



المقومات المجتمعية في دعم البرامج السياحية: دراسة تطبيقية على الإمارات باستخدام نموذج المعادلات الهيكلية

أ. د. مسعود عبدالله بدري*

د. سماء طاهر مرسي عطية**

ملخص:

يقوم هذا البحث بتطوير نموذج شامل للسياحة مبني على النظريات والدراسات الأدبية السابقة الخاصة بالسياحة والمتغيرات التي تؤثر في دعم الأنشطة والبرامج السياحية ونجاحهما. يقدم البحث عدة افتراضات، يتم التحقق منها باستخدام نموذج المعادلات الهيكلية. يفترض النموذج الشامل وجود تسعة محاور رئيسة تؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على مدى تقبل المجتمع للجهود الحثيثة في تطوير القاعدة السياحية. وهذه المحاور التسعة هي مدى القلق / الاهتمام المجتمعي (Community Concern)، والقيم البيئية للأفراد المقيمين والمواطنين (Economic Values)، ومدى استغلالهم للقاعدة السياحية بعد المواسم السياحية (Utilization of Tourism Resource Base)، ومدى الارتباط المجتمعي للأفراد المقيمين والمواطنين (Community attachment)، والمستوى الاقتصادي المحلي للدولة أو المدينة التي تقوم بتنظيم السياحة (Stat of Local Economy)، والمزايا الاقتصادية من العملية السياحية (Economic Benefits)، والمزايا والعوائد الاجتماعية (Social Benefits) والتكلفة الاجتماعية للعملية السياحية (Social Costs)، والمزايا والعوائد الثقافية والحضارية

* دكتوراه في إدارة العمليات والإنتاج، جامعة ميسيسيبي، الولايات المتحدة الأمريكية، عام ١٩٨٩م، وأستاذ إدارة العمليات والإنتاج، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الإمارات العربية المتحدة.

** مدرس إدارة الأعمال - التسويق، كلية الإدارة والاقتصاد والعلوم السياسية، الجامعة البريطانية، مصر.

للسياحة (Cultural Benefits). وتم تطبيق النموذج على الأفراد المواطنين والمقيمين في الإمارات، واحتوى النموذج المبدئي على ٣٤ مساراً بين المحاور المختلفة ومن ثم تمت صياغة الفرضيات لها. أما النموذج النهائي الذي تم اختباره بنموذج المعادلات الهيكلية مع الاستعانة بعدد كبير من الاختبارات السيكمومترية في سبيل إعطاء النموذج صفة الاعتمادية والمصادقية، فقد احتوى على ١٨ مساراً، وضعت لها فرضيات مسبقة تم اختبارها. واحتوى النموذج أيضاً على ٣ مسارات أخرى لم يتم تصور فرضيات لها، وهذه المسارات الإضافية وضّحت طبيعة التفاعل بين المحاور التي عُنيت بالعوائد والتكاليف. وتشير نتائج الدراسة إلى وجود تأثيرات مباشرة لهذه المحاور على محور "الدعم المجتمعي للسياحة". فقد كان هناك تأثير مباشر لمحاور "الارتباط المجتمعي" و "استغلال الموارد والبنى التحتية" و "العوائد الاقتصادية" و "العوائد الاجتماعية" و "العوائد الثقافية" و "التكاليف الاجتماعية" و "التكاليف الثقافية"، وأخيراً "الوضع الاقتصادي". وتقدم الدراسة مجموعة من التوصيات لمتخذي القرارات وواضعي السياسات السياحية مبنية على نتائج الدراسة. وتظهر الدراسة أيضاً وجود عدة علاقات متداخلة بين هذه المحاور بعضها مع بعض. وتقدم الدراسة أيضاً ملخصاً إحصائياً لمستوى المتغيرات بشكل تفصيلي في مجتمع الإمارات العربية المتحدة.

مقدمة:

إنه غاية في الأهمية أن تتعرف الحكومات المحلية المقومات التي تدعم موقف المواطنين والمقيمين في دولها أو تؤثر في هذا الموقف تجاه نجاح البرامج السياحية أو فشلها. ولعل أهمية تعرف أفضل لهذه المقومات يؤثر بشكل مباشر على استمرار نجاح هذه البرامج السياحية التي تعتمد اعتماداً رئيساً على دعم المجتمع لها. وتعرف نوعية هذا الدعم والمتغيرات التي تؤثر فيها يعتبر أساسياً أيضاً لمتخذي القرار سواء على المستويات الحكومية العليا أم بالنسبة للمنشآت التجارية التي تنتعش من ثم بوجود هذه البرامج السياحية [Wickens and Briedenhann, 2004; Gursoy and Rutherford, 2004; Mason and Cheyne, 2000; Koster and Randall, 2005].

ولعل عدم تقبل المواطن أو المقيم للبرامج السياحية قد يؤدي إلى أن يكون غير مرحب بهذه الفكرة، ومن ثم يترك ذلك أثره السلبي على مدى نجاحها من الناحية الاقتصادية والفنية [Yoon et al., 2001; Jones and Munday, 2004; Amador, 2005; Aradhyula and Tronstad, 2003; Stoeckl et al., 2006].

وعلى الرغم من أن معظم الدراسات التي عنيت بالمقيمين وموقفهم تجاه السياحة بنيت على أسس نظرية ووصفية، فإن بعض الباحثين حاول تناول الموضوع من خلال افتراض إطار عام للمشكلة من خلال الخلفيات الأدبية المختلفة وتطبيق الإطار واختباره في دراسات ميدانية. ولعل معظم الدراسات تناولت المشكلة بالتركيز على العوامل الاجتماعية من خلال نظريات ترتبط بعلم الاجتماع إلا أن بعض الدراسات حاولت تقديم إطار شامل لعوامل أخرى اقتصادية وسياسية وبيئية وديموغرافية. ويرى بعض الباحثين أن السبب الأساسي لانخراط المجتمع بشكل مباشر في الأنشطة والبرامج السياحية يكمن في إيمانهم بالعوائد المختلفة التي قد تجرّ عليهم هذه البرامج والأنشطة مع الأخذ في الحسبان التكاليف الناتجة [Allen et al., 1993].

أولاً - أهمية الدراسة:

تعتبر السياحة مصدراً مهماً من خلال مساهماتها في الدخل القومي للإمارات وبخاصة إمارة دبي، وفي تقرير للجمعية العالمية للسفر والسياحة (WTTC) رأّت الجمعية أن الطلب على السياحة في الإمارات في تزايد سنوي بمقدار (٣,٢٪)، وأن مجمل الاستثمار في قطاع السياحة خلال عام ٢٠٠٥م بلغ ٧٤,٧ مليار درهم (نحو ٢٠,٣ مليار دولار). ويرى التقرير أن مجمل مصروفات السياح في ٢٠٠٥م بلغ نحو (٦,٤ مليار درهم). وأن هذه المصروفات يتوقع أن تنمو سنوياً بمقدار (٧,٢٪) لتصل إلى (١٥,٨ مليار درهم) في نهاية العقد الحالي. ويضيف التقرير أن القطاع السياحي استحوذ على (٢٣٩٠٠) من الأيدي العاملة خلال (٢٠٠٥م)، أي ما نسبته (١,٦٪) من إجمالي الأيدي العاملة. ولكن التقرير يضيف أنه في حالة اعتبار مجمل الأيدي العاملة في

القطاعات التي ترتبط مباشرة أو غير مباشرة بالقطاع السياحي في الإمارات سيكون مجمل الأيدي العاملة في هذا القطاع (١٧٤٠٠٠) أو ما نسبته (١١,٨٪) من مجمل الأيدي العاملة. وبالطبع فإن هناك حاجة إلى الدراسات التي تتعرف السياحة في الإمارات ومقومات نجاحها؛ وذلك لرسم السياسات والإستراتيجيات السياحية للمستقبل.

ثانياً – الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تركز على أهمية الدعم المجتمعي في نجاح البرامج السياحية. ومعظم الدراسات ركزت - بشكل أساسي - على مدى تأثير هذا الدعم المجتمعي في نجاح البرنامج السياحي [Besculides et al., 2002; Perez and Nadal, 2005; Ridley, 1995; MacKay and Campbell, 2004]

وبعض الدراسات ركز على التأثير الاقتصادي [Getz, 1986; Liu, et al., 1978; Wickens and Briedenhann, 2004; Amador, 2005; Aradhyula and Tronstad, 2003; Koster and Randall, 2005]، والبعض الآخر ركز على التأثير الثقافي [Besculides et al., 2002; Kyriakidou and Gore, 2005]، في حين ركزت دراسات على التأثير الاجتماعي [Brunt and Courtney, 1999; Mason and Cheyne, 2000; Amador, 2005]، بينما ركزت دراسات أخرى على التأثير البيئي [Liu et al, 1987; Mason and Cheyne, 2000; Tsaur et al., 2006; Amador, 2005; Turton, 2005].

ولقد لوحظ في الآونة الأخيرة تركيز الاهتمامات البحثية على اختبار ومعاينة العوامل التي من الممكن أن تؤثر على هذه المؤثرات المختلفة والتي من ثم تنعكس بدورها وبشكل ما على مدى نجاح البرامج السياحية. ويمكن تلخيص بعض العوامل هذه على النحو التالي:

- مدى الارتباط المجتمعي للمواطنين والمقيمين والفترة الزمنية لإقامتهم في المدينة أو الدولة [Lankford, 1994; Amador, 2005].

- مستوى انخراط المواطن والمقيم في البرامج والأنشطة السياحية [Keogh, 1990].
 - مدى معرفة المواطن والمقيم عن السياحة وإلمامهما بالمستوى الاقتصادي للمدينة أو الدولة [Pizam & Milman, 1986; Wickens and Briedenhann, 2004].
 - مدى الاعتماد الشخصي للمواطن أو المقيم على الأنشطة والبرامج السياحية [Liu and Var, 1986].
 - مدى التقارب الجغرافي للمواطن أو المقيم مع المراكز التي تقام عليها الأنشطة السياحية في المدينة [Sheldon, 2001].
 - العوامل والمواصفات الاجتماعية والديموغرافية للمواطن والمقيم [William and Lawson, 2001; Perez and Nadal, 2005; Mason and Cheyne, 2000; Haber and Reichel, 2005; Amador, 2005].
 - المواصفات والموارد والبنى السياحية للمجتمع [Mansfeld, 1992; Jones and Munday, 2004].
 - نوع البرامج السياحية المقدمة [Ritchie, 1988; Mason and Cheyne, 2000].
 - مدى احتكاك المواطن والمقيم مع السياح [Akis et al, 1996; Jones and Munday, 2004; Stoeckl et al., 2006].
- وعلى الرغم من أن معظم الدراسات السابقة هي دراسات وصفية فإن العدد القليل منها تعمق بشكل أكثر، وقام بإجراء اختبارات إحصائية لتعرف مستوى العلاقة بين العوامل والمؤثرات، حيث قدمت بعض الدراسات اختبارات للعلاقة بين بعض المواصفات الفردية والديموغرافية في المجتمع مع مقدار الدعم المقدم من المجتمع لبرامج السياحة [Williams and Lawson, 2001].
- واقترح بعض الباحثين نماذج "اجتماعية" شملت العديد من العوامل التي قد تؤثر على مدى تقبل الفرد في المجتمع للأنشطة السياحية [Jurowski et al., 1997; Wickens and Briedenhann, 2004; Mason and Cheyne, 2000; Jones

and Munday, 2004; Haber and Reichel, 2005; MacKay and Campbell, 2004; Stoeckl et al., 2006). وافترض هؤلاء الباحثون وجود أربعة عوامل رئيسية تؤثر على الموقف المجتمعي من البرامج والأنشطة السياحية. وهذه العوامل الأربعة هي مدى فهم المجتمع للعائد الاقتصادي للبرامج، ومدى استقلال الموارد والبنية السياحية لاحقاً، ومدى ارتباط الفرد بالمجتمع الذي يقيم فيه، وأخيراً مدى إدراك الفرد لمفهوم التأثير البيئي للسياحة والمحافظة على البيئة الطبيعية.

وفي دراسة تالية [Gursoy et al., 2002] قام الباحثون بتطوير النموذج السابق بالاستفادة من النتائج المستمدة من الدراسات السابقة، وباقتراح نموذج تفصيلي يقوم بالتفريق بين العوائد من جهة وتكاليف هذه البرامج والأنشطة السياحية من جهة أخرى، وذلك بحسب إدراك الفرد في المجتمع لتوقعاتهم للعوائد والتكاليف هذه. وخلال النموذج الذي تم تطويره قام هؤلاء الباحثون بإضافة عوامل ومتغيرات أخرى مثل الوضع الاقتصادي للمدينة ومستوى اهتمام المجتمع ودعمه لهذه الأنشطة والبرامج السياحية.

وفي محاولة تعتبر هي الأحدث قام الباحثان [Gursoy and Rutherford, 2004] بربط نموذج [Jurowski et al., 1997] مع نموذج [Gursoy et al, 2002]؛ وذلك لتقديم نموذج أشمل من النماذج والطروحات السابقة، وذلك من خلال تقسيم مدى إدراك المجتمع لأهمية هذه الأنشطة والبرامج السياحية إلى خمسة محاور رئيسية، هي: محور العائد الاقتصادي، ومحور العائد الاجتماعي، ومحور التكاليف الاجتماعية، ومحور العائد الثقافي، وأخيراً محور التكاليف الثقافية. وقام الباحثان من ثم باختبار النموذج باستخدام المعادلات الهيكلية. ويقدم الشكل رقم (١) الإطار العام المقترح في تلك الدراسة، وهو يعتبر أيضاً أساساً للدراسة الحالية.

