

نشریه علمی- پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی، سال ۲۱، شماره ۵۹، بهار ۱۳۹۶، صفحات ۱۷۴-۱۵۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۵/۰۳

تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۳/۱۱/۱۸

بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری (مطالعه موردی: استان آذربایجان غربی)^۱

محمدتقی رهنمایی^۲
اسماعیل علی‌اکبری^۳
اسماعیل صفرعلی‌زاده^۴

چکیده

گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین محرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است. بدین جهت، اثربخش کردن هرچه بیش‌تر توسعه گردشگری و ارتقاء پیامدهای مثبت آن، نیازمند شناخت و توجه ویژه به توانمندسازی است. هدف پژوهش حاضر، بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی است. این مطالعه از نظر ماهیت «توصیفی-تحلیلی» و از نظر هدف «کاربردی» است و در راستای پاسخ به این سوال است که: آیا توانمندسازی مؤلفه‌های «جوامع محلی (از بعد مشارکت)، نیروی انسانی (تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان) و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری» در توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی مؤثر است؟ جامعه آماری مورد بررسی در این پژوهش، کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی است که به‌علت گستردگی محدوده پژوهش و عدم اطلاع دقیق از تعداد افراد جامعه مورد مطالعه، با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی مجموعاً

۱- این مقاله برگرفته از رساله دوره دکتری با عنوان «توانمندسازی فضایی- عملکردی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی» است.

۲- دانشیار رشته جغرافیای شهری و گردشگری دانشگاه تهران.

۳- دانشیار رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

۴- دانشجوی دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. Email:kamyar_82@yahoo.com

۱۰۰ نفر به‌عنوان نمونه تعیین و انتخاب گردیده است. جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، از شیوه‌های آمار توصیفی و هم‌چنین در بخش آمار استنباطی جهت آزمون فرضیات پژوهش، از آزمون کای اسکوار (کی دو) استفاده شده است. نتایج حاکی از آن است که مؤلفه‌های توانمندسازی جوامع محلی (از بعد مشارکت)، نیروی انسانی (تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان) و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری با توانمندسازی توسعه گردشگری استان رابطه معناداری دارند و از بین آن‌ها، مؤلفه «توانمندسازی نیروی انسانی (تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان)»، بیش‌ترین تأثیر را بر توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی دارد.

واژگان کلیدی: گردشگری، توانمندسازی، توسعه، آذربایجان غربی.

مقدمه

گردشگری فعالیتی اجتماعی است که شامل رفتار انسانی، استفاده از منابع، تعامل با دیگران، اقتصاد و محیط است (Holden, 2000: 3). گردشگری یکی از رشد یافته‌ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم است و اغلب به عنوان یک کلید برای رشد اقتصادی هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم در حال توسعه استفاده می‌شود (Font and Ahjem, 1999: 63) به طوری که دکارت (۱۹۷۹) آن را گذرنامه توسعه برمی‌شمارد (زمردیان، ۱۳۸۴: ۶۲). با شروع قرن بیست و یکم، گردشگری هم‌چنان یکی از پر درآمدترین منابع دنیا بوده و رقابت فشرده‌ای میان بسیاری از کشورهای جهان برای جذب گردشگران به‌چشم می‌خورد. یکی از دلایل اصلی حمایت دولت‌ها از ترویج گردشگری در سراسر جهان، تأثیر مثبتی است که بر رشد و توسعه اقتصادی دارد (Mowforth & Munt, 2003: 8). بنابراین، با توجه به اهمیت گردشگری و نقش آن در رشد و توسعه اقتصادی و فرهنگی کشورها، لزوم توجه به این فعالیت و تلاش برای توانمندسازی آن و شناساندن جاذبه‌های گردشگری با تأکید بر توسعه منطقه‌ای امری ضروری است و سرمایه‌گذاری در این بخش، دارای آثار و تبعات اقتصادی-اجتماعی است که به‌عنوان وسیع‌ترین و متنوع‌ترین بخش درآمدزایی و کسب درآمدهای ارزی با تأکید بر برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای در سطوح محلی، ملی و

بین‌المللی است و کشورها سخت در تلاش هستند تا با ایجاد نظام‌سازی، منابع خود را در عرصه گردشگری مورد استفاده بهینه قرار دهند. در واقع، یکی از راه‌های به دست آوردن مزیت رقابتی در شرایط فعلی، با توجه به تغییرات محیطی سریع، توانمندسازی است (محمدی، ۱۳۸۸: ۱۴) زیرا توانمندسازی نوعی راهبرد کلان و قابل قبولی است که از آن برای بهبود مستمر استفاده می‌شود (وطنی، ۱۳۸۹: ۴۳). از نظر بلانچارد و همکارانش (۱۹۹۹) توانمندسازی یکی از نوید بخش‌ترین مفاهیم دنیای کسب و کار بوده که کم‌تر به آن توجه شده و علیرغم بحث‌های فراوان درباره فواید توانمندسازی، بهره‌برداری از آن اندک و ناچیز بوده است؛ ولی امروزه توانمندسازی به موضوع روزیدل گشته است (طالبیان و وفایی، ۱۳۸۸). پژوهش حاضر به منظور بررسی وضعیت عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی انجام گردیده و در صدد پاسخگویی به سوال اساسی زیر است:

- آیا توانمندسازی مولفه‌های "جوامع محلی (از بعد مشارکت)، نیروی انسانی سازمانی (تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان) و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری" در توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی مؤثر است؟

پیشینه تحقیق

با توجه به اهمیت توسعه گردشگری و تلاش برای توانمندسازی آن در روند برنامه‌ریزی، مطالعات معدودی در ایران و جهان در ارتباط با توانمندسازی گردشگری صورت گرفته است:

- مختارشاهی و مهستی (۲۰۱۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان «توانمندسازی شاخص‌های منطقه‌ای جهت توسعه پایدار گردشگری» برای پیشنهاد طرح گردشگری پایدار با مشاهده رفتار مردم و گردشگران به این نتیجه رسیدند که اگر طرح توریستی منعکس‌کننده فرهنگ هویت محل باشد تعداد گردشگران افزایش خواهد یافت.

