقیق). مطابق جدول (۲)، مقدار ضریب مسیر میان جاذبه‌های ناملوس با پایداری توسعه برابر با $۰/۴۵۶$ است، به گونه‌ای که مقدار T این ضریب مسیر برابر با $۲/۷۵۶$ و بالاتر از آستانه معناداری یعنی $۱/۹۶$ است. لذا می‌توان نتیجه گرفت جاذبه‌های ناملوس تاثیر معنی‌داری بر پایداری توسعه گردشگری شهرهای اسلامی دارد (تائید فرضیه چهارم تحقیق).

جدول ۲. نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌های پژوهش	ضریب مسیر	t-value	نتیجه
H1. تاثیر جاذبه‌های ناملوس بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی	۰/۶۵۳	۶/۵۶۷	تائید
H2. تاثیر اصالت جاذبه‌های ناملوس بر ارزش و فواید ادراک شده	۰/۳۳۳	۴/۱۳۴	تائید
H3. تاثیر ارزش جاذبه‌های ناملوس بر حمایت و مشارکت	۰/۳۱۲	۲/۲۲۹	تائید
H4. تاثیر جذابیت جاذبه‌های ناملوس بر پایداری توسعه گردشگری	۰/۴۵۶	۲/۷۵۶	تائید

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۷

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

در سال‌های اخیر، جاذبه‌های گردشگری و نقش آن در مقاصد گردشگری شهری از سوی محققین متعددی به رسمیت شناخته شده است (برای مثال: ليو و همکاران، ۲۰۱۴؛ ۱۹۳؛ لیسک، ۲۰۱۶؛ ۳۳۷؛ لیسک، ۲۰۱۴؛ ۲۲۴). جاذبه‌های ناملوس گردشگری به دلیل ریشه‌های فرهنگی و بومی آن از قابلیت تاثیرگذاری بالایی بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی برخوردار بوده و فرصتی برای جذب گردشگران جویای تجارب اصیل در مناطق حاوی گنجینه‌های فرهنگی فراهم می‌سازد، که می‌تواند به توسعه گردشگری شهری و در نتیجه به منافع اقتصادی برای این شهرها منجر گردد (آندرس و دیمانچه، ۲۰۱۷؛ ۳۶۲). مبتنی بر این دیدگاه فرضیه اول تحقیق مبنی بر تاثیر معنی‌دار جاذبه‌های ناملوسی بر توسعه گردشگری شهرهای اسلامی طرح و با استفاده از تحلیل‌های آماری مورد آزمون و تائید قرار گرفت. بر این اساس می‌توان گفت که جاذبه‌های ناملوس می‌تواند به عنوان منبعی مهم جهت توسعه گردشگری در شهرهای اسلامی مورد توجه قرار گیرد.

همچنین در سال‌های اخیر محققین متعددی مفهوم فواید و ارزش ادراک شده از توسعه گردشگری را مورد بررسی قرار داده‌اند (برای مثال؛ نانکو و سو، ۲۰۱۵؛ ۴؛ سینکلیر و همکاران، ۲۰۱۵؛ ۳۹؛ لویز و همکاران، ۲۰۱۸؛ ۳۹؛ پارک و