ثالثاً - مشكلة الدراسة:

يمكن صياغة طبيعة مشكلة الدراسة في عدة أسئلة، أهمها:

١ - هل توجد تأثيرات مباشرة على الدعم المجتمعي للسياحة؟

- ٢ - هل يتقبل المجتمع السياحة وعوائدها؟
- ٣ - هل يوجد اهتمام بأهمية السياحة؟
- ٤ - هل تتأثر القيم البيئية للأفراد المقيمين والمواطنين بالسياح؟
- ٥ - هل لدى المواطن إدراك بأن السياحة تؤدي إلى تحسين الأوضاع الاقتصادية؟
- ٦ - ما المزايا الاقتصادية من العملية السياحية؟
- ٧ - ما التكلفة الاجتماعية للأنشطة السياحية؟
- ٨ - ما العوائد الاجتماعية للمجتمع من جراء الأنشطة السياحية؟
- ٩ - ما العوائد الثقافية والحضارية للسياحة؟
- ١٠ - ما مدى قلق الأفراد في المجتمع من الأنشطة السياحية؟
- ١١ - هل يتأثر تقبل المجتمع/السكان للسياحة على مدى استفادتهم من الموارد والبنية التحتية؟

رابعاً - أهداف الدراسة:

قدمت بعض الدراسات نماذج نظرية وقامت باختبارها لاستيضاح العلاقة بين هذه العوامل والمؤثرات [Gursoy et al., 2002; Linelberg and Johnson, 1997; Jurowski et al, 1997; Stoeckl et al., 2006] [Gursoy and Rutherford, 2004] إطاراً متكاملاً للمقومات المجتمعية لدعم الأنشطة السياحية مؤلفة بشكل أساسي من تسعة محاور عامة. وقام الباحثان باختبارات عديدة للإطار باستخدام طرق سيكومترية متقدمة. وتحاول الدراسة الحالية الاستعانة بالإطار المقترح هذا وتطويره بشكل مناسب ليتلاءم مع بيئة التطبيق في الإمارات. وسوف تحاول الدراسة أيضاً مراجعة الدراسات السابقة في المجال لصياغة النموذج الحالي واختباره في البيئة السياحية في الإمارات. ويمكن تلخيص أهداف الدراسة على النحو التالي:

- ١ - تطوير نموذج نظري شامل ومتكامل للدعم المجتمعي للأنشطة والبرامج السياحية في الإمارات معتمدين على الدراسات السابقة في هذا المجال بشكل عام وعلى دراسة كل من [Gursoy and Rutherford, 2004] بشكل

خاص؛ وذلك لدراسة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للعوامل والمقومات الرئيسية لمستوى الدعم المجتمعي للسياحة.

- ٢ - اختبار النموذج النظري المقترح باستخدام نموذج المعادلات الهيكلية.
- ٣ - اختبار مدى قوة العلاقات المختلفة وكذلك اتجاه التأثير من عامل إلى آخر.
- ٤ - تعرف مستوى الدعم المجتمعي (المواطنين والمقيمين) للبرامج والأنشطة السياحية في الإمارات، وكذلك مستوى إدراكهم ومواقفهم تجاه المتغيرات التي تكون بمنزلة محاور للنموذج الحالي.

خامساً - فرضيات الدراسة:

يتضح من المراجعات الأدبية السابقة وجود علاقات يمكن اختبارها إحصائياً بين المحاور المفترضة لنموذج الدعم السياحي. وهذا يعني صياغة الفروض المناسبة لها. الجدول رقم (١) يوضح هذه الفرضيات من خلال الأسهم التي تربط محوراً مع محور آخر. ويتضح من الجدول وجود خمس مجموعات رئيسية لهذه الفرضيات. تمثل المجموعة الأولى من الفرضيات (الفرضية H1 إلى H10) العلاقة التي تربط محور "الدعم المجتمعي للسياحة" مع المحاور العشرة الأخرى في الدراسة.

أما المجموعة الثانية من الفرضيات [الفرضيات H11 إلى H16] فتتمثل العلاقة بين محور "الارتباط المجتمعي" مع المحاور الأخرى، في حين تمثل المجموعة الثالثة [الفرضيات H17 إلى H22] العلاقة المفترضة بين محور "القلق المجتمعي" والمحاور الأخرى.

أما المجموعة الرابعة من الفرضيات [الفرضيات H23 إلى H28] فتتمثل نوعية العلاقة بين محور "القيم البيئية" والمحاور الأخرى في النموذج المقترح. وأخيراً، فإننا نلاحظ وجود مجموعة من الفرضيات [الفرضيات H29 إلى H34]، وهي تمثل العلاقة بين محور "استغلال مرافق وبنى السياحة" والمحاور الأخرى.

ويمكن الاطلاع على الفرضيات من خلال الجدول رقم (١)، فعلى سبيل المثال نلاحظ أن الفرضية الأولى (H1) تفترض وجود علاقة موجبة ومباشرة بين محور "الارتباط المجتمعي" للفرد المواطن والمقيم في الإمارات ومدى دعم هذا الفرد للأنشطة والبرامج السياحية. ونلاحظ وجود افتراضات عكسية أيضاً في الجدول فعلى سبيل المثال، الفرضية (H16) تقترح وجود علاقة عكسية بين "الارتباط المجتمعي" وبين "الوضع الاقتصادي"؛ أي أن تقدير الفرد المواطن والمقيم في الإمارات للوضع الاقتصادي المحلي هو الذي يؤثر على مدى ارتباطه بمجتمع الإمارات.

الجدول رقم (١) فرضيات الدراسة

رقم الفرضية	نوع العلاقة المفترضة بين محورين	المحور الأول	المحور الثاني
H1	موجبة ومباشرة	الارتباط المجتمعي	الدعم المجتمعي للسياحة
H2	سالبة ومباشرة	القلق المجتمعي	الدعم المجتمعي للسياحة
H3	سالبة ومباشرة	القيم البيئية	الدعم المجتمعي للسياحة
H4	موجبة ومباشرة	الاستفادة من المرافق	الدعم المجتمعي للسياحة
H5	موجبة ومباشرة	الوضع الاقتصادي	الدعم المجتمعي للسياحة
H6	موجبة ومباشرة	العوائد الاقتصادية	الدعم المجتمعي للسياحة
H7	موجبة ومباشرة	العوائد الاجتماعية	الدعم المجتمعي للسياحة
H8	موجبة ومباشرة	العوائد الثقافية	الدعم المجتمعي للسياحة
H9	سالبة ومباشرة	التكاليف الاجتماعية	الدعم المجتمعي للسياحة
H10	سالبة ومباشرة	التكاليف الثقافية	الدعم المجتمعي للسياحة
H11	موجبة ومباشرة	الارتباط المجتمعي	العوائد الاقتصادية
H12	موجبة ومباشرة	الارتباط المجتمعي	العوائد الاجتماعية

تابع / الجدول رقم (١) فرضيات الدراسة

رقم الفرضية	نوع العلاقة المفترضة بين محوريين	المحور الأول	المحور الثاني
H13	موجبة ومباشرة	الارتباط المجتمعي	العوائد الثقافية
H14	سالبة ومباشرة	الارتباط المجتمعي	التكاليف الاجتماعية
H15	سالبة ومباشرة	الارتباط المجتمعي	التكاليف الثقافية
H16	عكسية ومباشرة	الارتباط المجتمعي	الوضع الاقتصادي
H17	موجبة ومباشرة	القلق المجتمعي	العوائد الاقتصادية
H18	موجبة ومباشرة	القلق المجتمعي	العوائد الاجتماعية
H19	موجبة ومباشرة	القلق المجتمعي	العوائد الثقافية
H20	سالبة ومباشرة	القلق المجتمعي	التكاليف الاجتماعية
H21	سالبة ومباشرة	القلق المجتمعي	التكاليف الثقافية
H22	عكسية ومباشرة	القلق المجتمعي	الوضع الاقتصادي
H23	موجبة ومباشرة	القيم البيئية	العوائد الاقتصادية
H24	موجبة ومباشرة	القيم البيئية	العوائد الاجتماعية
H25	موجبة ومباشرة	القيم البيئية	العوائد الثقافية
H26	سالبة ومباشرة	القيم البيئية	التكاليف الاجتماعية
H27	سالبة ومباشرة	القيم البيئية	التكاليف الثقافية
H28	عكسية ومباشرة	القيم البيئية	الوضع الاقتصادي
H29	موجبة ومباشرة	استغلال المرافق	العوائد الاقتصادية
H30	موجبة ومباشرة	استغلال المرافق	العوائد الاجتماعية
H31	موجبة ومباشرة	استغلال المرافق	العوائد الثقافية
H32	سالبة ومباشرة	استغلال المرافق	التكاليف الاجتماعية
H33	سالبة ومباشرة	استغلال المرافق	التكاليف الثقافية
H34	عكسية ومباشرة	استغلال المرافق	الوضع الاقتصادي

سادساً - تصميم أسلوب الدراسة:

تم تصميم أسلوب الدراسة في هذا البحث على نوعين، هما:
الدراسة المكتبية: استعان الباحثان في الدراسة المكتبية بتجميع المعلومات بشأنها من خلال الاطلاع على العديد من المراجع والبحوث العلمية المتنوعة المتصلة بموضوع البحث، إلى جانب أهم الموضوعات المنشورة بالدوريات العلمية التي لها اتصال بموضوع الدراسة.

الدراسة الميدانية: شملت الدراسة الميدانية ما يلي:

(أولاً) إعداد قائمة استبانة: شملت مجموعة من الأسئلة لتجميع معلومات بشأن المتغيرات والمحاور المتصلة بنموذج الدراسة، وغيرها من المعلومات الأخرى التي لها اتصال بموضوعات البحث.

(ثانياً) مجتمع الدراسة: يشمل مجتمع الدراسة كلاً من المواطنين والمقيمين في مختلف مدن الإمارات - المبينة بعد - وقرين كل منها، وحجم مفردات المجتمع ونسبته في كل مدينة، كما هو مبين في الجدول رقم (٢):

الجدول رقم (٢)

المواطنون والمقيمون في مختلف مدن الإمارات

ذكور وإناث للأعمار ما بين ٢٣-٥٤

النسبة المئوية	مفردات المجتمع			المدينة
	المجموع	إناث	ذكور	
٣٤,٣٪	١,٢٩٢,١١٩	٤٤٢,٠٥٠	٨٥٠,٠٦٩	أبوظبي
٣١,٩٪	١,٢٠٠,٣٠٩	٣١٩,٢٨٧	٨٨١,٠٢٢	دبي
١٩,٢٪	٧٢٤,٨٥٩	٢٥١,٢٠٦	٤٧٣,٦٥٣	الشارقة
٥,٠٪	١٨٩,٨٤٩	٦٩,٥٥٩	١٢٠,٢٩٠	عجمان
١,٢٪	٤٥,٧٥٦	١٧,٩٤٠	٢٧,٨١٦	أم القيوين
٥,٢٪	١٩٧,٥٧١	٧٦,٨٣٠	١٢٠,٧٤١	رأس الخيمة
٣,٢٪	١١٨,٦١٧	٤٥,١٦٥	٧٣,٤٥٢	الفجيرة
١٠٠٪	٣,٧٦٩,٠٨٠	١,٢٢٢,٠٣٧	٢,٥٤٧,٠٤٣	المجموع
	٪١٠٠	٪٣٢,٤	٪٦٧,٦	

(ثالثاً) عينة الدراسة: تم استخدام طريقة العينة الطبقية العشوائية، وهي موزعة بالنسبة التناسب بين المدن تبعاً لحجم مفردات كل مدينة في مجتمع الدراسة، وهي كما يتضح في الجدول رقم (٣):

الجدول رقم (٣)
حجم العينة تبعاً لكل مدينة

المدينة	النسبة	حجم العينة
أبوظبي	٣٥,٢٪	١٤٧٥
دبي	٣٤,٢٪	١٤٣٦
الشارقة	١٥,١٪	٦٣٣
عجمان	٢,٣٪	٩٨
أم القيوين	١,٥٪	٦٢
رأس الخيمة	٨,٨٪	٣٧١
الفجيرة	٢,٩٪	١٢٠
المجموع	١٠٠٪	٤١٩٥

(رابعاً) طريقة توزيع قائمة الاستبانة: تم الاستعانة بفريق من الباحثين الشباب حيث عينوا خصيصاً لهذه المهمة. قام هذا الفريق بتوزيع قائمة الاستبانة، وتجميعها من خلال وجوده في مراكز التسويق المنتشرة في البلاد - السابق الإشارة إليها - حيث وزعت ١١٤٠٠ قائمة استبانة على كل من المدن - كما يتضح في الجدول السابق - وتم الحصول على ٤١٩٥ قائمة استبانة فقط من قوائم الاستبانة بنسبة ٣٦,٨٪. وكانت هذه النسبة متوقعة حيث إن إجمالي عدد المواطنين في الإمارات لا يتعدى ١٩٪ من إجمالي السكان بينما يشكل المقيمون داخل البلاد النسبة الباقية ٨١٪ من إجمالي سكان الإمارات. ومن ثم، فإن الحصول على مشتركين مقيمين أسهل نسبياً من الحصول على مشتركين مواطنين (Central Intelligence Agency)

سابعاً - نموذج الدراسة:

سنقوم من خلال الدراسة الحالية باختبار النموذج العام المقترح والموضح في الشكل رقم (١)، ولكن بعد تطوير بعض المحاور فيه، وإجراء دراسات الاعتمادية والمصادقية على كل محور على حدة لتعرف المتغيرات المناسبة لكل محور، ومن ثم تطوير النموذج بشكل يناسب طبيعة البيانات الحالية وخواص عينة الدراسة. ويلاحظ من الشكل وجود خمسة محاور تأثير مختلفة، بالإضافة إلى المستوى الاقتصادي لمجتمع البحث، وهي تمثل المقومات الرئيسية التي تؤثر في مدى الدعم المجتمعي الناتج للأنشطة والبرامج السياحية.

ويلاحظ من خلال الشكل رقم (١) افتراض وجود علاقة بين بعض هذه المحاور من جهة ومدى "القلق" الذي يساور أفراد المجتمع من هذه الأنشطة والبرامج من جهة أخرى. أما نوعية هذا "القلق" فيعتمد على مستوى الانتماء العاطفي للفرد في المجتمع، ومستوى حساسية الأفراد للتأثير البيئي لهذه الأنشطة، ومدى شعورهم بقدرتهم على الاستفادة المثلى للموارد والبيئة السياحية التي تعود إليهم، ومن ثم لكي يستفيدوا منها خلال المواسم السياحية أو بعدها. ويوضح النموذج أيضاً أن المستوى الاقتصادي للمدينة أو الدولة يؤثر بشكل مباشر على مقدار الدعم المجتمعي للأنشطة السياحية. وسوف نقوم في القسم التالي من هذا البحث بتقديم المبررات النظرية والأدبية للمحاور والمتغيرات المختلفة في النموذج المقترح، ومن ثم طرح فرضيات الدراسة التي توضح طبيعة العلاقات بين هذه المحاور.