- استرزلکا (۲۰۱۲)، در پژوهشی تحت عنوان «بررسی توانمندسازی جوامع جهت دستیابی به توسعه پایدار گردشگری در لهستان»، یک مدل جهت پیشبرد فرهنگ مشارکت

محلی از طریق توانمندسازی جوامع محلی در برنامه‌ریزی گردشگری ارائه کرده است (Strzelecka, 2012).

- سوسان دون (۲۰۰۷)، در پژوهش خود به بررسی توانمندسازی و گردشگری مبتنی بر جوامع پرداخته و نقش آن را در توانمندسازی زنان تشریح کرده است؛ وی همچنین، توانمندسازی را به عنوان یک فرایند چند بعدی (شامل ابعاد اجتماعی، اقتصادی، روانی، سیاسی و ...) معرفی کرده است (Susan Dunn, 2007: 5).

- آقایار (۱۳۸۲)، در بررسی توانمندسازی در محیط‌های رقابتی، توانمندسازی را به عنوان روشی نوین جهت بقا در محیط‌های رقابتی امروزی معرفی می‌کند و معتقد است که توانمندسازی فرایندی است که نیازمند نگرش روشن و پویا می‌باشد و همچنین برای موفقیت آن، نیازمند تدوین آیین‌نامه‌ها و روش‌های مناسب هستیم (آقایار، ۱۳۸۲: ۳۳).

- ابطحی و عابسی (۱۳۸۶)، در مطالعات خود توانمندسازی را فرایند توسعه فرهنگ معرفی می‌کنند و تشریح می‌کنند که این توسعه، خود موارد مختلفی مانند مشارکت، کسب منابع، افزایش شایستگی و ... را در بر می‌گیرد (ابطحی و عابسی، ۱۳۸۶: ۵۶).

- دسترنج (۱۳۸۳)، در مطالعه خود تشریح می‌کند که توانمندسازی برای افراد معانی متفاوتی را تداعی می‌کند؛ اما آنچه در این زمینه جدید می‌باشد، نقشی است که فناوری اطلاعات در امکان‌پذیر ساختن توانمندسازی منسجم و جامع ایفا می‌کند (دسترنج، ۱۳۸۳: ۸۳).

با توجه به حجم زیاد مطالعات صورت گرفته در کشور در زمینه گردشگری، هنوز توانمندسازی در این علم واژه‌ای مهجور و ناآشنا است و در ایران اکثر مطالعات به سمت شناسایی پتانسیل‌های گردشگری و مناطق اکوتوریستی و محورهای گردشگری سوق پیدا کرده است و توانمندسازی گردشگری چندان مورد بحث قرار نگرفته است. بنابراین پژوهش حاضر با بهره‌گیری از مفاهیم توانمندسازی در علوم مختلف سعی در ارزیابی نقش

توانمندسازی نیروهای انسانی سازمانی، مقاصد گردشگری و جوامع محلی بر توسعه گردشگری آذربایجان غربی دارد.

مبانی نظری

واژه توانمندسازی^۵ در فرهنگ آکسفورد، قدرتمند شدن، مجوز دادن، ارائه مدرک و توانا شدن معنی شده است. زیمرمن^۶ (۱۹۹۵) معتقد است توانمندسازی واژه‌ای است که ارائه تعریفی از آن سهل و ممتنع است هرکسی تصویری از آن در ذهن خود پرورش می‌دهد؛ اما حقیقتاً افراد کمی به آن اشراف دارند (آقاییار، ۱۳۸۲: ۲۸). توانمندسازی را می‌توان به عنوان یک ابزار جهت توانمند ساختن تصمیم‌گیری‌ها (Bowen & Lawler, 1992: 32) و یا به عنوان یک تجربه شخصی که باعث می‌شود افراد مسئولیت اعمال خود را به عهده بگیرند، توصیف کرد (Pastor, 1996: 6). بر خلاف اولین تعریف که بر مدیریت تکیه دارد، تعریف دوم بر اهمیت افراد در اجرای موفق توانمندسازی تأکید می‌نماید. توانمندسازی از منظر جوامع یک فرایند و یک پی‌آمد محسوب می‌شود. در واقع توانمندسازی یک ترکیب از چندین مولفه مختلف است هر چند یکی از مولفه‌های کلیدی آن، مدل تصمیم‌گیری می‌باشد که شامل بکارگیری یا اجرای تصمیمات است (H.B. Sofield, 2003: 112). مدیریت علاقه‌مند به توانمندسازی در صنعت گردشگری، مربوط به توانایی رقابت‌پذیری می‌باشد که از طریق بهبود در کیفیت خدمات به‌دست می‌آید (Hubrecht & Teare, 2003: 2). وقتی کاربرد توانمندسازی در متن ادبیات توسعه گردشگری بررسی می‌شود، عدم وجود حقیقی آن به وضوح آشکار می‌شود. در بسیاری از کشورها دخالت دولت منجر به توانمندسازی توسعه گردشگری نمی‌شود زیرا، علی‌رغم توجهی که ممکن است به سیاست، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری توسط دولت‌های ملی صورت گرفته باشد، کاربرد و اجرای این سیاست‌ها، برنامه‌ها و توسعه‌ها اغلب باید در سطوح محلی صورت گیرد و این «معمای توانمندسازی» است. بنابراین، بدون توانمندسازی در سطوح محلی و اجتماع محلی،