همکاران، ۲۰۱۵: ۱۵). فواید ادراک شده ساکنان به انتظارات ذهنی افراد محلی از استفاده‌های شخصی برآمده از بازدید گردشگران اشاره داد (نانکو و سو، ۲۰۱۵: ۴) که در دو دسته مشخص اقتصادی-اجتماعی و فرهنگی خلاصه می‌شود (سینکلیر^۱ و همکاران، ۲۰۱۵: ۳۹). افراد محلی که فواید بیشتری درک می‌کنند، حمایت بیشتری از توسعه گردشگری پایدار گردشگری می‌کنند و حمایت آنان برای اجتناب از به مخاطره افکندن گردشگری پایدار، ضروری است (ریورا و همکاران، ۲۰۱۶: ۸). به دلیل هماهنگی و انطباق جاذبه ناملموس گردشگری با باورهای و ارزش‌های جوامع میزبان بخصوص در شهرهای اسلامی، استفاده از این جاذبه‌ها در گردشگری می‌تواند تاثیر مثبتی بر فواید ارزش ادراک شده ساکنان داشته باشد. مبتنی بر این دیدگاه فرضیه دوم تحقیق مبنی بر تاثیر معنی‌دار جاذبه‌های ناملموس بر ارزش و فواید ادراک شده از توسعه گردشگری شهرهای اسلامی طرح و با استفاده از تحلیل‌های آماری مورد آزمون و تائید قرار گرفت. بر این اساس می‌توان گفت که جاذبه‌های ناملموس می‌تواند ادراک ساکنان از فواید و ارزش توسعه گردشگری در شهرهای اسلامی را افزایش دهد. همچنین حمایت و مشارکت ساکنین به عنوان یکی از ابعاد توسعه گردشگری در قالب مطالعات مقاصد گردشگری شهری مورد توجه محققین متعددی بوده است (برای مثال لی، ۲۰۱۳: ۳۸؛ لوپز و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۹؛ لیو و همکاران، ۲۰۱۴: ۱۹۳). در بخش دیگری از این مطالعات حمایت و مشارکت ساکنان در قالب پایداری توسعه گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است (تولکاج و کینگ، ۲۰۱۵: ۳۸۸؛ لوپز و همکاران، ۲۰۱۸: ۳۹). مطالعات ذکر شده نشان داده‌اند ساکنانی که در طرح‌های گردشگری مشارکت می‌کنند از احتمال بیشتری جهت حمایت از توسعه گردشگری برخوردار هستند. مشارکت جامعه میزبان به عنوان میزان همکاری اعضای جامعه جهت برآوردن اهدافی که به نفع همه است، تعریف شده است (جعفر و همکاران، ۲۰۱۵). همچنین جعفر و همکاران (۲۰۱۵)، رسولیمش و همکاران (۲۰۱۵) مشارکت جامعه میزبان در توسعه مقاصد به این دلیل که به آنان اجازه کنترل بر فعالیت‌ها تاثیر گذار بر زندگی شان را داده و در نهایت آنان را از فواید توسعه گردشگری آگاه تر می‌سازد، مهم و کلیدی دانسته‌اند. بنابراین جاذبه‌های ناملموس می‌تواند مشارکت و حمایت ساکنان از توسعه گردشگری در شهرهای اسلامی را بیشتر نماید. مبتنی بر این دیدگاه فرضیه سوم تحقیق مبنی بر تاثیر معنی‌دار جاذبه‌های ناملموس بر حمایت و مشارکت ساکنان در توسعه گردشگری شهرهای اسلامی طرح و با استفاده از تحلیل‌های آماری مورد آزمون و تائید قرار گرفت. بر این اساس می‌توان گفت که اتکا بر جاذبه‌های ناملموس در توسعه گردشگری شهرهای اسلامی می‌تواند حمایت ساکنان از آن را بیشتر نموده به مشارکت بیشتر آنان در روند توسعه آن بیانجامد.

مفهوم پایداری نیز در بسیاری از تحقیقات گردشگری مورد توجه بوده و محققین متعددی این مفهوم را از زوایای مختلفی مورد بررسی قرار داده‌اند (برای مثال؛ آذنگو و همکاران، ۲۰۱۸: ۲۵۵؛ نیکرسون و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۷۳؛ شر و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۳۵؛ داس و چاترجی، ۲۰۱۵: ۵؛ وهو و چن، ۲۰۱۶: ۲۵). پایداری در گردشگری به معنی رفاه بلند مدت گردشگری از طریق پذیرش قابلیت‌های نسل‌های آینده برای تامین نیازهای آنان است (لی، ۲۰۱۳: ۳۸).