ثامناً - متغيرات النموذج المقترح:

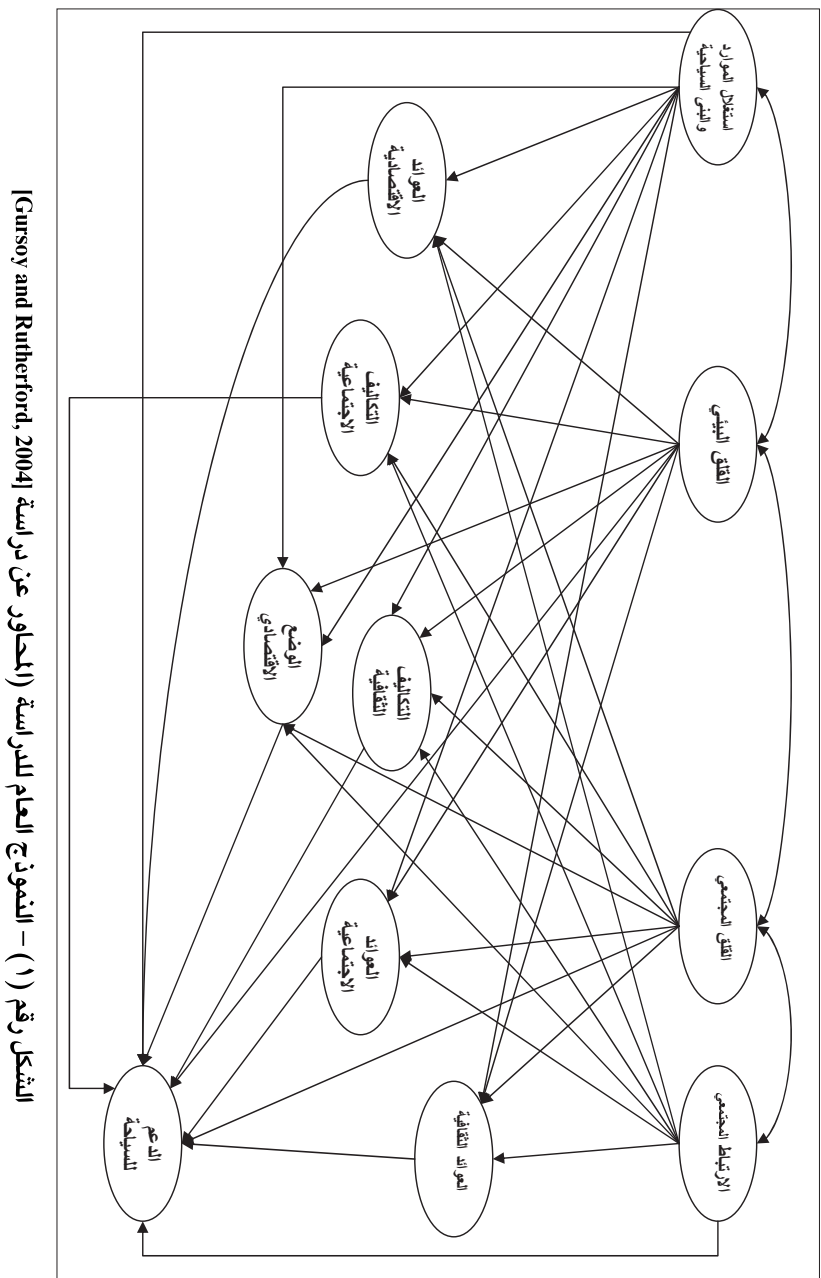
(١) العوائد الاقتصادية:

المحور النهائي في النموذج المبين في الشكل رقم (١) هو المحور الذي يمثل مدى الدعم المجتمعي لأنشطة السياحة وبرامجها. ويمكن اعتبار هذا المحور بأنه "المتغير المستقل"، في حين يمكن اعتبار باقي المحاور في النموذج بمنزلة "المتغيرات التابعة" [Gursoy and Rutherford, 2004]. ويعتمد

النموذج بشكل رئيسي على النظرية الاجتماعية التي تفترض أن المجتمع سيقوم بدعم الأنشطة السياحية في المدينة إذا تولد لديها الشعور بأن العائد الاقتصادي منها أعلى من التكاليف المترتبة على تنظيمها.

وحيث إن معظم أفراد المجتمع يعتبرون السياحة أداة أو وسيلة للتطور الاقتصادي [Keogh, 1990; Hampton, 2005; Wickens and Briedenhann, 2003; Aradhyula and Tronstad, 2004]، فإنه ليس من الغريب أن نرى معظم نتائج الدراسات السابقة تشير إلى وجود مواقف إيجابية للمجتمع تجاه السياحة وأنشطتها [Anderk and Vogt, 2000; Mason and Cheyne, 2000] ولكن هناك - بالطبع - عدد محدود من الدراسات التي لوحظ فيها شعور سلبي لأفراد المجتمع تجاه السياحة [Johnson et al., 1994, Pizam, 1978; Perez and Nadal, 2005; Desbiolles, 2006]. ويرى هؤلاء أن الشعور السلبي نابع من رغبة هؤلاء الأفراد بتجنب العواقب الاجتماعية السلبية التي قد تأتي من السياحة الخارجية [Change, 1980]، أو العواقب البيئية السلبية [Knopp, 1980; Mason and Cheyne, 2000; Turton, 2005] أو مع صعوبة إدارة الموارد الخاصة بالسياحة [O'Leary, 1976; Haber and Reichel, 2005].

يلاحظ من الشكل رقم (١) وجود ستة محاور رئيسية، تمثل نقاط الوصل بين المحاور الخارجية والمحور (أو المتغير) الموضح في النموذج، وهو محور الدعم المجتمعي. وهذه المحاور الستة هي العوائد الاقتصادية، والتكاليف الاجتماعية، والعوائد الاجتماعية، والتكاليف الثقافية، والمستوى الاقتصادي المحلي في المدينة (أو الدولة). وهناك العديد من الدراسات التي تشير إلى أن التوقعات من الفوائد الاقتصادية الناتجة من السياحة من أهم الأسباب التي تجعل المدن تركز جهودها عليها [Akis et al, 1996; Richie, 1988; Walpole and Goodwin, 2000; Jones and Munday, 2004; Aradhyula and Tronstad, 2003; Koster and Randall, 2005].



الشكل رقم (١) – النموذج العام للدراسة (المحاور عن دراسة Gursoy and Rutherford, 2004)

وتشير بعض الأبحاث إلى شعور المجتمع المحلي بأن السياحة يمكن أن تولد فرصاً للعمل لدى المجتمع المحلي [Tosun, 2002; Mason and Cheyne, 2000] وأن تجلب الاستثمار الخارجي إلى المدينة [Sethna and Richmond, 1978] وأن تخلق فرصاً جديدة للتجارة الداخلية للمنشآت ذات الحجم الصغير – Small Business [Davis et al, 1988; Jones and Munday, 2004] وأن تجلب العوائد للحكومات المحلية القائمة على الأنشطة السياحية [Jurowski et al., 1997]. وبشكل ملخص، فإننا نلاحظ أن معظم الدراسات التي عنيت باختبار العلاقة بين الأنشطة السياحية والعوائد الاقتصادية المرتقبة تشير إلى وجود علاقات إيجابية.

(٢) العوائد أو التكاليف الاجتماعية والثقافية:

هناك العديد من الدراسات التي عنيت باختبار العلاقة بين مدى إدراك الفرد في المجتمع وتوقعاته للعوائد الاجتماعية من جراء الأنشطة السياحية وبين مدى دعمه لهذه الأنشطة. ولكن الدراسات هذه توصلت إلى نتائج ومؤشرات متضاربة لهذه العلاقة؛ حيث إن العديد من الدراسات ترى أن هناك تأثيراً سلبياً للأنشطة السياحية على ثقافة المجتمع المحلي [Brunt and Courtney, 1999; Hampton, 2005]. وهناك دراسات تشير إلى أن الأفراد المحليين في المجتمع يرون أن للأنشطة السياحية عوائد اجتماعية وثقافية [Besculides et al., 2002; Perez and Nadal, 2005; Mason and Cheyne, 2000]. ويضيف [Harrison, 1992] أن الأنشطة السياحية يمكن أن تخلق فرصاً جديدة وتشجع التغيرات الاجتماعية.

ويشير بعض الباحثين إلى أن السياحة تخلق فرصاً جديدة للأفراد المحليين في أمور كثيرة، مثل توافر بدائل التسوق المختلفة، والبدايل الترفيهية المختلفة أيضاً [Brunt and Courthney, 1999; Amador, 2005]. ويضيف البعض أن الأفراد المحليين يرون أن تشجيع الأنشطة السياحية يؤثر إيجابياً على مستوى الخدمات المقدمة في المدينة في شكل تطوير مستوى هذه

الخدمات مثل الطرق والمواصلات والمرافق العامة [Pizam, 1978, Sethna and Richmand, 1978].

وتتطرق بعض الدراسات إلى أن السياحة تخلق نوعاً من الطلب على الفن المحلي أو التراث المحلي [JMckean, 1978; Besculides et al., 2002; Hampton, 2005; Desbiolles, 2006] وتزيد من شعور الفرد في المجتمع لهويته الثقافية والافتخار بذلك، وتزيد من معرفته بالمعارف والثقافات المحلية، ويتيح له فرصة الاحتكاك بالسياح وتبادل الآراء والأفكار [Esam, 1948]. ويضيف البعض أن السياحة تنمي وتجدد العادات المحلية وترفع من جودة الحياة وتحسن مظهر المدينة والمجتمع لدى الجمهور الخارجي [Besculides et al., 2002; Mason and Cheyne, 2000].

وعلى الرغم من كل هذه الإيجابيات للسياحة فإن بعض الدراسات تشير إلى وجود تأثيرات سلبية من الناحية الاجتماعية والثقافية. فيرى البعض أن السياحة قد تؤثر بشكل سلبي على العادات الأسرية المحلية وقيمها [Kousis, 2006] وهو ما أدى أن تصور البعض أن الثقافة سلعة للتسويق [Cohen, 1988] وقد يخلق نوع من النزاع بين الثقافة المحلية والثقافة الخارجية الآتية من السياحة نظراً لاختلاف الثقافتين، وخاصة إذا كانت القوة الشرائية للسياح أعلى بكثير من القوة الشرائية للمقيمين في المجتمع المحلي [Tosun, 2002; Jones and Munday, 2004; Stoeckl et al., 2006].

ويرى هؤلاء أنفسهم أن الأنشطة السياحية قد تؤدي - على المدى الطويل - إلى قيام الأفراد المحليين في المجتمع بتغيير قيمهم الذاتية من جهة والتأقلم مع القيم والعادات الخارجية من جهة أخرى [Sharpley, 1994; Desbiolles, 2006]. والخلاصة أن إدراك المجتمع المحلي لمدى تأثير السياحة من الناحية الاجتماعية والثقافية يختلف من دراسة إلى أخرى، فالبعض يرى وجود تأثيرات إيجابية والبعض الآخر يتخوف من الانعكاسات السلبية للسياحة.

(٣) الوضع الاقتصادي:

هناك العديد من الأمثلة لدول ومدن وأحياء مرّت بتغيرات هائلة خلال العقد الماضي نظراً لتغير الأوضاع الاقتصادية فيها. ويذكر كل من [Andereck and Vogt, 2000] أن عدداً كبيراً من المدن تأثرت باندثار بعض الصناعات التي كانت تعتمد عليها بشكل أساسي في اقتصادياتها، ومن ثم اتجهت هذه المدن إلى بدائل اقتصادية أخرى كاستراتيجيات رئيسية للتنمية والتطوير. وتواجه معظم المدن والأحياء هذه موارد اقتصادية وطبيعية شحيحة، ومن ثم اتجه العديد منها إلى السياحة لحل المعضلة الاقتصادية فيها [Harris et al., 1998].

والدراسات الميدانية تشير إلى أن المناطق التي تفتقر إلى الموارد اللازمة كبنية اقتصادية تتجه إلى السياحة كحل أساسي، ولكنها قد لا تحسن التقدير عند حساب التكاليف التي قد تنتج من جراء الأنشطة والبرامج السياحية المختلفة، وقد لا تحسن التقدير أيضاً عند حساب العوائد الاقتصادية التي قد تنتج عنها [Liu and Var, 1986; Hampton, 2005; Jones and Munday, 2004]. ويضيف كل من [Var et al., 1985: 654; Wickens and Briedenhann, 2004; Aradhyula and Tronstad, 2003; Shan and Wilson, 2001; Koster and Randall, 2005] أن هذه المجتمعات قد تضحي ببعض المزايا التي تتمتع بها مقابل القليل أو الكثير من الموارد المادية التي تنتج من السياحة.

وتشير الدراسات إلى أن مدى صحة تقدير المدن للتأثير الاقتصادي للأنشطة السياحية يؤثر بشكل كبير على مستوى العوائد الاقتصادية والتكاليف الاقتصادية الناتجة [Gursoy et al, 2002; Mason and Cheyne, 2000]، ويضيف هؤلاء أنه إذا كان الوضع الاقتصادي المحلي يمر بمرحلة صعبة فإن هناك احتمالاً كبيراً في خطأ تقدير الأفراد المقيمين لمستوى العوائد الاقتصادية والعوائد الأخرى التي من الممكن أن تنتج من جراء الأنشطة والبرامج السياحية. وهناك براهين ناتجة من دراسات ميدانية أيضاً تقترح أن المقيمين يعون تماماً

النتائج السلبية هذه، ولكنهم - على الرغم من ذلك - يدعمون قيام هذه الأنشطة السياحية وتطويرها في مناطقهم [Andereck and Vogt, 2000].

ويلاحظ من الشكل رقم (١) وجود أربعة (محاوَر) كامنة - (Latent خارجية) - للمتغير التابع، وهو "الدعم المجتمعي"، وهذه المحاوَر هي: القلق المجتمعي للفرد المقيم، والقيم البيئية للفرد المقيم، ومدى ارتباطه المجتمعي، ومدى استفادته من الموارد والبيئة السياحية، وسوف نتناول كلاً منها في هذا المجال.

(٤) مدى الارتباط المجتمعي:

هناك عدد من الدراسات التي افترضت أن قوة الارتباط ونوعية الارتباط بين الفرد المقيم والمجتمع تؤثر على (موقف الفرد) من دعمه للأنشطة السياحية وكذلك على مدى إدراكه للتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لهذه الأنشطة [Un and Crompton, 1987; Amador, 2005].

وتوصلت الدراسات الميدانية لهذا الموضوع إلى نتائج متضاربة حول العلاقة بين مدى الارتباط المجتمعي وموقف الفرد في المجتمع من تأثير الأنشطة السياحية ومدى إدراكه أو دعمه لها. حيث يشير [Davis et al., 1988] إلى أن المواطنين ينظرون - عادة - إلى الأنشطة السياحية أكثر إيجابية مقارنة بالمقيمين في المدينة منذ فترة قصيرة. أما دراسة [Um and Crompton, 1987] فتشير إلى وجود علاقة سلبية بين الارتباط المجتمعي والتأثيرات المختلفة للأنشطة السياحية.