5- empowerment

6- zimmerman

تلاش‌های ملی برای توسعه گردشگری در عمل با شکست مواجه خواهند شد (H.B. Sofield, 2003: 100). زیرا، توسعه اجتماع محلی اغلب به‌عنوان فرایندی برای توانمندسازی و تغییرات اجتماعی شناخته شده است. تمرکز توسعه اجتماع محلی بر تشخیص و حل مسائل اجتماعی، فیزیکی و سیاسی است که در یک اجتماع وجود دارد به نحوی که این شرایط از نقطه نظر اعضای محلی بهبود یابد و یا تغییر کند (رضوانی، ۱۳۸۷: ۸۴). مورفی^۷، مفهوم ایده خرد جمعی در فرایند سیاست‌گذاری گردشگری را از طریق برنامه‌ریزی بر مبنای اجتماع محلی توسعه داد. او برای این رویکرد، اصطلاح برنامه‌ریزی گردشگری بر مبنای اجتماع را به کار برد. همچنین، هاوکین^۸، ۱۹ موضوع اصلی برای توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری بر شمرده است که هشتمین گزینه‌اش در اینجا مطرح است؛ «گردشگری پاسخگو، شعاری برای فردا» است. جامعه نیاز به مشارکت فعال در تنظیم و گسترش برنامه‌های توسعه گردشگری دارد و همچنین اولویت‌هایی که برای توسعه و مدیریت گردشگری در نظر گرفته شده‌اند نمی‌تواند نادیده گرفته شود (H.B. Sofield, 2003: 100-104). فولفورد و انز^۹ (۱۹۹۵)، پیشنهاد کردند که به منظور کسب اطلاعات بیش‌تر در مورد مفهوم و شیوه توانمندسازی باید موضوعات مختلف مورد مطالعه قرار گیرد (Tohidy & Nabilou, 2012: 34). در راستای توسعه گردشگری پیشنهاد می‌شود توانمندسازی به عنوان یک فرایند چند بعدی در نظر گرفته شود تا بدین وسیله فرایند مشورتی را که با خصوصیاتمانند (توانایی تصمیم‌گیری، ظرفیت اجرا و کاربرد این تصمیم‌ها، قبول مسئولیت‌پذیری در مورد تصمیم‌ها، اعمال و عواقبشان و غیره) مشخص می‌شود، برای جوامع فراهم نماید (H.B. Sofield, 2003: 112). نگاه اجمالی به توسعه خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی در کشورهایی مانند فرانسه، اسپانیا و ترکیه، نشان می‌دهد که منابع انسانی توانمند، عامل کلیدی در این زمینه هستند. نقشی که منابع انسانی توانمند

7- Murphy

8- Hawkins

9- Fulford and Enz (1995)

می‌تواند در صنعت گردشگری به منظور حفظ پایداری رشد و توسعه بازی نماید، به شرح زیر است:

- فراهم کردن خدمات استاندارد در مراکز گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران؛
- اشتغال پایدار در گردشگری؛
- افزایش کارایی و بهره‌وری بخش خصوصی و دولتی درگیر در صنعت گردشگری؛
- داشتن مزیت استفاده از خلاقیت و نوآوری؛
- افزایش خدمات فراهم شده به گردشگران در محیط‌های گردشگری؛
- افزایش قدرت تصمیم‌گیری؛
- رسیدن به اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت برنامه‌ریزی شده در صنعت گردشگری به منظور به‌دست آوردن ارزش بیش‌تر و توسعه پیشرفت اقتصادی (Tohidy & Nabilou, 2012: 34).

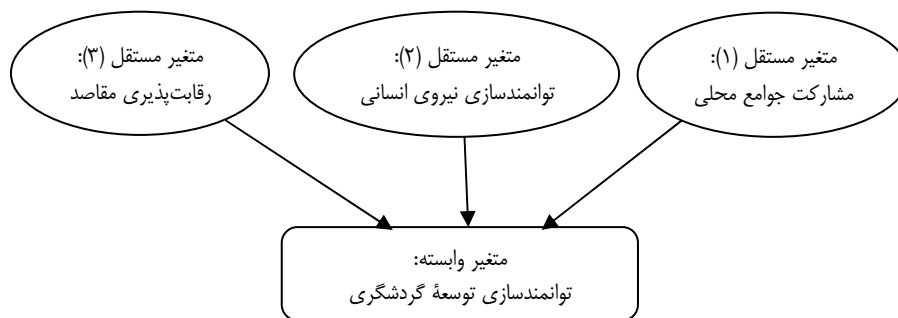
مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های «توصیفی-تحلیلی» و به لحاظ هدف «کاربردی» است، جامعه آماری مورد بررسی به تعداد ۱۰۰ نفر از کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی است که با استفاده از روش‌های نمونه‌گیری خوشه‌ای و تصادفی، انتخاب شده‌اند. روش گردآوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه) بوده و برای تعیین روایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. بر اساس قاعده تجربی، مقدار آلفا دست کم باید ۰/۷ باشد که در پژوهش حاضر، مقدار آلفا نشان دهنده همسانی و پایایی درونی بالایی گویند است. پس از جمع‌آوری و انجام تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS19 و Excel2007، از شیوه‌های آمار توصیفی و در بخش آمار استنباطی جهت آزمون مولفه‌های مورد بررسی از آزمون کای اسکوار استفاده شده است.

جدول (۱) آلفای محاسبه شده برای پرسشنامه پژوهش

متغیرها	توانمندسازی جوامع محلی	توانمندسازی نیروی انسانی	رقابت‌پذیری مقاصد
آلفا کرونباخ	۰/۷۳۴	۰/۷۶۳	۰/۷۳۴

در بخش آمار توصیفی، از کل نمونه آماری ۷۳/۷ درصد مرد و ۲۶/۳ درصد زن هستند. توزیع فراوانی و درصد کارشناسان از نظر سطح سواد شامل: دیپلم و زیر دیپلم ۹/۱، فوق دیپلم ۱۹/۴، لیسانس ۶۰/۳، فوق لیسانس و دکتری ۱۱/۲ درصد است و در بخش آمار استنباطی، پس از شناسایی متغیرهای اصلی پژوهش، به تجزیه و تحلیل آن‌ها پرداخته می‌شود تا مشخص گردد کدام یک از متغیرهای مستقل با متغیر وابسته رابطه معناداری دارند.