^۱ - Sinclair

توسعه پایدار در گردشگری سعی دارد تا منافع ذینفعان متعدد شامل گردشگران، کارآفرینان و جامعه میزبان را تامین نماید. با این وجود پیاده‌سازی توسعه پایدار در گردشگری با چالش‌های مختلفی همچون حمایت‌های متغیر و غیر قابل اطمینان از سوی ذینفعان آن روبرو بوده است (داس و چاترجی، ۲۰۱۵: ۵). توجه به میراث ناملموس گردشگری و تلاش برای مدیریت جاذبه‌های ناملموس در شهرهای اسلامی توانایی همگرایی منافع و انتظارات ذینفعان را داشته و می‌تواند تجارب مثبت و با ارزشی را برای بازدیدکنندگان و میزبانان تولید کند. هماهنگ با این دیدگاه فرضیه چهارم تحقیق مبنی بر تاثیر معنی‌دار جاذبه‌های ناملموس بر پایداری توسعه گردشگری شهرهای اسلامی طرح و با استفاده از تحلیل‌های آماری مورد آزمون و تأیید قرار گرفت. بر اساس یافته این فرضیه می‌توان گفت که اتکا بر جاذبه‌های ناملموس در مقاصد گردشگری شهری اسلامی به دلیل پیوند منافع عمومی اجتماع، که بر حفظ و ترویج ارزش‌های معنوی تاکید می‌کند با منافع مادی ذینفعان دیگر می‌تواند بر پایداری بیشتر گردشگری در این مقاصد کمک نماید.

بر اساس اهمیت جاذبه‌های ناملموس گردشگری و نیز با توجه به یافته‌های تحقیق، پیشنهاداتی جهت افزایش تاثیر این نوع از جاذبه‌ها در توسعه گردشگری شهرهای اسلامی ارائه می‌گردد؛

- انجام مطالعاتی برای شناسایی و برجسته ساختن میراث ناملموس با قابلیت تبدیل به جاذبه‌های گردشگری.
- تدوین استراتژی‌های بازاریابی و برندسازی جاذبه‌ها ناملموس گردشگری شهرهای اسلامی.
- تشکیل اتاق مطالعات و پاسداری از میراث و جاذبه‌های ناملموس در شهرهای اسلامی.
- استفاده از جاذبه‌های ناملموس اصیل در برنامه‌های گردشگری و معرفی آنان به مدیران تورها.
- ثبت ملی و جهانی جاذبه‌های ناملموس اصیل جهت حفاظت و جلب توجه رسانه‌های ملی و محلی.
- استفاده از آیین‌ها و مراسم‌های مذهبی در رویدادهای گردشگری به عنوان جاذبه‌های ناملموس ارزشمند.
- احداث موزه‌های مردم‌شناسی با اولویت دهی به معرفی جاذبه‌ها و میراث ناملموس اسلامی.
- استفاده از تشکل‌های مردم نهاد فعال در زمینه آیین‌های محلی و مذهبی در رویدادهای گردشگری ناملموس.
- احیای خانه‌های تاریخی و تبدیل آن‌ها به اقامتگاه‌ها و هتل‌های گردشگری.
- بازآفرینی محلات قدیمی و تاریخی با محوریت درآمدزایی از جاذبه‌های ناملموس و معنوی گردشگری.

منابع

- ستیری، مهرداد، رایج، حمزه، حسینی طولی، فرشید، (۱۳۹۷). ارائه مدلی برای سنجش جذابیت مراکز خرید در مناطق گردشگری (مورد مطالعه جزیره کیش). فصلنامه علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری. دوره ۶، شماره ۲۴.
- حیدری چیا، رحیم، راحلی، حسین، فاطمه. ۱۳۹۶. ارزیابی جاذبه‌های گردشگری شهری با روش ارزش‌گذاری مشروط (CVM) مطالعه موردی جاذبه شورابیل اردبیل. گردشگری شهری. ۴ (۱)، ۵۷-۷۰.
- زارع اشکذری، سیدمحمد، سقایی، محسن، موسوی، میرنجف، مختاری ملک‌آبادی، رضا. (۱۳۹۵). تحلیلی بر نقش جاذبه‌های میراث فرهنگی در توسعه و جذب گردشگری شهری در ایران مرکزی (مطالعه موردی: شهر یزد). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۸(۳)، ۴۰۷-۴۲۷.