وتستنتج دراسة [Jurowski et al., 1997] أن الأفراد الذين يرتبطون بالمجتمع بدرجة أكبر يتولد عندهم إدراك أكثر إيجابية حول مدى التأثير الاجتماعي والاقتصادي لهذه الأنشطة السياحية. أما دراسة كل من [Lankford and Howrol, 1994] ودراسة [Gursoy et al., 2002] فلم تجد أي دليل إحصائي ذي معنوية حول مدى العلاقة بين مستوى الارتباط المجتمعي وإدراك الفرد للتأثير الاقتصادي والاجتماعي للأنشطة السياحية.

واستنتجت دراسة [Mc Cool and Martin, 1994] أن الإحساس الأقوى

للاارتباط بالمجتمع قد يؤدي إلى إدراك أكثر إيجابية للتأثير الاقتصادي والاجتماعي والثقافي للأنشطة والبرامج السياحية. بالإضافة إلى الدراسات السابقة فإن دراسة [Gursoy et al., 2002] استنتجت أيضاً أن مستوى الارتباط المجتمعي يؤثر على مدى نظرة الفرد للوضع الاقتصادي في المجتمع الذي يقيم فيه، في حين أن هناك دراسات تشير إلى أنه كلما ارتفع مستوى الارتباط المجتمعي نبع إدراك أكثر لدى الفرد أن الاقتصاد المحلي بحاجة إلى دعم ومساندة [Gursoy and Rutherford, 2004].

والخلاصة من هذه الدراسات أن الارتباط المجتمعي قد يؤثر بشكل ما في مدى دعم الفرد في المجتمع للأنشطة السياحية من جهة ومدى إدراكه للوضع الاقتصادي المحلي وكذلك في مدى إدراكه وتصوره الإيجابي أو السلبي للآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي قد تنتج من الأنشطة والبرامج السياحية، من جهة أخرى.

(٥) مستوى القلق في المجتمع:

تشير الدراسات السابقة إلى وجود ارتباط بين مستوى قلق الأفراد في المجتمع، ومدى إدراكهم للوضع الاقتصادي المحلي للدولة [Gursoy et al., 2002; Hampton, 2005; Mason and Cheyne, 2000; Tsaur et al., 2006]. حيث يتصور بعض الأفراد أن هناك تأثيراً سلبياً للسياحة على بعض الموارد والأوضاع في المجتمع المحلي مثل معدل الجريمة، وعدم انتظام الطلبة في المدارس. وتشير بعض الدراسات إلى وجود علاقة بين الوضع الاقتصادي المحلي والتكاليف والعوائد المختلفة الناتجة من الأنشطة السياحية [Allen et al., 1988; Perdue et al, 1990; Jones and Munday, 2004; Amador, 2005].

وتشير الدراسة السابقة أيضاً إلى أن الوضع الاقتصادي المحلي قد يؤثر على مدى الدعم المقدم من الفرد لهذه الأنشطة السياحية. وهذه الدراسات تجمع على أنه كلما ارتفع مستوى قلق الأفراد في المجتمع ارتفع مستوى التشاؤم لديهم للوضع الاقتصادي المحلي؛ مما يؤثر سلباً على مقدار دعمهم للأنشطة والبرامج السياحية.

(٦) القيم البيئية في المجتمع:

تشير الدراسات إلى أن مستوى القيم البيئية لدى أفراد المجتمع يؤثر بشكل كبير على رد أفعال الأفراد في المجتمع حول تأثيرات السياحة، وكذلك مدى الدعم المقدم لها منهم [Jurowski et al, 1997; Tsaur et al., 2006; Amador, 2005]. ويشير الباحثون إلى وجود علاقة سلبية بين المواقف والقيم البيئية لدى أفراد المجتمع وبين ثلاثة أنواع من المتغيرات، وهي مدى إدراك الأفراد للتأثير الاقتصادي والاجتماعي، وكذلك التأثير البيئي للأنشطة السياحية. وتوصل كل من [Gursoy et al, 2002; Hampton, 2005; Desbiolles, 2005; Turton, 2006] إلى نتائج مماثلة في وجود تأثير سلبي للمواقف والقيم البيئية (الوعي البيئي) من جهة ونوعية الإدراك الخاص للعوائد والتكاليف الناجمة عن الأنشطة السياحية من جهة أخرى، وتوصلوا أيضاً إلى وجود علاقة موجبة بين مستوى الوعي البيئي والقيم البيئية وبين مستوى الدعم المجتمعي المقدم للأنشطة والخطط السياحية.

(٧) انعكاس تطوير البنية التحتية للسياحة على أفراد المجتمع:

تشير نتائج الدراسات السابقة إلى أن أفراد المجتمع يتأثرون في آرائهم بشكل إيجابي أو سلبي بناء على إدراكهم لمدى الاستفادة من البنى التحتية السياحية في البلاد واستغلال مواردها المختلفة، التي تنشأ من جراء تنظيم البلاد للأنشطة والبرامج السياحية. فيرى كل من [Kendall and Var, 1984] أن الأفراد الذين يقومون باستغلال هذه الموارد والمرافق السياحية المختلفة يبدون إدراكاً موجباً بشكل أكبر؛ حيث إنها تقدم لهم وسائل إضافية للترفيه خلال فترة السياحة أو بعدها.

وهذه النتيجة توصل إليها كل من [Allen et al., 1993] أيضاً. وخلافاً لكل هذا فإن بعض الدراسات توصلت إلى علاقات سلبية بين مدى استغلال الموارد والمرافق السياحية لأفراد المجتمع وبين مدى إدراكهم أو اعتقادهم بأن الأنشطة السياحية سوف تؤدي إلى الازدحام السكاني من جهة وإلى الابتعاد التدريجي عن العادات

والتقاليد السائدة، من جهة أخرى [O'leary, 1976]. أما دراسة كل من [Jurowski et al., 1997] فتوصلت إلى تأثير موجب بين مدى استغلال الموارد والمرافق السياحية، وبين مدى إدراك أفراد المجتمع للتأثيرات الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. ويضيف هؤلاء أن مدى استغلال المرافق يؤثر إيجابياً أيضاً على مستوى الدعم المقدم من أفراد المجتمع لهذه الأنشطة والبرامج السياحية.

أما الدراسات التي عنيت بشكل أساسي بتأثير السياحة على الاستفادة من المرافق السياحية فقد استنتجت - بشكل عام - أن السياحة تؤدي إلى تطوير الفرص الترفيهية والاستمتاع لأفراد المجتمع المقيمين فيها [Jurowski et al., 1997]. ويتضح من هذه المراجعة أن مدى استغلال أفراد المجتمع للموارد والمرافق والبنى التحتية السياحية والاستفادة منها يؤثر بشكل إيجابي على المتغيرات المرغوبة (العوائد) وبشكل عكسي على المتغيرات غير المرغوبة (التكاليف).

تاسعاً - منهج اختبار النموذج:

تم اختبار النموذج العام المقترح باستخدام البيانات المستمدة من الاستبانات خلال أشهر سبتمبر وأكتوبر ونوفمبر من عام ٢٠٠٥م. واستخدم (LISREL 8.5)، وهو البرنامج الإحصائي الخاص باستخدام النمذجة بالمعادلات الهيكلية (Structural Equations Modeling). [Joreskog and Sorbom, 1989]. واستخدمت طريقة (Maximum Likelihood Method) لتحليل البيانات [Anderson and Gerobing, 1988].

كما استخدمت عدة مؤشرات إحصائية للتحقق من مطابقة القياسات المختلة، وكذلك اختبار النموذج الهيكلية المقترح. ومن هذه المؤشرات (أو الاختبارات) يمكن ذكر مربع كاي الإحصائي، ومؤشر جودة المطابقة (Goodness-of-fit index-GFI) ومؤشر (non-normed-fit index-NNFI) ومؤشر (Incremental Fit Index-IFI). وللمزيد من تعرف هذه المؤشرات يمكن الرجوع إلى [Joreskog and Sorbom, 1989; Mulaik et al., 1989; Hu and Bentler, 1995; Hoelter, 1983].

ويرى هؤلاء الباحثون أن قيمة المؤشرات CFI, IFI, GFI, NNFI، التي تراوح بين الصفر والواحد الصحيح يجب أن تكون قريبة من الواحد الصحيح

لكي تكون المطابقة جيدة ومقبولة؛ حيث إن الواحد الصحيح يعني مطابقة مُثلى. ولكي يكون الاختبار شاملاً فقد تم استخدام [Parsimony goodness of fit index-PGFI] و [Parsimony Normed fit index-PNFI] بحسب اقتراح كل من [Jorseskog and Sorbom, 1989] أنه إذا كانت قيمة هذين المؤشرين أكثر من (٠,٧٠) فإن ذلك يعني أن النموذج يتمتع بصفة المطابقة، وهو، من ثم، نموذج مقبول. وتم قياس مدى أحادية كل محور مقترح (Unidimensionality) لضمان أن المتغيرات الخاصة بكل محور تنتمي بالفعل إلى محور واحد، وهو المحور المفترض [Sethi and King, 1994].

ولضمان أحادية المحور يقترح كل من [Anderson and Gerobing, 1988] ضرورة حذف المتغير أو المتغيرات غير المناسبة من كل محور إذا لزم الأمر؛ وذلك لتحسين المؤشرات الإحصائية الخاصة باعتمادية هذه المحاور، وهذا هو ما تم بالفعل. والجدول رقم (٢) يوضح جميع المتغيرات التي لزم بقاءها في النموذج بعد حذف جميع المتغيرات غير المناسبة لكل محور.

ويجب التنبيه في هذا المجال على أن المتغيرات التي ضمنت بقاءها بعد هذا التحليل في هذه الدراسة اختلفت قليلاً عن المتغيرات التي ضمنت بقاءها في دراسة [Gursoy and Rutherford, 2004]؛ ولذلك وجب توخي الحذر عند مقارنة نتائج الدراستين.

وتم أيضاً استخدام مؤشر كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لقياس اعتمادية كل محور ككل. وهذه المؤشرات موضحة في الجدول رقم (٢) من خلال الأرقام المكتوبة بين قوسين أمام كل محور. ويجب أن نضيف أن قيمة أعلى من (٠,٧٠) لهذا المؤشر هو المفضل. ويتضح من الأرقام أن هذه القيمة تراوح بين أدنى مستوى (٠,٧٨٠) لمحور "التكاليف الاجتماعية المتوقعة للسياحة" وأعلى مستوى (٠,٩٤٨) لمحور "العوائد الثقافية المتوقعة". وهي قيم أعلى من الحدود الدنيا المطلوبة لهذا المؤشر.

عاشراً - نتائج المحاور والمتغيرات ومواصفاتها:

تشير نتائج التحليل بالمعادلات الهيكلية إلى أن النموذج المقترح يتمتع بمزايا إحصائية جيدة في معظم المؤشرات التي تم قياسها. وهذه المؤشرات

موضحة في الجدول رقم (٥). وتوضح الأرقام أنه لا يمكن قبول النموذج كما هو مقترح خلال الشكل رقم (١) بشكله العام (٣٤ مساراً)، ولكن يمكن قبوله مع بعض التعديلات؛ حيث إن بعض المسارات التي لا تتمتع بمعنويات إحصائية مقبولة يجب أن تحذف لتحسين مستوى المؤشرات للنموذج الشامل.

الجدول رقم (٤)

المحاور (درجات الاعتمادية) والمتغيرات ومواصفاتها

الرقم	المحاور والمتغيرات (الاعتمادية ألفا)	التحميل	المتوسط الحسابي
(١)	الدعم المجتمعي (٠,٨٧٢)		
	تطوير الأنشطة السياحية الطبيعية	٠,٨٥٢	٢,٣٢
	تطوير الأنشطة السياحية التاريخية والثقافية	٠,٨٨٩	٢,٤٨
	تطوير الأنشطة السياحية لزيارة المناطق	٠,٨٣٤	٤,٦٢
(٢)	العائد الاقتصادي (٠,٩١٨)		
	إيجاد فرص العمل	٠,٩٣٤	٤,١٦
	جلب الاستثمارات	٠,٨٩٥	٤,٠٧
	زيادة الفرص التجارية للأعمال والمنشآت التجارية	٠,٨٥٦	٤,١٨
	زيادة العوائد الحكومية	٠,٨٩٧	٤,٣٣
(٣)	التكاليف الاجتماعية المتوقعة (٠,٧٨٠)		
	زيادة أسعار السلع والخدمات	٠,٨٠٦	٢,١٦
	زيادة الازدحام السكاني المروري	٠,٨٥٦	٤,٨٨
	زيادة نسبة الضوضاء والتلوث	٠,٨٤٣	٢,٥١
(٤)	العوائد الاجتماعية المتوقعة (٠,٩٠٤)		
	إعطاء الدافع للتشجيع والحفاظ على التراث والثقافة	٠,٩١١	٤,٤٦
	زيادة المتنزهات والأماكن الترفيهية	٠,٨٨٩	٤,١٧
	إعطاء الدافع للحفاظ على المباني التاريخية	٠,٨٧٤	٤,١٣
	تحسين جودة الشوارع والمرافق العامة	٠,٨٣٥	٤,٢٨
(٥)	التكاليف الثقافية المتوقعة (٠,٨٥٧)		
	مقارنة القوة الشرائية للسياح	٠,٨٣٧	١,٤٣