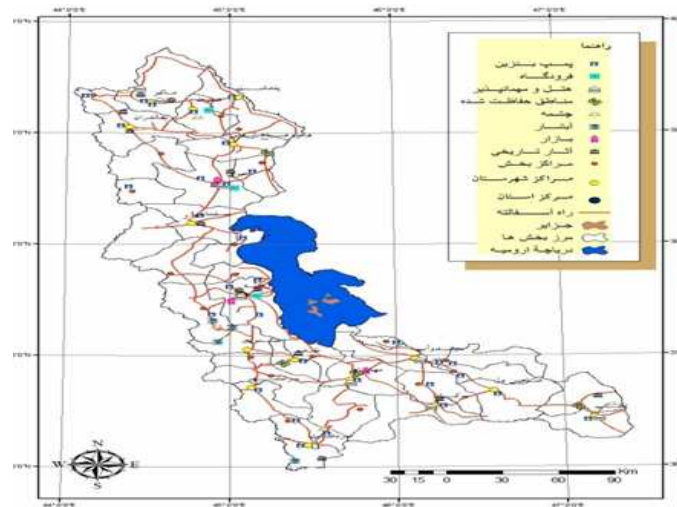


شکل (۱) مدل مفهومی متغیرهای پژوهش

معرفی محدوده مورد مطالعه و ویژگی‌های گردشگری آن

استان آذربایجان غربی، با مساحتی بالغ بر ۴۳۶۶۰ کیلومتر مربع (با احتساب دریاچه ارومیه به مساحت ۵۷۷۰ کیلومتر مربع)، ۲/۶۵ درصد از مساحت کل کشور را تشکیل می‌دهد (استان شناسی آذربایجان غربی، ۱۳۹۲: ۲۷). این استان با حدود ۸۲۳ کیلومتر طول مرز آبی و خاکی کشورهای همسایه واقع در شمال غرب ایران از شمال به کشورهای جمهوری آذربایجان و ارمنستان، از غرب به کشورهای ترکیه و عراق، از جنوب به استان کردستان و از

شرق به آذربایجان شرقی و زنجان محدود است و براساس آخرین تقسیمات سیاسی، استان در سال ۱۳۹۰ دارای ۱۷ شهرستان، ۴۰ بخش، ۴۲ شهر، ۱۱۳ دهستان و ۳۰۳۱ آبادی دارای سکنه است.



شکل (۲) نقشه گردشگری استان آذربایجان غربی

منبع: (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۱).

استان آذربایجان غربی، با بیش از ۴۰۰ اثر تاریخی و بقایای بناهایی کهن چون تخت سلیمان و شگفتی‌های طبیعت زیبا چون دریاچه ارومیه، غار سهولان و صدها منظره دیگر، توجه هر صاحب ذوقی را به خود جلب می‌کند. ۳۵ دفتر خدمات مسافرتی و جهانگردی در سطح استان فعالیت می‌کنند (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۱: ۲۱) و در مجموع ۲۶ هتل، ۴ مهمانسرا و ۵۹ مهمانپذیر (حدود ۳ درصد از اقامتگاه‌های کشور)، به ساکنان استان و گردشگران خدمات ارائه می‌دهند (سالنامه آماری استان، ۱۳۹۰: ۴۲۳). طول جاده‌های اصلی و فرعی استان حدود ۳۱۶۷ کیلومتر بوده که ۳/۵ درصد طول جاده‌های کل کشور می‌باشد (همان، ۴۶۲). خط آهن استان به طول ۱۰۳ کیلومتر با عبور از ایستگاه قره تپه سلماس در مرز رازی به راه آهن ترکیه متصل

می‌شود. در این استان تعداد ۵۸ منطقه نمونه گردشگری و ۴۹ روستای هدف گردشگری به تصویب رسیده است.

جدول (۲) وضعیت تقاضا یا بازار گردشگری استان آذربایجان غربی (۱۳۸۰-۱۳۹۱)

سال	گردشگر داخلی (نفر)	درصد داخلی	گردشگر خارجی (نفر)	درصد خارجی	جمع (نفر)
۱۳۸۰	۵۵۸۶۱	۸۵/۱۵	۹۷۳۸	۱۴/۸۵	۶۵۵۹۹
۱۳۸۱	۵۴۵۹۰	۸۹/۹۵	۶۰۹۴	۱۰/۰۵	۶۰۶۸۴
۱۳۸۲	۵۷۲۴۴	۸۰/۱۲	۱۴۱۹۹	۱۹/۸۸	۷۱۴۴۳
۱۳۸۳	۶۳۹۴۱	۷۸/۵۰	۱۷۵۰۸	۲۱/۵۰	۸۱۴۴۹
۱۳۸۴	۶۷۷۵۷	۷۸/۳۴	۱۸۷۳۱	۲۱/۶۶	۸۶۴۸۸
۱۳۸۵	۸۰۹۶۴	۷۸/۹۴	۲۱۵۹۲	۲۱/۰۶	۱۰۲۵۵۶
۱۳۸۶	۸۳۸۲۰	۷۸/۴۶	۲۳۰۰۰	۲۱/۵۴	۱۰۶۸۲۰
۱۳۸۷	۸۵۶۴۰	۷۸/۵۰	۲۳۴۵۰	۲۱/۵۰	۱۰۹۰۹۰
۱۳۸۸	۱۲۴۵۰۰	۸۳/۷۲	۲۴۲۰۰	۱۶/۲۸	۱۴۸۷۰۰
۱۳۸۹	۱۲۵۸۰۰	۸۳/۵۰	۲۴۸۵۰	۱۶/۵۰	۱۵۰۶۵۰
۱۳۹۰	۱۳۵۲۱۰	۸۴/۳۹	۲۵۰۰۰	۱۵/۶۱	۱۶۰۲۱۰
۱۳۹۱	۱۸۰۰۰۰	۸۷/۵۹	۲۵۵۰۰	۱۲/۴۱	۲۰۵۵۰۰
جمع کل	۱۱۱۵۳۲۷	۱۰۰	۲۳۳۸۶۲	۱۰۰	۱۳۴۹۱۸۹
میانگین طی دوره	۹۲۹۴۳/۹۲	-	۱۹۴۸۸/۵	-	۱۱۲۴۳۲/۴

منبع: (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی، ۱۳۹۲).