- Adongo, C. A., Taale, F., & Adam, I. (2018). Tourists values and empathic attitude toward sustainable development in tourism. *Ecological Economics*, 150, 251-263.
- Ahmad, A. (2013). The constraints of tourism development for a cultural heritage destination: The case of Kampong Ayer (Water Village) in Brunei Darussalam. *Tourism Management Perspectives*, 8, 106-113.
- Andrades, L., & Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360-376.
- Ariya, G., Wishitemi, B., & Sitati, N. (2017). Tourism Destination Attractiveness as Perceived by Tourists Visiting Lake Nakuru Park, Kenya. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 3(4).13-1
- Boley, B. B., & McGehee, N. G. (2014). Measuring empowerment: Developing and validating the resident empowerment through tourism scale (RETS). *Tourism Management*, 45, 85-94.
- Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., Miller, G., (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the *Journal of Sustainable Tourism: looking back and moving forward*. *J. Sustain. Tour.* 25 (1), 1–9.
- Brida, J. G., Meleddu, M., & Pulina, M. (2012a). Factors influencing the intention to revisit a cultural attraction: The case study of the museum of modern and contemporary art in Rovereto. *Journal of Cultural Heritage*, 13, 167-174.
- Connell, J., Page, S. J., & Meyer, D. (2014). Visitor attractions and events: Responding to seasonality. *Tourism Management*, 46, 283-298.
- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., & Roemer, J. F. (2013). Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management Perspectives*, 8, 42-48.
- Das, M., Chatterjee, B., (2015). Ecotourism: a panacea or a predicament? *Tourism Management Perspectives* 14, 3–16 (<http://dx.doi.org/j.tmp.2015.01.002>).
- Fullerton, L., McGettigan, K., & Stephens, S. (2010). Integrating management and marketing strategies at heritage sites. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 108- 117.
- Hair, F., Ringle, M., & Sarstedt, M. (2011). PLS - SEM: Indeed a Silver Bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 19, No.
- Hernández-Mogollón, J. M., Duarte, P. A., & Folgado-Fernández, J. A. (2018). The contribution of cultural events to the formation of the cognitive and affective images of a tourist destination. *Journal of destination marketing & management*, 8, 170-178.
- Jaafar, M., Noor, S. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the lenggong world cultural heritage site. *Tourism Management*, 48, 154-163.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, M. J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527-540.
- Leask, A. (2016). Visitor attraction management: A critical review of research 2009–2014. *Tourism Management*, 57, 334-361.
- Leask, A., Fyall, A., & Garrod, B. (2013b). Managing revenue in Scottish visitor attractions. *Current Issues in Tourism*, 16(3), 240- 265.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34, 37-46.
- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., et al. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviours in communitybased ecotourism. *Tourism Management*, 41, 190-201.
- López, M. F., Virto, N. R., Manzano, J. A., & Miranda, J. G. (2018). Residents attitude as determinant of tourism sustainability: The case of Trujillo. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 36-45.
- Ma, M., & Hassink, R. (2013). An evolutionary perspective on tourism area development. *Annals of Tourism Research*, 41, 89-109.