تابع / الجدول رقم (٤)
المحاور (درجات الاعتمادية) والمتغيرات ومواصفاتها

الرقم	المحاور والمتغيرات (الاعتمادية ألفا)	التحميل	المتوسط الحسابي
	التأثير السلبي على الثقافة المحلية	٠,٨٦٦	٢,١٢
	المضايقة عند الإقامة قرب المراكز السياحية	٠,٨٦٥	٣,٨٤
(٦)	العوائد الثقافية المتوقعة (٠,٩٤٨)		
	تطوير الأنشطة والبرامج الثقافية من قبل المقيمين	٠,٩٥٠	٤,٥٢
	التبادل الثقافي بين السياح والمقيمين	٠,٩٠٩	٢,٤٦
	التأثير الإيجابي للسياحة على الهوية الثقافية	٠,٨٩٥	٢,٣٨
(٧)	الارتباط المجتمعي (٠,٨٢٩)		
	الشعور بالانتماء للمجتمع (منزلي)	٠,٨٥٤	٣,٢٨
	مستوى الرضا عن المجتمع المحلي	٠,٨٤١	٣,٣٤
	الإحساس بالحزن والسرور عند الابتعاد عن المجتمع	٠,٨٧١	٣,٢١
(٨)	القلق والاهتمام المجتمعي (٠,٨٨٦)		
	المدارس والمرافق التعليمية	٠,٨١٥	٤,١٤
	معدل الجريمة	٠,٨٩٣	٤,١٧
	الثقافة والترفيه	٠,٩٠٣	٤,٢٥
(٩)	الوضع الاقتصادي المحلي (٠,٨٤٥)		
	يجب على الحكومة أن تعمل لإيجاد فرص عمل أكثر	٠,٨٨٤	٤,٣٧
	يجب على الحكومة أن تعمل لإيجاد فرص استثمار أكثر		
	الاقتصاد المحلي بحاجة إلى فرص عمل أكثر	٠,٨٥٧	٤,١٦
	يجب خلق فرص عمل أكثر للشباب	٠,٨٦١	٤,٩١
(١٠)	القيم البيئي (٠,٧٩٣)		
	محاولة تغيير البيئة والتدخل لها	٠,٨٤٥	٢,١٥
	تستطيع البيئة أن تستوعب التأثيرات الصناعية	٠,٧٩٢	٢,٢٣
	العواقب البيئية الوخيمة	٠,٧٩٦	٢,١٢
(١١)	الاستفادة من المرافق والبنى السياحية (٠,٩١٧)		
	مكاني المفضل لقضاء الراحة والاستجمام	٠,٩٣٣	٣,٧٠
	الرضا التام عند المجيء إلى هذا المكان	٠,٨٧١	٣,٨٢
	القدرة على التعبير عن النفس في هذا المكان	٠,٨٥٤	٣,٦٩

الجدول رقم (٤) يحتوي أيضاً على المتوسط الحسابي لآراء المشتركين في الدراسة. وعلى الرغم من أن هذه الدراسة لم تقم باختبارات التباينات المختلفة لتعرف صفة المجموعات في آرائها بمستوى هذه المتغيرات، وتشير أرقام المتوسطات الحسابية لعينة الدراسة بشكل عام إلى ارتفاع بعض المؤشرات وانخفاض البعض الآخر. فبالإشارة إلى محور "الدعم المجتمعي" نلاحظ توافق المواطنين والمقيمين في الإمارات في أن السياحة بالفعل تؤدي إلى إيجاد مناطق يمكن أن تجذب السياح بشكل واضح، ومن ثم الاستعانة ببرامج زيارات لهذه المناطق بشكل منظم على وجود مرشدين لشرح تاريخ هذه المناطق وخلفيتها (المتوسط الحسابي ٤,٦٢). ويتفق المشاركون في الدراسة أيضاً على أهمية السياحة في الإمارات في خلق عوائد اقتصادية، حيث نلاحظ أن المتغيرات الأربعة تحت محور "العائد الاقتصادي" تمتعت بمتوسطات حسابية عالية [(4.16) (4.07) (4.18) (4.33)]. أما بالنسبة لمحور "التكاليف الاجتماعية" فإننا نلاحظ أن المواطن أو المقيم في الإمارات لا يابه كثيراً لزيادة أسعار السلع والخدمات خلال فترات السياحة (٢,١٦)، لكنه يتأثر بالازدحام السكاني والمروري الناتج عن السياحة (٤,٨٨). ويرى المشترك في الدراسة أن هناك أيضاً عوائد اجتماعية جيدة يمكن التمتع بها خلال الفترات السياحية في الإمارات؛ حيث حصلت أربعة متغيرات ضمن هذا المحور على متوسطات حسابية عالية [(4.46) (4.17) (4.13) (4.28)].

الجدول رقم (٥)

مؤشرات التحليل بالمعادلات الهيكلية باستخدام LISREL 8.5

المؤشر	القيمة
مربع كاي	843
P	> 0.178
GFI	0.91
NNFI	0.97
CFI	0.97
IFI	0.97
PGFI	0.73
PNFI	0.75
RMSEA	0.015

وبالنظر لمحور "التكاليف الثقافية" نلاحظ أنه من الطبيعي ألا يتأثر المواطن أو المقيم في الإمارات بالقوة الشرائية للسياح؛ نظراً للوضع الاقتصادي الجيد للإمارات (١,٤٣)، وأيضاً نظراً لأن المواطنين لن يستفيدوا بصورة مباشرة بالقوة الشرائية للسياح؛ حيث إن المجالات الاقتصادية المرتبطة بالسياحة لا تؤثر بصورة مباشرة على المواطنين والمقيمين. ولكنهم - بالطبع - يشعرون بنوع من عدم الراحة، وخاصة إذا كان محل إقامتهم قريباً من الأماكن السياحية المزدحمة (٣,٨٤)، في حين لا يشعرون أن السياحة تؤثر سلباً على الثقافة المحلية (٢,١٢).

وهناك مزيج من الشعور عند النظر في المتوسطات الحسابية لمحور "العوائد الثقافية"؛ حيث نلاحظ وجود شعور قوي بأن السياحة تؤدي إلى قيام الدولة والمقيمين بتطوير الأنشطة الثقافية المحلية (٤,٥٢)، ولكن هناك شعوراً شبه متوسط في مدى مقدرة السياحة هذه على إيجاد التبادل الثقافي الفعال بين السياح والمقيمين (٢,٤٦)، وفي مدى تأثير السياحة على الهوية الثقافية في الإمارات. ومن الواضح أن محور "الارتباط المجتمعي" أيضاً يتمتع بثلاثة متغيرات ذات متوسطات حسابية عالية نسبياً [(3.21) (3.34) (3.38)].

ومن ناحية أخرى نلاحظ أن كلاً من المواطن والمقيم لا يرى أن السياحة يمكن أن تكون مقلقة بالنسبة له في تأثيرها السلبي على المدارس ومعدلات الجريمة والترفيه الثقافي [(4.14) (4.17) (4.25)] بالترتيب. وإننا "يجب أن نذكر في هذا المجال أن المتغيرات عُنيت بمقدار القلق الذي يساور الفرد المقيم؛ حيث إن [5] تعني غير مقلق في حين أن [1] يعني مقلقاً بدرجة كبيرة".

وهناك شعور قوي - إذا نظرنا إلى محور "الوضع الاقتصادي" - لدى المواطن والمقيم بالحاجة الماسة إلى قيام الحكومة بخلق فرص عمل إضافية وخاصة للشباب. واشتمل هذا المحور على ثلاثة متغيرات تناولت ضرورة خلق

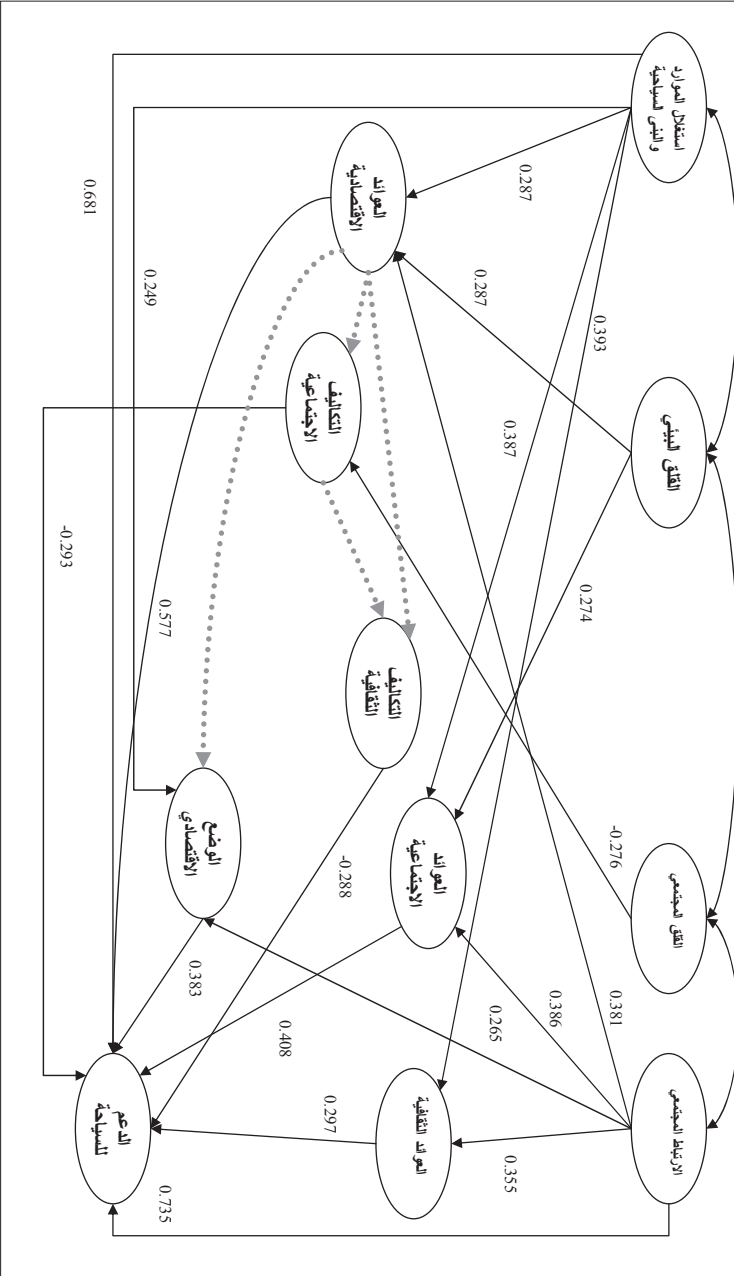
فرص العمل والدعوة إلى إيجاد فرص العمل، وكانت قيم المتوسطات الحسابية لهذه المتغيرات الثلاثة [(4.37) (4.16) (4.91)].

ونلاحظ من خلال المتوسطات الحسابية لمحور "القيم البيئية" عدم اكتراث عينة الدراسة كثيراً بمتغيرات هذا المحور ومدى تأثيرها على دعمه للأنشطة السياحية [(2.15) (2.23) (2.12)]. أي أن القيم البيئية لا تؤثر بشكل كبير على مقدار الدعم للسياحة والمساهمة والترحيب بها من قبل السكان؛ أي أن لديهم وعياً بيئياً سلبياً تجاه العوائد والتكاليف الناجمة عن الأنشطة السياحية. ربما يرجع هذا - (كما سيتم شرح ذلك بالتفصيل لاحقاً) - إلى أن هؤلاء السكان ليس لديهم الوعي البيئي الكافي الذي يساهم في دعم السياحة. أما المتوسطات الحسابية للمحور الأخير والخاص "بمدى الاستفادة من المرافق والموارد والبنى التحتية للسياحة" من قبل المواطنين والمقيمين فإننا نلاحظ وجود أرقام عالية نسبياً تعكس أهمية هذه المرافق للمواطن والمقيم بالفعل [(3.70) (3.82) (3.69)].

حادي عشر - النموذج النهائي المقترح:

يوضح الشكل رقم (٢) النموذج النهائي المقترح و المسارات التي تمت بمعنويات إحصائية مقبولة (P). هذا الشكل يوضح المسارات التي تمتعت بمعنويات إحصائية (أقل من ٠,٠٥)، وتم حذف باقي المسارات من الشكل. وللوصول إلى الشكل النهائي للنموذج فإنه تم إجراء سلسلة من التحاليل والاختبارات، وذلك بالنظر في معظم البدائل المتاحة من إضافة مسارات معينة أو حذفها. ولكن النموذج الممثل في الشكل رقم (٢) يمكن أن يمثل أفضل النماذج لهذه التحليلات الكثيرة، ومن ثم فإن النتائج التالية سوف تكون مأخوذة مباشرة من النموذج الموضح خلال هذا الشكل.

ويوضح الشكل رقم (٢) بقاء (١٨) مساراً تم افتراضها سابقاً من



الشكل رقم (٢) - النموذج النهائي المقترح والمسارات التي تمتعت بمعنىات إحصائية مقبولة ($p < 0.05$)

أصل (٣٤) مساراً (بحسب الشكل رقم ١)؛ أي أنه تم حذف عدد كبير من المسارات التي لم توجد لها دلالات إحصائية ذات علاقة معنوية مقبولة. وهذه المسارات هي التي سوف نقوم بالتركيز عليها لاختبار الفرضيات المختلفة للدراسة. وجميع هذه المسارات تمتعت بمعنوية إحصائية في حدود (٠,٠٥) أول أعلى.

يوضح الشكل رقم (٢) أن هناك بعض التفاعلات بين المحاور الخاصة بالعوائد والتكاليف لا يمكن إغفالها على الرغم من أننا لم نحدد لها فرضيات. وتوضح المسارات أيضاً وجود تأثيرات مباشرة للعديد من المحاور على محور "الدعم المجتمعي"، وكذلك تأثيرات غير مباشرة للمحاور عن طريق محاور الوسط (أي عن طريق محاور العوائد والتكاليف). واتضح من تحليل المعادلات الهيكلية أنه لا داعي لوجود هذا العدد الكبير من المسارات (أو الفرضيات)، كما تم اقتراحها من خلال الشكل رقم (١).

ثاني عشر - نتائج تحليل النموذج النهائي المقترح:

عند مقارنة الجدولين رقمي (١)، و(٦) يتضح عدم وجود دلالة إحصائية واضحة ($P < 0.05$) لقبول (١٦) فرضية.

المجموعة الأولى:

بالنسبة للمجموعة الأولى من الفرضيات التي عنيت بنوع العلاقة بين "الدعم المجتمعي" للأنشطة السياحية ومدى تأثير المحاور الأخرى عليها نلاحظ أننا يمكن قبول ٩ فرضيات من مجمل ١٠ فرضيات، ولم يوجد دليل إحصائي على قبول الفرضية الخاصة بعلاقة "القيم البيئية" و"الدعم المجتمعي" للأنشطة السياحية. وهذه النتيجة منسجمة أيضاً مع ما توصل إليه كل من [Gursoy et al., 2002] وكذلك [Gursoy and Rutherford, 2004].