یافته‌ها و بحث

جهت آزمون و بررسی تأثیر مؤلفه‌های «مشارکت جوامع محلی، توانمندسازی نیروی انسانی (تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان) و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری» در توانمندسازی و ارتباط آن با توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی؛ با توجه به طبقه‌ای بودن داده‌ها و اسمی و رتبه‌ای بودن مقیاس اندازه‌گیری آن‌ها، از آزمون غیرپارامتریک کی دو (مجذور کا) استفاده شده است.

جدول (۳) آزمون مؤلفه‌های مشارکت جوامع محلی

درجه معناداری	Chi-square	درجه آزادی	میانگین	فراوانی داده‌های مشاهده شده					فراوانی مؤلفه‌ها
				خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
۰/۰۰	۶۶/۷۰۰	۴	۴/۰۸	۵	۶	۱۴	۲۶	۴۹	ارتقاء مشارکت مردم در تصمیم‌گیری‌ها
۰/۰۰۱	۱۹/۲۰۰	۴	۳/۶۰	۱۱	۱۱	۱۹	۲۵	۳۴	نهادینه‌سازی مهمان‌نوازی و فرهنگ گردشگری‌پذیری
۰/۰۰	۳۰/۱۰۰	۴	۳/۷۳	۱۰	۹	۱۸	۲۴	۳۹	احساس مسئولیت نسبت به حفظ میراث فرهنگی و طبیعی
۰/۰۰	۲۳/۱۰۰	۴	۳/۳۱	۱۱	۱۰	۳۲	۳۱	۱۶	معافیت مالیاتی برای سرمایه گذاران بخش خصوصی
۰/۰۰	۲۳/۹۰۰	۴	۳/۵۴	۷	۱۰	۳۲	۲۴	۲۷	ایجاد نگرش مثبت نسبت به توسعه گردشگری
۰/۰۰	۴۲/۰۰۰	۴	۳/۸۴	۶	۱۲	۱۸	۲۰	۴۴	افزایش فرصت‌های اجتماعی
۰/۰۰۱	۱۹/۹۰۰	۴	۳/۵۹	۶	۱۶	۲۴	۲۱	۳۳	ارتقاء تعامل فرهنگی در جوامع محلی
۰/۰۰	۳۶/۵۰۰	۴	۳/۸۲	۸	۹	۱۶	۲۷	۴۰	تشویق و ایجاد انگیزه در مردم جهت بیان دیدگاه‌ها
۰/۰۰	۲۱/۲۰۰	۴	۳/۳۰	۱۰	۱۲	۳۶	۲۲	۲۰	افزایش حس همکاری و همدلی در جوامع
۰/۰۰	۲۸/۱۰۰	۴	۳/۷۴	۷	۱۰	۲۱	۲۶	۳۶	اشتغال پایدار در بخش گردشگری
۰/۰۰	۳۱/۳۰۰	۴	۳/۷۸	۷	۱۰	۱۸	۲۸	۳۷	ایجاد انگیزش به کارآفرینان گردشگری
۰/۰۰	۴۴/۳۰۰	۴	۳/۶۵	۴	۵	۳۷	۳۰	۲۴	کنترل و حفظ پیوند با نهادهای مسئول

مأخذ: محاسبات نگارندگان

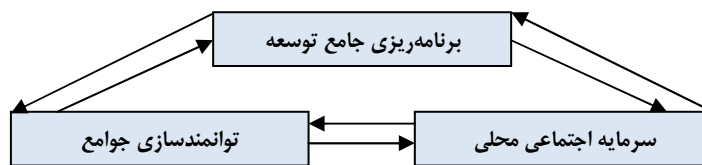
بر اساس جدول (۳)، تمامی مؤلفه‌های مربوط به «توانمندسازی جوامع محلی»، در ارتباط با متغیر وابسته «توانمندسازی توسعه گردشگری استان»، معنی‌دار بوده و بر توانمندسازی توسعه گردشگری تأثیر دارد. از جمله، ارتقاء مشارکت مردم در تصمیم‌گیری‌ها (با متوسط ۴/۰۸)، افزایش فرصت‌های اجتماعی (با متوسط ۳/۸۴)، تشویق و ایجاد انگیزه در مردم جهت بیان دیدگاه‌ها (با متوسط ۳/۸۲) بیش‌ترین تأثیر را بر توانمندسازی توسعه گردشگری استان دارند. و در نهایت در سطح دیگری نیز مشارکت جوامع محلی از طریق آزمون تک متغیره کی دو (x2) مورد بررسی قرار گرفته است:

جدول (۴) آزمون مؤلفه‌های مشارکت جوامع محلی از طریق کی ۲ (x2) تک‌متغیره

متغیر	کای اسکویر (x2) Chi-square	درجه آزادی (df)	سطح معنی‌داری Asymp.sig.
مشارکت جوامع محلی (توانمندسازی جوامع محلی)	۱۰۱/۲۸۰	۳۶	۰/۰۰

همان‌طور که جدول (۴) نشان می‌دهد مقدار کای اسکویر (x2) برابر با ۱۰۱/۲۸۰، درجه آزادی برابر با ۳۶ و سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰ می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین مشارکت جوامع محلی و توانمندسازی توسعه گردشگری در استان رابطه معناداری وجود دارد؛ در توانمندسازی توسعه گردشگری هدف کلی آن است که در جامعه محلی، افراد به سطحی از نگرش، دانش و توانایی برسند که بخواهند و بتوانند مسئولیت اجتماعی و نقش خود را در توسعه و پیشرفت گردشگری جامعه خود ایفا نمایند؛ به عبارتی، حاصل توانمندسازی، توسعه اجتماع محلی است که نوعی نگرش به توسعه از پایین است. براین اساس و با در نظر داشتن اصل مبنایی «مالکیت و حس تعلق»^{۱۰} که کلید اساسی ماندگاری و استمرار ایفای مسئولیت اجتماعی به‌شمار می‌رود، توجه به مردم محلی به‌عنوان ذی‌نفع اصلی توسعه گردشگری، نکته‌ای است که همواره باید مثل یک چراغ راهنما، مدنظر برنامه‌ریزان باشد. در این رویکرد، توانایی‌های محلی و اجتماعی، رهبری محلی و شبکه‌های رسمی و غیررسمی، در توسعه گردشگری مشارکت دارند و بهره‌گیری از پتانسیل‌ها و سرمایه‌های اجتماعی