- Matarrita-Cascante, D. (2010). Changing communities, community satisfaction, and quality of life: A view of multiple perceived indicators. *Social Indicators Research*, 98(1), 105-127.
- Mustafa, M. H., & Tayeh, S. N. (2011). The impacts of tourism development on the archaeological site of Petra and local communities in surrounding villages. *Asian Social Science*, 7(8), 88-96.
- Nickerson, N.P., Jorgenson, J., Boley, B.B., 2016. Are sustainable tourists a higher spending market? *Tour. Manag.* 54, 170-177.
- Nunkoo, R., & So, K. K. F. (2015). Residents' support for tourism: Testing alternative structural models. *Journal of Travel Research*, 5, 1-15.
- Otgaar, A. (2012). Towards a common agenda for the development of industrial tourism. *Tourism Management Perspectives*, 4, 86- 91.
- Packer, J., Ballantyne, R., Hughes, K., 2014. Chinese and Australian tourists' attitudes to nature, animals and environmental issues: implications for the design of nature-based tourism experiences. *Tour. Manag.* 44, 101-107.
- Palau-Saumell, R., Forgas-Coll, S., Sanchez-García, J., & Prats-Planagum a, L. (2012). Tourist behavior intentions and the moderator effect of knowledge of UNESCO World Heritage Sites: The case of La Sagrada Família. *Journal of Travel Research*, 52(3), 364- 376.
- Park, D. B., Nunkoo, R., & Yoon, Y. S. (2015). Rural residents' attitudes to tourism and the moderating effects of social capital. *Tourism Geographies*, 17(1), 112-133.
- Porto, S., Leanza, P., & Cascone, G. (2012). Developing interpretation plans to promote traditional rural buildings as built heritage attractions. *International Journal of Tourism Research*, 14(5), 421-436.
- Pulido-Fernández, J.I., Andrades-Caldito, L., Sánchez-Rivero, M., (2015). Is sustainable tourism an obstacle to the economic performance of the tourism industry? Evidence from an international empirical study. *J. Sustain. Tour.* 23 (1), 47-64.
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ramayah, T. (2015). A revised framework of social exchange theory to investigate the factors influencing residents' perceptions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 335-345.
- Rivera, M., Croes, R., & Lee, S. H. (2016). Tourism development and happiness: A residents' perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(1), 5-15.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B.D., McLennan, C.L.J., (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis. *J. Sustain. Tour.* 23 (4), 517-535.
- Sheng, C.-W., & Chen, M.-C. (2012). A study of experience expectations of museum visitors. *Tourism Management*, 33, 53-60.
- Sher, K.L., Bagul, A.H.B.P., Din, S.A.M., 2015. The influence of community attachment and community involvement towards resident's support on sustainable tourism development by mediating perceived benefits and perceived costs. *American-Eurasian J. Agric. Environ. Sci.* 15, 133-138.
- Sheresheva, M., & Kopiski, J. (2016). The main trends, challenges and success factors in the Russian hospitality and tourism market. *Worldwide Hospitality Tourism Themes*, 8(3), 260-272.
- Sinclair-Maragh, G., Gursoy, D., & Vieregge, M. (2015). Residents' perceptions toward tourism development: A factor-cluster approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4, 36-45.
- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J., & Szivas, E. M. (2014). Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts. *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Tang, C., & Tan, E. (2015). Does tourism effectively stimulate Malaysia's economic growth? *Tourism Management*, 46, 158-163.
- Tolkach, D., & King, B. (2015). Strengthening community-based tourism in a new resource-based island nation: Why and how? *Tourism Management*, 48, 386-398.
- Tugcu, C. T. (2014). Tourism and economic growth nexus revisited: A panel causality analysis for the case of the Mediterranean region. *Tourism Management*, 42, 207-212.

- Tugcu, C. T. (2014). Tourism and economic growth nexus revisited: A panel causality analysis for the case of the Mediterranean region. *Tourism Management*, 42, 207-212.
- UNESCO, Intangible cultural heritage and gender, 2015. [<http://www.unesdoc.unesco.org/images/0024/002434/243401e.pdf>].
- Wang, S., Zhou, L., Lee, S., & King, C. (2014). Analysis of residents' social identity, tourism engagement, and propensity for tourism advocacy. *Advances in Hospitality and Leisure*, 10, 109–129.
- Woo, E., Kim, H., & Uysal, M. (2015). Life satisfaction and support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 50, 84-97.
- Wu, S.-T., Chen, Y.-S., 2016. Examining eco-environmental changes at major recreational sites in Kenting National Park in Taiwan by integrating SPOT satellite images and NDVI. *Tour. Manag.* 57, 23–36.
- Yi, X., Lin, V. S., Jin, W., & Luo, Q. (2017). The authenticity of heritage sites, tourists' quest for existential authenticity, and destination loyalty. *Journal of Travel Research*, 56(8), 1032e1048.