الجدول رقم (٦)

نتائج تحليل نموذج المعادلات الهيكلية (النموذج النهائي)

مستوى المعنوية	قيمة المعامل (b)	محور النهاية (إلى)	محور البداية (من)	
***	٠,٧٣٥	الدعم المجتمعي	الارتباط المجتمعي	H1
***	٠,٤٦٧	الدعم المجتمعي	القلق المجتمعي	H2
***	٠,٦٨١	الدعم المجتمعي	الاستفادة من المرافق	H4
**	٠,٣٨٣	الدعم المجتمعي	الوضع الاقتصادي	H5
***	٠,٥٧٧	الدعم المجتمعي	العوائد الاقتصادية	H6
***	٠,٤٠٨	الدعم المجتمعي	العوائد الاجتماعية	H7
*	٠,٢٩٧	الدعم المجتمعي	العوائد الثقافية	H8
*	٠,٢٩٣-	الدعم المجتمعي	التكاليف الاجتماعية	H9
*	٠,٢٨٨-	الدعم المجتمعي	التكاليف الثقافية	H10
**	٠,٣٨١	العوائد الاقتصادية	الارتباط المجتمعي	H11
**	٠,٣٨٦	العوائد الاجتماعية	الارتباط المجتمعي	H12
**	٠,٣٥٥	العوائد الثقافية	الارتباط المجتمعي	H13
*	٠,٢٦٥	الوضع الاقتصادي	الارتباط المجتمعي	H16
*	٠,٢٧٦-	التكاليف الاجتماعية	القلق المجتمعي	H20
*	٠,٢٨٧	العوائد الاقتصادية	القيم البيئية	H23
*	٠,٢٧٤	العوائد الاجتماعية	القيم البيئية	H24
***	٠,٥٨٢	العوائد الاقتصادية	الاستفادة من البنى	H29
**	٠,٣٨٧	العوائد الاجتماعية	الاستفادة من البنى	H30
**	٠,٣٩٣	العوائد الثقافية	الاستفادة من البنى	H31
*	٠,٢٤٩	الوضع الاقتصادي	الاستفادة من البنى	H34
مسارات إضافية لم توضع لها فرضيات				
*	٠,٢٩٢-	التكاليف الاجتماعية	العوائد الاقتصادية	١
*	٠,٢٨٦-	التكاليف الثقافية	العوائد الاقتصادية	٢
*	٠,٢٧٥	التكاليف الثقافية	التكاليف الاجتماعية	٣
**	٠,٣٧٣	الدعم المجتمعي	العوائد الاقتصادية	٤

* (P < 0.05)

** (P < 0.01)

*** (P < 0.001)

وهناك علاقة مباشرة سالبة بين محوري التكاليف (الاجتماعية والثقافية) ومحور "الدعم المجتمعي"، وهذه النتيجة تتعارض مع ما توصل إليه [Gursoy and Rutherford, 2004]، ولكنها تتفق مع النتائج التي توصل إليها كل من [Rithie, 1988, Keogh, 1990; Hampton, 2005] واختلاف النتائج بين الدراسات التي عنيت بهذا الموضوع من الممكن تفسيره بأن تأثير التكاليف المتوقعة على مقدار الدعم المجتمعي قد يكون له خصوصية معينة من مجتمع إلى آخر، وخاصة إذا أخذنا في الاعتبار الوضع الاقتصادي للمنطقة التي أجريت فيها كل دراسة على حدة، حيث إن الوضع الاقتصادي في دولة الإمارات جيد، في حين أن دراسة [Gursoy and Rutherford, 2004] أجريت في مدينة صغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وكان الوضع الاقتصادي فيها يمر بظروف سيئة بعض الشيء، بحسب ما ذكر الباحثان.

وهناك دراسات تشير إلى أنه إذا كانت الظروف الاقتصادية تعاني بعض المشكلات فإن المقيمين في منطقة معينة قد ينظرون إلى السياحة وسيلة لتحسين هذا الوضع الاقتصادي [Allen et al, 1993; Keogh, 1990]. وهناك دلائل كثيرة في الإمارات تشير إلى ارتفاع التكاليف المعيشية للمقيم والمواطن على الرغم من الوضع الاقتصادي الجيد، وهذا قد يفسر العلاقة السلبية بين هذه التكاليف ومقدار الدعم المقدم للأنشطة السياحية من المقيم في الإمارات [Allen et al., 1996; Wickens and Briedenhann, 2004].

وهناك دليل واضح إحصائياً على وجود علاقة بين "العوائد الاجتماعية" و"الدعم المجتمعي" للسياحة، وهذه النتيجة لا تتفق مع التي توصل إليها كل من [Gursoy and Rutherford, 2004]. وقد يكون منطقياً أن نتصور أن المواطن والمقيم في الإمارات يتوقع عوائد اجتماعية للسياحة لكي يتولد لديه الدافع لدعم الأنشطة المختلفة بشكل مباشر. وهذه النتيجة تتفق مع نتائج دراسات كل من [Akis et al., 1996; Husband, 1989; Desbiolles, 2006].

وتشير النتائج أيضاً إلى وجود علاقة بين "الدعم المجتمعي" وكل من

"العوائد الاقتصادية" و "العوائد الثقافية". هذه النتائج تتفق أيضاً مع النتائج التي توصل إليها كل من [Gursoy and Rutherford, 2004; Jurowski et al., 1997] من وجود علاقة مباشرة وموجبة.

وكما ذكر سابقاً، فإنه تم اختبار سلسلة من النماذج المختلفة بوجود أو عدم وجود مسارات بين المحاور المختلفة. وهناك دراسات عديدة تقدم الدعم الكافي لمعظم المسارات التي قمنا باختبارها في هذه الدراسات السابقة، وهذا يعني أننا لم نختبر مسارات لم يتم الإشارة إليها في الدراسات السابقة، ونشير هنا إلى أن [Gursoy and Rutherford, 2004] لم يفترضوا أية علاقة مسبقة بين محوري "الارتباط المجتمعي" و "الدعم المجتمعي" للسياحة. إلا أنهما بررا تحليلهما بوجود دراسات بالفعل وجدت تأثيراً مباشراً لمدى ارتباط الفرد في المجتمع ومدى دعمه للسياحة. وبالفعل، قاما باختبار هذه العلاقة في تحليلهما النهائي ولكنهما لم يتوصلا إلى وجود علاقة بمعنوية إحصائية. ونتيجة الدراسة الحالية حول هذه النقطة تختلف عن تلك الدراسة ولكنها تتفق مع دراسات أخرى [Allen et al., 1988] و [Crompton, 1987].

المجموعة الثانية:

أما المجموعة الثانية من الفرضيات التي قامت باختبار العلاقة بين "الارتباط المجتمعي" والمحاور الأخرى، فنلاحظ وجود دلائل إحصائية على قبول ٣ فرضيات (H14, H12, H11) فقط؛ حيث لم تتوافر دلائل إحصائية على قبول الفرضيات الأخرى ضمن هذه المجموعة وهي H14 [حيث $b = 0.091$], و H15 [حيث $b = -0.012$] و H16 [حيث $b = 0.072$]. وهذه المحاور تمثل محاور التكاليف الاجتماعية والثقافية وكذلك الوضع الاقتصادي. وهذه النتائج تتفق مع الدراسات السابقة لكل من [Gursoy and Rutherford, 2004] و [Jurowski et al., 1997].

وتدل هذه النتائج على أن الفرد المرتبط بمجتمعه بدرجة أعلى يتولد لديه

درجة أكبر من التفاؤل تجاه العوائد الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للأنشطة السياحية.

هذه العلاقات المباشرة بين "الارتباط المجتمعي" والعوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تقترح أنه كلما زاد ارتباط الشخص بمجتمع الإمارات فإن هناك احتمالاً أكثر في أن يتوقع أن تجلب السياحة عوائد ومنافع مختلفة للدولة إذا قورن بالأشخاص الذين لا يتمتعون بالدرجة نفسها للارتباط بمجتمع الإمارات. وهذا ينطبق على المواطنين والمقيمين على حد سواء.

المجموعة الثالثة:

أما المجموعة الثالثة من الفرضيات فتركزت حول العلاقة بين "القلق المجتمعي" والمحاور الأخرى في النموذج. وتشير التحاليل إلى قبول الفرضية الخاصة بالعلاقة بين "القلق المجتمعي" و"التكاليف الاجتماعية" فقط؛ أي أنه تم عدم قبول الفرضيات الأخرى [H19 حيث $(b=0.085)$] و [H21]؛ حيث $(b=0.077)$ و H22 [حيث $(b=0.079)$]. وهذه النتائج تتفق مع نتائج بعض الدراسات الأخرى ولكن ليس بشكل كامل.

ويجب أن نشير في هذا المجال إلى أن معظم الدراسات السابقة توصلت أيضاً إلى نتائج متفاوتة فيما يخص العلاقة بين "القلق المجتمعي" والمحاور الأخرى، وخاصة المحاور التي تخص التكاليف المتوقعة للأنشطة السياحية بحسب توقع الفرد المقيم [Allen et al., 1988; Ritchie, 1988; Mathieson al wall, 1982; Keogh, 1990; Purdue et al., 1990; Gursoy and Rutherford, 2004; Gursoy et al, 2002].

والخلاصة، فيما يتعلق بمحور "القلق المجتمعي"، أنه لا يبدو أنه يؤثر بشكل واضح سواء على مقدار الدعم المقيم المجتمعي للسياحة أم توقعاته للعوائد الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية، أم توقعاته للتكاليف الثقافية.

المجموعة الرابعة:

المجموعة الرابعة من الفرضيات عنيت "بالقيم البيئية" للمواطن والمقيم

ومدى علاقتها بالمحاور الأخرى. ويتضح من التحليل عدم قبول أربع فرضيات خاصة بهذا المحور، حيث لم يوجد دليل إحصائي لأية علاقة بين "القيم البيئية" وبين "التكاليف الاجتماعية" $b = 0.011$ و "العوائد الثقافية" $b = 0.036$ و "التكاليف الثقافية" $b = -0.086$ و "الوضع الاقتصادي" $b = 0.049$. وقد تشير هذه النتائج إلى أن الأفراد المقيمين الذين يتصفون بقيم ومواقف بيئية عالية لا يأبهون كثيراً بالتكاليف الثقافية والاجتماعية المتوقعة من السياحة والوضع الاقتصادي والعوائد الثقافية ولكنهم من ناحية أخرى يهتمون "بالعوائد الاقتصادية" و "العوائد الاجتماعية"، للسياحة.

ومعظم الدراسات التي أجريت في هذا المجال أيضاً توصلت إلى نتائج متباينة حول محور "القيم البيئية" والمحاور الأخرى. لقد أصبح الاهتمام بالقضايا البيئية من ضمن الأولويات المجتمعية في دولة الإمارات بعد الحملات الإعلانية المكثفة التي قامت بها أجهزة الدولة مؤخراً، وعلى الرغم من ذلك فإن نتائج الدراسة تشير إلى أن عينة الدراسة لا تكثر بالنتائج البيئية المترتبة على تطوير البنية التحتية لجلب السياح، إلى دولة الإمارات.

المجموعة الأخيرة:

أما المجموعة الأخيرة من الفرضيات فقد عنيت بالعلاقة بين محور "استغلال الموارد والمرافق والبنى السياحية" والمحاور الأخرى في النموذج العام. حيث يتضح من الجدول رقم (٤) قبول أربع فرضيات، وهي H29، H30، H31، H34 وتخص محوري العائد الاقتصادي والعائد الثقافي المتوقع للسياحة، وكذلك محور الوضع الاقتصادي. وهذا يعني عدم قبول الفرضيتين اللتين عنيتا بالتكاليف الثقافية والاجتماعية [H32 حيث $b = 0.059$ و H33 حيث $b = -0.073$].

وهذه النتائج تتفق بشكل جزئي مع دراسة [Lankford's, 1996; Hampton, 2005]. هذه النتائج تشير إلى أن الفرد المقيم في الإمارات يدعم السياحة لدرايته بالاستفادة من البنية التحتية بعد رحيل السياح. وبناء عليه فهو لا يكثر كثيراً بالتكاليف المتوقعة من السياحة.

ويتضح من الشكل رقم (٢) أيضاً وجود علاقة مباشرة بين "العوائد الاقتصادية" وبين "الدعم المجتمعي"، وهذه نتيجة تتفق مع دراسة [Gursoy and Rutherford, 2004]. وهذه النتائج تدل على أن المواطن لديه إدراك بأن العوائد الاقتصادية المتوقعة من السياحة تؤدي إلى تحسين الأوضاع الاقتصادية، ومن ثم تؤدي إلى دعمه للسياحة.

لقد وجدنا عند عملية التحليل أن إضافة مسارات بين محاور التكاليف والعوائد وبعضها بعضاً قد تحسن من المؤشرات الإحصائية للنموذج المقترح. وهذه النقطة أشار إليها كل من [Gursoy and Rutherford, 2004] أيضاً. وبالفعل فإن نتائج التحليل (بحسب الشكل رقم (٢)) توضح وجود تفاعل بين محاور "العوائد الاقتصادية" و"التكاليف الاجتماعية" وكذلك "التكاليف الثقافية". وهذه النتائج تشير إلى أن دعم المواطن والمقيم للسياحة في الإمارات لا يتم من خلال محاور مستقلة ومنفصلة، ولكنه يحصل نتيجة تفاعلات بين عدة محاور، حيث إن بعض هذه التأثيرات مباشرة وبعضها غير مباشرة، عن طريق مجموعة من المحاور الأخرى؛ أي أن مدى تأثر المواطن بمتغير معين قد يؤثر على توقعاته لمتغيرات أخرى داخل الإطار النظري الذي تم اقتراحه في هذه الدراسة والدراسات السابقة. فعلى سبيل المثال، إذا كان المواطن يدرك أهمية العوائد الاقتصادية للسياحة فإن هذا الإدراك يؤثر أيضاً على توقعاته للعوائد الأخرى، ومن ثم مقدار الدعم السياحي الذي سوف يقدمه.

وأشارت النتائج النهائية للنموذج المقترح من خلال الشكل رقم (٢) إلى أن النموذج يقوم بتفسير نسبة ٦٤,٣٪ من التباين لمدى دعم المواطن والمقيم في الإمارات، للسياحة. ويجب أن نذكر في هذا المجال أن النموذج الذي اقترحه [Gursoy and Rutherford, 2004] قام بتفسير ما يقارب ٦٢٪ من التباين، في حين أن النموذج الذي اقترحه دراسة [Gursoy et al., 2002] قام بتفسير ٤٤٪ من التباين فقط.

نتائج الدراسة الحالية تشير إلى أن دعم السياحة في الإمارات يمكن أن يتم

تفسيره، ومن ثم تفهمه بشكل أفضل إذا أخذ في الاعتبار وجود محاور تمثل العوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وكذلك التكاليف الاجتماعية والثقافية المتوقعة من السياحة. ويجب أن يؤخذ في الاعتبار - بشكل أساسي - التكامل الموجود والتفاعل بين هذه المحاور بعضها مع بعض، وكذلك التأثير المباشر لمدى ارتباط الفرد بالمجتمع ومقدار القلق الذي يساوره إلى جانب قيمته البيئية عند توقعاته بمدى الاستفادة من الأنشطة والبرامج، ومن ثم البنى التحتية التي تبقى ليتمتع بها سواء كان ذلك لمواسم سياحية أو غيرها.