جوامع، مورد توجه بوده و زیر بنای این امر، سازماندهی اجتماع محلی است که نیازمند بسیج قابلیت‌های درونزای اجتماع است. گردشگری مبتنی بر اجتماع محلی، به دنبال توانمندسازی مردم، افزایش مشارکت ساکنان در فرایند تصمیم‌گیری و توزیع درآمد گردشگری می‌باشد؛ به‌ویژه منابع مالی منطقه‌ای و محلی باید برای ایجاد جامعه‌ای خودکفا استفاده شود و برنامه‌ریزی و مدیریت بر مؤثرترین شیوه استقرار سرمایه انسانی محلی و دیگر منابع در کنار استفاده از دانش بومی اجتماع محلی و ابزار غیر رسمی در برنامه‌ریزی با حمایت مقامات منطقه‌ای و کشوری متمرکز شود.



شکل (۳) پیشبرد فرهنگ مشارکت محلی از طریق توانمندسازی جوامع. مأخذ: (Strzelecka, 2012)

جدول (۵) آزمون مؤلفه‌های توانمندسازی نیروی انسانی (تصمیم‌گیران و مسئولان)

درجه معناداری Asymp.sig.	Chi-square	درجه آزادی	میانگین	فراوانی داده‌های مشاهده شده				مؤلفه‌ها	
				خیلی کم	کم	متوسط	زیاد		خیلی زیاد
۰/۰۰	۴۷/۲۰۰	۴	۳/۹۲	۶	۱۰	۱۴	۲۶	۴۴	مشارکت در دوره‌های آموزشی
۰/۰۰	۷۸/۷۰۰	۴	۴/۰۹	۷	۷	۴	۳۴	۴۸	مسئولیت‌پذیری
۰/۰۰	۴۶/۲۰۰	۴	۳/۹۰	۸	۵	۱۵	۳۳	۳۹	ارتقاء تعهد سازمانی
۰/۰۰	۳۹/۰۰۰	۴	۳/۸۱	۵	۸	۱۹	۳۷	۳۱	ارتقاء ظرفیت اجرایی
۰/۰۰	۳۴/۹۰۰	۴	۳/۷۹	۸	۵	۲۲	۳۰	۳۵	افزایش انگیزه انجام وظایف و کارهای محول
۰/۰۰	۲۳/۹۰۰	۴	۳/۶۳	۷	۱۴	۲۴	۱۹	۳۶	تشویق و ترغیب
۰/۰۰	۷۰/۵۰۰	۴	۴/۱۴	۱	۲	۱۹	۳۸	۴۰	توانایی و کاردانی
۰/۰۰	۲۴/۱۰۰	۴	۳/۵۸	۱۰	۱۱	۲۶	۱۷	۳۶	استفاده از مزیت خلاقیت و نوآوری

ادامه جدول (۵)

درجه معناداری Asymp.sig.	Chi-square	درجه آزادی	میانگین	فراوانی داده‌های مشاهده شده					فراوانی مؤلفه‌ها
				خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
۰/۰۰	۶۶/۴۰۰	۴	۴/۱۲	۳	۳	۱۸	۳۱	۴۵	تفویض اختیار و قدرت تصمیم‌گیری
۰/۰۰	۶۷/۷۰۰	۴	۳/۹۹	۱۰	۵	۱۲	۲۲	۵۱	افزایش مهارت بهبود فرایند انجام امور
۰/۰۰	۶۲/۹۰۰	۴	۳/۸۹	۴	۲	۲۲	۴۵	۲۷	بهبود اطلاعات، دانش و مهارت شغلی
۰/۰۰	۲۵/۶۰۰	۴	۳/۶۲	۵	۱۱	۲۷	۳۱	۲۶	برقراری سیستم ارزشیابی عملکرد

بر اساس جدول (۵)، تمامی مؤلفه‌های مربوط به توانمندسازی نیروی انسانی (تصمیم‌گیران و مسئولان)، در ارتباط با متغیر وابسته (توانمندسازی توسعه گردشگری استان)، معنی‌دار بوده و بر توانمندسازی توسعه گردشگری تأثیر دارند. از جمله، توانایی و کاردانی (با متوسط ۴/۱۴)، تفویض اختیار و قدرت تصمیم‌گیری (بامتوسط ۴/۱۲)، مسئولیت‌پذیری (با متوسط ۴/۰۹)، بیش‌ترین تأثیر را بر توانمندسازی توسعه گردشگری استان دارند. و در نهایت در سطح دیگری نیز توانمندسازی نیروی انسانی، از طریق آزمون تک متغیره کی دو (x2) مورد بررسی قرار گرفته است:

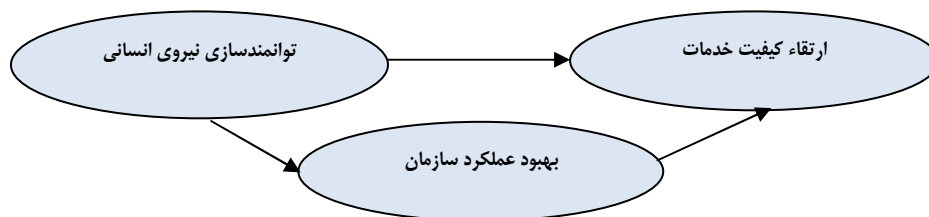
جدول (۶) آزمون مؤلفه‌های توانمندسازی نیروی انسانی از طریق کی دو (x2) تک متغیره

متغیر	کای اسکویئر (x2) Chi-square	درجه آزادی (df)	سطح معنی‌داری Asymp.sig.
توانمندسازی نیروی انسانی (تصمیم‌گیران و مسئولان)	۲۲۴/۷۲۰	۳۵	۰/۰۰

همان‌طور که جدول (۶) نشان می‌دهد مقدار کای اسکویئر (x2) برابر با ۲۲۴/۷۲۰، درجه آزادی برابر با ۳۵ و سطح معنی‌داری برابر با ۰/۰۰ است. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین

توانمندسازی نیروی انسانی و توسعه گردشگری در استان رابطه معناداری وجود دارد؛ به طوری که، امروزه تغییرات موجود در محیط فعالیت گردشگری، مقاصد گردشگری را مجبور کرده است که به منظور بقای خود در دنیای رقابتی این فعالیت سودآور، در نظام‌های مدیریتی خود بازنگری کنند و توانمندسازی نیروی انسانی نیز به‌منزله یکی از ابزارهای اصلی مربوط به عملکردهای مدیریتی، تحقق این امر و رقابتی شدن مقاصد گردشگری را ممکن ساخته است. در واقع توانمندسازی در این عامل، به‌عنوان یک ابزار جهت توانمند ساختن تصمیم‌گیری‌ها و مسئولیت‌پذیری در تصمیم‌گیری‌ها مطرح می‌باشد که از طریق اعطای قدرت^{۱۱}، اختیار تصمیم‌گیری، انجام کار، ایجاد احساس و انگیزش برای انجام کارهای بیش‌تر و بهتر برای تصمیم‌گیران و مسئولان صورت می‌گیرد. توانمندسازی نیروی انسانی، نوعی راهبرد کلان است که از آن برای بهبود مستمر استفاده می‌شود و یک

علامت اختصاری جهت به‌کارگیری شایستگی‌های مسئولان در روش‌های خلاق و نوآور در اکثر جنبه‌های عملکردی می‌باشد. کشورهای پیشرو در عرصه گردشگری، کشورهایی هستند که همواره با توانمندسازی نیروهای انسانی، شایستگی‌های حال و آینده تصمیم‌گیران خود را جهت به اجرا درآوردن استراتژی‌ها، اهداف و برنامه‌های بلندمدت شناسایی نموده و جهت دستیابی به موفقیت، به توسعه همکاری‌ها می‌پردازد.



شکل (۴) توانمندسازی نیروی انسانی سازمانی

۱۱- توانمندسازی در واقع، دادن قدرت به افراد نیست؛ بلکه افراد به واسطه دانش و انگیزه خود صاحب قدرت هستند و در واقع توانمندسازی آزاد کردن و بالفعل کردن این قدرت است.

جدول (۷) آزمون مؤلفه‌های رقابت‌پذیر ساختن مقاصد گردشگری

درجه معناداری Asymp.sig.	Chi-square	درجه آزادی	میانگین	فراوانی داده‌های مشاهده شده					فراوانی مؤلفه‌ها
				خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
۰/۰۰	۳۷/۷۰۰	۴	۳/۸۲	۶	۹	۱۶	۳۵	۳۴	عرضه محصولات متناسب با بازار گردشگری
۰/۰۰	۵۲/۲۰۰	۴	۳/۹۹	۵	۵	۱۹	۲۸	۴۳	تنوع و منحصر به فرد بودن مقصد
۰/۰۰	۴۷/۷۰۰	۴	۳/۹۶	۳	۶	۲۱	۳۲	۳۸	بازاریابی و توسعه محصول
۰/۰۰	۳۶/۷۰۰	۴	۳/۶۵	۶	۷	۳۵	۲۰	۳۲	توسعه زیرساخت‌های ارتباطی مناسب و توسعه امکانات حمل و نقل
۰/۰۰	۴۸/۷۰۰	۴	۳/۹۵	۲	۶	۲۲	۳۵	۳۵	ارتقاء سطح جذابیت مقاصد گردشگری
۰/۰۰	۲۵/۴۰۰	۴	۳/۶۶	۵	۱۳	۲۱	۳۳	۲۸	ارتقاء سطح خدمات بهداشتی و درمانی در مسیرها و مقاصد گردشگری
۰/۰۰	۳۲/۱۰۰	۴	۳/۶۷	۴	۱۰	۲۶	۳۵	۲۵	ارتقاء کمیت و کیفیت تأسیسات اقامتی و پذیرایی

بر اساس جدول (۷)، تمامی مؤلفه‌های مربوط به توانمندسازی مقاصد گردشگری (رقابت‌پذیری)، در ارتباط با متغیر وابسته (توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی)، معنی‌دار بوده و بر توسعه گردشگری تأثیر دارد. به طوری که تنوع و منحصر به فرد بودن مقصد (با متوسط ۳/۹۹)، بازاریابی و توسعه محصول (با متوسط ۳/۹۶)، ارتقاء سطح جذابیت مقاصد گردشگری (با متوسط ۳/۹۵)، بر توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی بیش‌ترین تأثیر را دارند. در سطح دیگری نیز رقابت‌پذیر ساختن مقاصد گردشگری، از طریق آزمون تک متغیره کی دو (x2) مورد بررسی قرار گرفته است:

جدول (۸) آزمون مؤلفه‌های رقابت‌پذیر ساختن مقاصد گردشگری از طریق کی ۲ تک متغیره

متغیر	کای اسکویئر (χ^2) Chi-square	درجه آزادی (df)	سطح معنی داری Asymp.sig.
رقابت پذیری مقاصد گردشگری (توانمندسازی مقاصد)	۱۷۴/۵۶۰	۲۵	۰/۰۰