ثالث عشر - دلالات الدراسة:

إن دراسة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للعوامل والمقومات الرئيسية لمستوى الدعم المجتمعي للسياحة كانت الهدف الأساسي للدراسة الحالية؛ حيث إن السياحة في الإمارات ذات أهمية خاصة ليس للعائد المادي للنشاط السياحي فقط ولكن لإنماء صورة دولة الإمارات في ذهن المجتمع الدولي ووضع تلك البلاد على خريطة السياحة العالمية أيضاً.

بناء على نتائج الدراسة الحالية نخلص إلى ما يأتي:

١ - في الإمارات العديد من المحاور المتشابهة، تمثل العوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وكذلك التكاليف الاجتماعية والثقافية المتوقعة من السياحة، ولكن على الدولة أ - مناقشة تلك العوائد الاجتماعية والاقتصادية للسياحة وتوضيحها بكل صراحة وشفافية. ب - تقوية ارتباط الفرد بالمجتمع الإماراتي لما له من عوائد إيجابية على الأنشطة السياحية. وهذا يمكن عن طريق المؤتمرات والتصريحات الحكومية.

٢ - لكي يشجع السكان السياحة في البلاد فإن على الدولة تنظيم المرور وتجنب الاختناقات المرورية التي قد تنجم عن السياحة مما يؤثر بالسلب على دعم المجتمع للسياحة. ويمكن تجنب هذه الاختناقات - على سبيل المثال - عن طريق زيادة الإشارات المرورية وزيادة وعي السكان

المروري عن طريق البرامج التلفزيونية والإذاعية التي ترشد السكان إلى الابتعاد عن الزحام الذي قد ينجم عن السياحة.

٣ - الحفاظ على التراث وراحة السكان في الإمارات لأمر بالغ الأهمية، وبناء عليه فإن التخطيط العمراني في الإمارات يجب أن يركز على المناطق البعيدة عن المناطق السياحية.

٤ - وأخيراً، أكدت نتائج الدراسة أن حماية الهوية الثقافية ذات شأن خاص بالنسبة للسكان؛ لهذا فإن الاحتكاك والتبادل الثقافي بين السكان والسياح يجب أن يكون مدروساً ومحددًا، وهو ما يزيل أي شعور سلبي لدى السكان، ومن ثم ينجم عنه تشجيع أكثر للسياحة.

وبناء على ذلك، فإن اختبار نموذج شامل للسياحة يحتوي على دراسة التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للعوامل والمقومات الرئيسة لمستوى الدعم المجتمعي للسياحة ل ذو أهمية قصوى. حيث إن تلك الدراسة تؤكد تشابك كل تلك العوامل التي تؤثر في دعم الأنشطة والبرامج السياحية وإنجاحها. ومن ثم تعطي فكرة شاملة و دراية واعية للموقف الحالي في الإمارات، وتسهم أيضاً - بشكل كبير - في معرفة الأسلوب الأنسب لكيفية تشجيع المجتمع الإماراتي على تقبل السياح ومن ثم إنجاح الأنشطة السياحية.

الخاتمة والتوصيات:

لقد كان الهدف من هذه الدراسة اختبار نموذج شامل لتعرف المقومات اللازمة لدعم الأنشطة السياحية من قبل المواطن والمقيم في دولة الإمارات. وتمت الاستعانة بشكل أساسي بالنموذج الذي تم تطويره من قبل [Gursoy and Rutherford, 2004] ولكن بعد إجراء بعض التعديلات الطفيفة عليه. ويعتمد النموذج بشكل أساسي على جذور نظرية وأدبية راسخة في مجال الدعم السياحي؛ حيث يربط بشكل متكامل أربعة محاور (خارجية) وهي مدى "الارتباط المجتمعي" و "القلق المجتمعي" و "مستوى القيم البيئية" وكذلك مدى تقدير الفرد "لاستغلال موارد السياحة وبنائها" مع خمسة متغيرات

(داخلية) تعنى بالعوائد والتكاليف المتوقعة للسياحة من جهة، وبمحور المتغير التابع النهائي وهو "مقدار الدعم للسياحة". وهذه المتغيرات الداخلية الخمسة هي العوائد الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والتكاليف الاجتماعية والثقافية.

ويحتوي النموذج أيضاً على محور وسط، يتمثل في موقف الفرد أو إدراكه للوضع الاقتصادي المحلي ومدى تفاعل ذلك وتأثيره أيضاً على المحاور الأخرى في النموذج. وقد طبق النموذج على الأفراد المواطنين والمقيمين في المدن المختلفة في الإمارات. واستخدم أسلوب تحليل متقدم وهو نموذج المعادلات الهيكلية لاختبار النموذج بشكل شامل. والنموذج النهائي الذي احتوى على (١٨) مساراً وضعت لها فرضيات تم اختبارها، و (٣) مسارات أخرى لم يتم وضع فرضيات لها. واستطاع هذا النموذج تفسير نسبة ٦٤,٣٪ من التباين، وهي نسبة عالية إذا ما قورنت بنتائج الدراسات السابقة.

وبعد إجراء تحاليل الاعتمادية والمصادقية اشتمل النموذج النهائي على (١١) محوراً رئيسياً وعلى (٣٥) متغيراً تفصيلياً، لهذه المحاور. وحظيت هذه المحاور بدرجات اعتمادية عالية راوحت بين (٠,٧٨٠) و (٠,٩٤٨). وراوحت درجات تحميل هذه المتغيرات على المحاور بين (٠,٧٩٢) و (٠,٩٥٠)، وهي درجات مرتفعة ومقبولة. وقامت الدراسة باختبار (٣٤) فرضية تم التحقق من صحة (١٨) منها، ومن ثم قبولها وعدم قبول الفرضيات الأخرى.

وتشير نتائج التحليل إلى وجود تأثيرات مباشرة لمعظم المحاور على محور "الدعم المجتمعي للسياحة" وكذلك وجود تأثيرات غير مباشرة من خلال محاور وسطية أخرى. وهذا يعني وجود تفاعلات كثيرة بين المحاور وبعضها بعضاً كنظام متكامل. وتشير الدراسة إلى أن المجتمعات التي تسعى لتطوير الأعمال السياحية يجب أن تراعي أن الدعم السياحي من قبل المواطن والمقيم ذو أبعاد مختلفة ومتداخلة ومتفاعل بعضها مع بعض [Gursoy and Rutherford, 2004; Gunn, 1988].

ولعل النتائج المترتبة على هذه الدراسات والدراسات السابقة والدراسة الحالية يمكن أن تكون مرجعاً لمتخذي القرارات السياحية ومتخذي القرارات الحكومية والاقتصادية الأخرى، التي تحتم عليهم ضرورة الأخذ في الاعتبار أبعاداً مختلفة للسياحة ونجاح الأنشطة المرتبطة بها إذا أرادوا أن تكلل جهودهم بالنجاح والدعم المحلي لها؛ أي أن أخذ آراء المقيمين والمواطنين وتعرف المقومات التي تؤثر في مدى دعمهم للأنشطة السياحية تؤدي بالفعل إلى احتمال نجاح هذه الأنشطة السياحية بدرجة أكبر. ونتائج هذه الدراسة تعتبر مهمة أيضاً للمديرين والمسؤولين في المحالّ والأنشطة التجارية، الذين يحاولون الاشتراك في الأنشطة السياحية وتقديم البرامج المختلفة التي تهتم السياح وتجذبهم، وبالطبع تجذب أيضاً المواطنين والمقيمين في البلاد كسياحة داخلية.

وتشير النتائج إلى أن هناك خمسة مقومات رئيسة قد تؤثر في مدى إدراك المواطن والمقيم للمؤثرات المختلفة (التكاليف والعوائد)، ومن ثم تؤثر في مدى دعمه أو عدم دعمه للأنشطة السياحية المختلفة. وهذه المقومات الخمسة هي "الارتباط المجتمعي" و"القلق المجتمعي" و"القيم البيئية" والوضع الاقتصادي المحلي" و"مدى الاستفادة من المرافق والموارد والبنى التحتية للسياحة". وتشير الدراسة إلى أن هذه المحاور الخمسة لها تأثيرات مختلفة ومتباينة من بيئة لأخرى، بحسب الظروف الخاصة بها.

وهذه النتائج تعني أن متخذي القرارات والسياسات السياحية وقبل البدء في التخطيط للأنشطة السياحية يجب أن يقوموا أولاً بإجراء المسوحات الميدانية والبحوث لتعرف مستوى الربط المجتمعي للأفراد ومواقفهم وقيمهم البيئية ومدى إدراكهم وتخوفاتهم من الوضع الاقتصادي المحلي والنفقات والقلق المتولد لديهم، وكذلك لتعرف هؤلاء الذين يستخدمون المرافق والبنى السياحية من المواطنين والمقيمين. وبعد تعرف خصوصياتهم بشكل أفضل وتعرف المجموعات السكانية المختلفة يمكن لمتخذي القرارات والسياسات السياحية أن يتفهموا موقف هذه المجموعات، ومن ثم العمل على إيجاد

استراتيجيات للاتصال بهم والتقليل من تخوفاتهم ومحاولة الإجابة عن الأمور غير الواضحة لديهم، ومن ثم تطوير الأنشطة السياحية التي تعطي احتمالات أكبر لدعم المجتمع لها.

وتشير نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة مباشرة بين عنصرين من عناصر المتغيرات الخارجية، وهما "الارتباط المجتمعي" و"استغلال موارد السياحة وبناءها" على المتغير التابع النهائي وهو مقدار "الدعم المجتمعي" للأنشطة السياحية. ولكن هناك عناصر وسطية أيضاً تتفاعل مع هذين العنصرين وتنقل التأثير بشكل غير مباشر لتؤثر على مقدار الدعم المجتمعي للأنشطة السياحية. فنلاحظ مثلاً أن "الوضع الاقتصادي" يعتبر محوراً وسطياً يربط بين "الارتباط المجتمعي" و"استغلال موارد السياحة وبناءها" من جهة وبين مقدار الدعم المجتمعي من جهة أخرى؛ أي أن المواطن والمقيم الذي يرتبط بالمجتمع الإماراتي بشكل أكبر ويرى أن البنية التحتية للسياحة يمكن أن تستغل بشكل جيد يقوم بإظهار دعم أكبر للأنشطة السياحية لضرورة تحسين الأوضاع الاقتصادية في البلاد.

وهذا يعني ضرورة قيام متخذي القرارات السياحية وواضعي السياسات الاستراتيجية بتعرف هؤلاء المقيمين والمواطنين الذين يشعرون بضرورة تحسين الأوضاع الاقتصادية في البلاد عن طريق دعم الأنشطة السياحية. ويمكن تعرف هؤلاء المهتمين عن طريق طرح مسابقات بحثية عن السياحة ودعوتهم إلى الاشتراك في تلك المسابقات وطرح أفكارهم بعرض نتائج أبحاثهم في مؤتمرات تنظمها الحكومة. ويمكن من ثم العمل على نقل وجهة نظرهم في أهمية السياحة للإمارات إلى جميع المواطنين والمقيمين. وهذا يعني تركيز الجهود لاشتراك هؤلاء في نشر الوعي والتسويق الأفضل للبرامج السياحية أيضاً من خلال النشرات والندوات التي تشرح مدى تأثير هذه البرامج على تحسين الأوضاع الاقتصادية.

وتشير النتائج أيضاً إلى أن هؤلاء الذين يتمتعون بارتباط أكبر مع مجتمع

الإمارات (من حيث مستوى الرضا عن المجتمع المحلي والإحساس بالحن عند الابتعاد عن المجتمع) يرون أن السياحة لها عوائد ثقافية واجتماعية واقتصادية عالية، ومن ثم يدعمون الأنشطة السياحية بشكل أكبر مقارنة بالآخرين المقيمين في الإمارات الذين لا يشعرون بالدرجة نفسها من الارتباط. ومن المؤكد أن شعورهم وارتباطهم بدولة الإمارات يؤهلهم لتفهم مدى استفادة الدولة من السياحة، ومن ثم أهمية السياحة للدولة، وبناء على ذلك يدعمون كل ما هو صالح للدولة.

والمقصود بدعم الأنشطة السياحية كما ناقشها Gursoy and Kendall (2004) Gursoy and Rutherford (2006) هو الاستعداد للمساهمة في تنشيط السياحة والترحيب بها. هذا الدعم والاستعداد يتوافر بصفه خاصة - كما سيتم الشرح بالتفصيل لاحقاً - عندما يجد السكان أن فائدة السياحة (على سبيل المثال المرافق المعدة للسياح قد يسمح للسكان استخدامها أيضاً) تفوق التكلفة (على سبيل المثال تضخم الأسعار، الضرائب التي تفرض على كل من السياح والسكان على حد سواء).

هذه النتيجة (ارتباط السكان بالمجتمع والعوائد الثقافية والاجتماعية الخاصة المتصلة به) قد تكون مهمة لمتخذي القرارات السياحية وواضعي السياسات وخاصة عند إجراء المقابلات لتوظيف الأفراد من المجتمع في إدارة البرامج السياحية وتسويقها. وهذا يعني وجوب دراسات ميدانية في البداية لتعرف هؤلاء الذين يتمتعون بارتباط أعلى بالمجتمع الإماراتي في الأساس (على سبيل المثال) عن طريق إجراء اختبارات نفسية للمتقدمين للوظائف لتفهم نفسياتهم وطريقة تفكيرهم. ومدى ملاءمة شخصياتهم مع العمل والإقامة في دولة الامارات.

وتظهر النتائج أيضاً أن الأفراد المواطنين والمقيمين الذين يشعرون أن البرامج والأنشطة السياحية سوف تخلق بنية تحتية سياحية يمكن أن تستمر كوسائل ترفيهية في الإمارات حتى بعد مواسم السياحة يدركون وبشكل أكبر

العوائد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسياحة. ومن ثم يظهرون دعماً أكبر للسياحة مقارنة بالآخرين. وهذه النتيجة قد تدعو متخذي القرارات السياحية وواضعي السياسات الاستراتيجية إلى ضرورة التركيز على الأنشطة السياحية التي يمكن أن تبقى وتستمر في جميع المواسم لكي تستغل من قبل المواطنين والمقيمين، ولكي تكون بنية تحتية لا يمكن أن تزول بمجرد انتهاء الموسم السياحي. وخلق هذه الأنشطة والبرامج التي تتمتع بهذه المواصفات يمكن أن تزيد من مقدار الدعم للسياحة في الإمارات.

وتظهر النتائج أيضاً أن عنصر "القلق المجتمعي" و"القيم البيئية" لا تؤثران بشكل كبير على مقدار الدعم للسياحة إذا ما قورنا بعنصري "الارتباط المجتمعي" و"استغلال موارد السياحة وبنائها". وتظهر النتائج أن هؤلاء المواطنين والمقيمين الذين يشعرون بقلق أكبر للتأثير السلبي للسياحة يشعرون أيضاً أن هناك "تكاليف اجتماعية" متزايدة للأنشطة السياحية، وهذا الشعور يؤثر في مقدار دعمهم للسياحة في الإمارات. ويجب على متخذي القرارات في الحكومة ضرورة مراعاة نشر النتائج العلمية والمؤشرات التي تدل على عدم وجود أي تأثير سلبي للسياحة من الناحية الاجتماعية على المجتمع، ومن ثم التقليل من "القلق" لدى هؤلاء المواطنين والمقيمين الذين يشعرون بقلق أكبر للتأثير السلبي للسياحة، ويشعرون أيضاً أن هناك "تكاليف اجتماعية" متزايدة للأنشطة السياحية، وهذا الشعور بالطبع يؤثر على مقدار دعمهم للسياحة في الإمارات.

وإذا كانت هناك تحفظات لدى عينة من المواطنين والمقيمين في الإمارات فلا بد من تعرف هذه الفئة أولاً ومن ثم رسم الخطط والسياسات الإعلانية ووسائل الاتصال بهم وتناول جميع الموضوعات التي تكون منبعاً للقلق لديهم ومناقشتها بشكل موضوعي لإزالة هذا "القلق". وبالطبع فإن هذه الجهود ستزيد من الدعم المقدم للسياحة.

ويجب على الدراسات المستقبلية أن تراعي اختلاف التركيز على السياحة

من مدينة إلى أخرى. فمن المعروف أن مدينة دبي تركز على السياحة وتسعى لبناء أساس متين لذلك بشكل أكبر إذا ما قورنت بالإمارات والمدن الأخرى في الدولة. ونلاحظ أيضاً أن الدراسة الحالية - في تقديم نتائجها - لم تراعى طبيعة الاختلاف بين المواطن الإماراتي والمقيم في الإمارات في مدى إدراكهما للمحاور الرئيسية في النموذج، ومن ثم مقدار الدعم للسياحة. ويمكن للدراسات المستقبلية أن تراعى هذه الظروف من خلال تحاليل التباين.

وهناك متغيرات أخرى يجب على الدراسات المستقبلية أن تتعرف مدى تأثيرها على النتائج النهائية. ومعظم هذه المتغيرات ذات طبيعة ديموغرافية مثل العمر، والجنس، والحالة التعليمية، والحالة الاجتماعية، ومستوى الدخل، والجنسية ومنطقة الإقامة. وحيث إن الدراسة الحالية اعتمدت في الأساس على آراء العينات التي اشتركت في الدراسة فإن الدراسات المستقبلية يجب أن تقوم بإضافة معلومات ومؤشرات اقتصادية واجتماعية وثقافية أولية كمتغيرات إضافية لتكون مقنعة لجميع الأشخاص المعنيين بوضع السياسات والاستراتيجيات السياحية في الدولة.

المراجع

- "Crime and tourism: a study of perceptions in the pacific northwest in tourism, crime and international security issues". (1996), A. Pizam and Y. Mansfeld, eds., pp. 51-58. West Sussex: Wiley.
- Akis, S., N. Peristianis, and J. Warner. (1996), "Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus". *Tourism Management* 17:481-494.
- Allen, L., H. Hafer, R. Long, and R. Perdue. (1993), "Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development". *Journal of Travel Research* 31(4):27-33.
- Allen, L., P. Long, R. Perdue, and S. Kieselbach. (1988), "The impact of tourism development on residents' perception of community life". *Journal of Travel Research* 27(1):16-21.
- Amador, L. (2005), "Tourism: a facilitator of social awareness in an indigenous Mexican community". *Review of Policy Research* 22(5): 709-720.
- Andereck, K., and C. Vogt. (2000), "The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options". *Journal of Travel Research* 39:27-36.
- Andereck, K., K. Valentine, R. Knopf, C. Vogt. (2005), "Residents' perceptions of community tourism impacts". *Annals of Tourism Research* 32(4): 1056-1076.
- Anderson, J., and D. Gerbing. (1988), "Structural Equation Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach". *Psychological Bulletin* 103:411-423.
- Aradhyula, S., R. Tronstad. (2003), "Does tourism promote cross-border trade?" *American Journal Of Agricultural Economics* 85(3): 569-579.
- Bentler, P. (1990), "Comparative Indexes in Structural Models". *Psychological Bulletin*, 107:238-246.
- Besculides, A., M. Lee, and P. McCormick. (2002), "Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism". *Annals of Tourism Research* 29(2):303-319.

- Briedenhann, J., E. Wickens. (2004), "Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas - vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management* 25: 71-79.
- Brunt, P., and P. Courtney. (1999), "Host perceptions of socio-cultural impacts". *Annals of Tourism Research*, 26:493-515.
- Central Intelligence Agency The world Factbook
<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ae.html>. People
- Cheng, J. (1980), "Tourism: how much is too much? lessons for Canmore from Banff". *Canadian Geographer* 23:72-80.
- Cohen, E. (1988), "Tourism and aids in Thailand". *Annals of Tourism Research* 15:467-486.
- Davis, D., J. Allen, and R. Cosenza. (1988), "Segmenting local residents by their attitudes, interests and opinions toward tourism". *Journal of Travel Research* 27(3):2-8.
- Desbiolles, F. (2006), "More than an industry: the forgotten power of tourism as a social force" *Tourism Management* (forth coming).
- Esman, M. (1984), "Tourism as ethnic preservation: the Cajuns of Louisiana". *Annals of Tourism Research* 11:451-467.
- Getz, D. (1986), "Models in tourism planning toward integration of theory and practice". *Tourism Management* 7:21-32.
- Gunn, C. (1988), "Tourism Planning". New York: Taylor and Francis.
- Gursoy, D., C. Jurowski, and M. Uysal. (2002), "Resident attitudes: a structural modeling approach". *Annals of Tourism, Research* 29:79-105.
- Gursoy, D.; Kendall, K. (2006), " Hosting mega events: Modeling locals' support" *Annals of Tourism Research*. 33 (3): 603-623.
- Gursoy, D., D. Rutherford. (2004), "Host attitudes toward tourism - an improved structural model". *Annals of Tourism Research* 31(3): 495-516.
- Haber, S., A Reichel. (2005), "Identifying performance measures for small ventures - the case of the tourism industry". *Journal of Small Business Management* 43(3): 257-286.

- Hair, J., R. Anderson, R. Tatham, and W. Black. (1998), "Multi-variate Data Analysis" (5th ed.). Upper Saddle River NJ: Prentice Hall.
- Hampton, M. (2005), "Heritage, local communities and economic development". *Annals of Tourism Research* 32(3): 735-759.
- Harris, C., W. McLaughlin, and G. Brown. (1998), "rural communities in the interior columbia basin: how resilient are they?" *Journal of Forestry* 96:11-15.
- Harrison, D. (1992), "Tourism to less developed countries: the social consequences in tourism and less developed countries". London: Bellhaven.
- Hoelter, J. (1983), "The analysis of covariance structures: goodness-of-fit indices". *Sociological Methods and Research* 11:325-344.
- Hu, L., and P. Bentler. (1995), "Evaluating Model Fit. In *Structural Equation Modeling: Concepts, Issues and Applications*", R. Hoyle, ed., pp. 76-99. Thousand Oak, CA: Sage.
- Husband, W. (1989), "Social statue and perception of tourism in Zambia". *Annals of Tourism Research* 16:237-255.
- Johnson, J., D. Snepenger, and S. Akis. (1994), "Residents' perceptions of tourism development". *Annals of Tourism Research* 21:629-642.
- Jones, C., M. Munday. (2004), "Evaluating the economic benefits from tourism spending through input-output frameworks: issues and cases". *Local Economy* 19(2): 117-133.
- Joreskog, K. (1993), "Testing Structural Equation Models. In *Testing Structural Equation Models*", K. Bollen and J. Long, eds., pp. 294-316. Newbury Park, CA: Sage.
- Joreskog, K., and D. Sorbom. (1989), "LISREL 7: User's Reference Guide" (1st ed.). Chicago: Scientific Software.
- Jurowski, C., M. Uysal, and R. Williams. (1997), "A Theoretical analysis of host community resident reactions to tourism". *Journal of Travel Research* 36(2):3-11.
- Kendall, K., and T. Var. (1984), "The Perceived Impact of Tourism: The State of the Art". Vancouver: Simon Fraser University.

- Keogh, B. (1990), "Resident and recreationists' perceptions and attitudes with respect to tourism development". *Journal of Applied Recreation Research* 15(2):71-83.
- Knopp, T.B. (1980), "Tourism: The local interest and the function of public lands. in tourism planning and development issues", D. Hawkins, E. Shafer and J. Rovelstad, eds., pp. 225-238. Washington, DC: George Washington University.
- Koster, R., J. Randall. (2005), "Indicators of community economic development through mural-based tourism". *The Canadian Geographer* 49(1): 42-60.
- Kousis, M. (1989), "tourism and the family in a Rural Cretan Community". *Annals of Tourism Research* 16:318-332.
- Kyriakidou, O., J. Gore. (2005), "Learning by example: benchmarking organizational culture in hospitality, tourism and leisure SMEs". *Benchmarking: An International Journal* 12(13): 192-206.
- Lankford, S. (1994), "Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development". *Journal of Travel Research* 32(4):35-43.
- Lankford, S., and D. Howard. (1994), "Developing a tourism attitude impact scale". *Annals of Tourism Research* 21:121-139.
- Lindberg, K., and R. Johnson. (1997), "Modeling resident attitudes toward tourism". *Annals of Tourism Research* 24:402-424.
- Liu, J., and T. Var. (1986), "Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii". *Annals of Tourism Research* 13:193-214.
- Liu, J., P. Sheldon, and T. Var. (1987), "Residents perceptions of the environmental impacts of tourism". *Annals of Tourism Research* 14:17-37.
- MacKay, K., J. Campbell. (2004), "An examination of residents' support for hunting as a tourism product". *Tourism Management* 25: 443-452.
- Mansfeld, Y. (1992), "Group-differentiated perceptions of social impacts related to tourism development". *Professional Geographer* 44:377-392.

- Mason, P., J. Cheyne. (2000), "Residents' attitudes to proposed tourism development". *Annals of Tourism Research* 27(2): 391-411.
- Mathieson, A., and G. Wall. (1982), "Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts. New York: Longman.
- McCool, S., and S. Martin. (1994), "Community attachment and attitudes toward tourism development". *Journal of Travel Research* 32(3):29-34.
- McKean, P. (1978), "Economic dualism and cultural involution in Bali. In *Host and Guests: The Anthropology of Tourism*", V. Smith, ed., pp. 93-108. Oxford: Blackwell.
- Mulaik, S., L. James, J. Alstine, N. Bennett, S. Lind, and C. Stilwell. (1989), "Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models". *Psychological Bulletin* 10:430-445.
- O'Leary, J. (1976), "Land use redefinition and the rural community: disruption of community leisure space". *Journal of Leisure Research* 8:263-274.
- Perdue, R., P. Long, and L. Allen. (1990), "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research* 17:586-599.
- Perez, E., J. Nadal. (2005), "Host community perceptions: a cluster analysis". *Annals of Tourism Research* 32(4): 925-941.
- Pizam, A. (1978), "Tourism's Impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents". *Journal of Travel Research* 16(4):8-12.
- Pizam, A., and A. Milman. (1986), "The Social impacts of tourism". *Tourism Recreation Research* 11:29-32.
- Ridley, S. (1995), "Towards a new business culture for tourism and hospitality organizations". *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 7(7): 36-43.
- Ritchie, J. (1988), "Consensus policy formulation in tourism". *Tourism Management* 9: 199-216.
- Sethi, V., and W. King. (1994), "Development of measures to assess the extent to which an information technology application provides competitive advantage". *Management Science* 40:1601-1624.

- Sethna, R., and B. Richmond. (1978), "U.S. Virgin Islanders' perceptions of tourism". *Journal of Travel Research* 17(1):30-37.
- Shan, J., K. Wilson. (2001), "Causality between trade and tourism: empirical evidence from China". *Applied Economic Letters* 8: 279-283.
- Sharpley, R. (1994), *Tourism, tourists and society* Huntingdon: ELM.
- Sheldon, P., and T. Var. (1984), "Resident attitudes to tourism in North Wales". *Tourism Management* 5:40-47.
- Stoeckl, N., R. Greiner, C. Mayocchi. (2006), "The community impacts of different types of visitors: an empirical investigation of tourism in North-west Queensland". *Tourism Management* 27: 97-112.
- Tosun, C. (2002), "Host perceptions of impacts: a comparative tourism study". *Annals of Tourism Research* 29:231-245.
- Tsaour, S., Y. Lin, J. Lin. (2006), "Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism". *Tourism Management* (forthcoming).
- Turton, S. (2005), "Managing environmental impacts of recreation and tourism in rainforests of the West Tropics of Queensland World Heritage area". *Geographical Research* 43(2): 140-151.
- Um, S., and J. Crompton. (1987), "Measuring resident's attachment levels in a host community". *Journal of Travel Research* 26(2):27-29.
- Var, T., K. Kendall, and E. Tarakcoglu. (1985), "Residents attitudes toward tourists in a Turkish resort town". *Annals of Tourism Research* 12:652-658.
- Walpole, M., and H. Goodwin. (2000), "Local economic impacts of dragon tourism in Indonesia". *Annals of Tourism Research* 27:559-576.
- Williams, J., and R. Lawson. (2001), "Community issues and resident opinions of tourism". *Annals of Tourism Research* 28:269-290.
- World Travel and Tourism Council. (2005), < <http://www.wttc.org/news99.htm> > .

- Yoon, Y., J. Chen, and D. Gursoy (1999), "An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics". *Anatolia* 10(1): 29-44.
- Yoon, Y., D. Gursoy, and J. Chen. (2001), "Validating a tourism development theory with structural equation modeling". *Tourism Management* 22: 363-372.