همانطور که جدول (۸) نشان می‌دهد مقدار کای اسکویئر (χ^2) برابر با ۱۷۴/۵۶۰، درجه آزادی برابر با ۲۵ و سطح معنی داری برابر با ۰/۰۰ می‌باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت بین رقابت‌پذیر ساختن مقاصد گردشگری و توانمندسازی توسعه گردشگری در استان آذربایجان غربی رابطه معناداری وجود دارد؛ تغییرات سریع محیطی، حیات بسیاری از مقاصد گردشگری را تهدید می‌کند. ظهور رسانه‌های جدید، فناوری اطلاعات، فرهنگ‌های جهانی متقاضیان (گردشگران)، و ظهور استانداردهای جهانی جدید، تغییرات تأثیرگذاری هستند که مقاصد گردشگری مختلف را متأثر می‌سازند؛ بنابراین، توانایی مقاصد گردشگری، برای تطابق با تغییرات مطرح شده و در نتیجه بقای آن‌ها مؤثر است. از همین رو، توانمندسازی باید مهم‌ترین مسأله مقاصد گردشگری در نظر گرفته شود که این امر موجبات انعطاف‌پذیری مقاصد را نسبت به تغییرات مختلف فراهم می‌کند. در واقع، توانمندسازی مقاصد گردشگری، مربوط به توانایی رقابت‌پذیری آن‌ها می‌باشد که از طریق بهبود در کیفیت خدمات و محصولات آن حاصل می‌شود. امروزه جهان به سمت در هم‌تنیدگی روزافزون گام بر می‌دارد. این بدان معناست که بسیاری عرصه‌های اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی، فرهنگی و نیز سیاسی کشورها از یکدیگر اثر پذیرفته و در شرایط رقابتی، آینده جهان را رقم می‌زند. بازار سفر و گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست. توانمندسازی مقاصد گردشگری، مربوط به توانایی رقابت‌پذیری آن‌ها در عرصه‌های بین‌المللی می‌باشد که از طریق بهبود در کیفیت خدمات و محصولات آن؛ جذابیت، مدیریت، سازمان‌ها، اطلاع‌رسانی و کارآیی مقصد گردشگری حاصل می‌شود.

نتیجه‌گیری

توانمندسازی گردشگری، فرآیندی است که در آن از طریق توسعه و گسترش نفوذ و قابلیت مسئولان و تصمیم‌گیران، مشارکت مؤثر جوامع محلی و تجهیز و ارتقاء کیفیت مقاصد گردشگری (ارتقاء توان رقابتی مقاصد گردشگری)، به بهبود مستمر عملکرد مقاصد گردشگری در عرصه رقابت ملی و بین‌المللی کمک می‌شود. به عبارت دیگر توانمندسازی یک راهبرد توسعه و شکوفایی است و فرایندی دائمی است که در محیط پویا در سطوح متفاوت مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. در پژوهش‌های صورت گرفته توسط مختارشاهی و مهستی (۲۰۱۱)؛ به تأثیر فرهنگ هویت محل در افزایش تعداد گردشگران، استرزلکا^{۱۲} (۲۰۱۲)؛ به توانمندسازی فرهنگ مشارکت محلی، سوسان‌دون (۲۰۰۷)؛ به چند بعدی بودن (اجتماعی، اقتصادی، روانی، سیاسی) فرایند توانمندسازی اشاره کرده‌اند و در مطالعات صورت گرفته توسط آقایار (۱۳۸۲)؛ به توانمندسازی به‌عنوان روش نوین جهت بقا در محیط رقابتی تأکید شده است. با توجه به یافته‌های مطالعه حاضر نیز جهت بررسی عوامل مختلفی که بر توانمندسازی توسعه گردشگری استان آذربایجان غربی تأثیرگذار می‌باشند، مؤلفه‌های مطرح شده در سوال تحقیق، مورد تحلیل واقع شدند و با توجه به مطالب ارائه شده در مقاله، می‌توان چنین استنباط کرد که توانمندسازی از عوامل مهم برای حضور و بقا در بازار رقابتی گردشگری است که خود تحت تأثیر توانمندسازی مؤلفه‌های نیروی انسانی سازمانی (مسئولان و تصمیم‌گیران گردشگری)، جوامع محلی (از بعد مشارکت) و رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری (ارتقاء کیفیت خدمات و محصولات) می‌باشد؛ یعنی بین توانمندسازی توسعه گردشگری استان و این سه متغیر رابطه معناداری وجود دارد. از مؤلفه‌های مطرح شده نیز توانمندسازی نیروی انسانی سازمانی (مسئولان و تصمیم‌گیران)، بیش‌ترین تأثیر را در توانمندسازی توسعه گردشگری استان دارد. بنابراین یافته‌های مطالعه حاضر با پژوهش‌های صورت گرفته همسو است و می‌توان چنین استنباط کرد که عوامل مؤثر بر توانمندسازی توسعه گردشگری می‌تواند به‌عنوان مهم‌ترین عوامل پویایی و

اثر بخشی هر چه بیش تر گردشگری مورد توجه قرار گیرد؛ چرا که نیروی انسانی توانمند، بهره‌ورتر و نوآورتر است و محصولات و خدمات را با کیفیت بالاتری نسبت به نیروی انسانی ناتوان ایجاد می‌کند و توان رقابتی مقاصد گردشگری نیز ارتقاء می‌یابد. با وجود نیروی انسانی توانمند، زمینه‌های مشارکت مؤثر جوامع محلی نیز فراهم شده و در نتیجه، توسعه مقاصد گردشگری کارآمدتر می‌گردد.

منابع

- ابطحی، سیدحسین و عابسی سعید (۱۳۸۶)، «توانمندسازی کارکنان»، مؤسسه تحقیقات و آموزش مدیریت وابسته به وزارت نیرو.
- آقاییار، سیروس (۱۳۸۲)، «توانمندسازی روشی نوین در محیط رقابتی»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۳۵.
- استان‌شناسی آذربایجان غربی (۱۳۹۲)، «وزارت آموزش و پرورش»، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی.
- دسترنج، حکمت‌الله (۱۳۸۳)، «توانمندسازی و فناوری اطلاعات»، ماهنامه تدبیر، شماره ۱۴۵.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷)، «توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار»، انتشارات دانشگاه تهران.
- زمردیان، محمدجعفر (۱۳۸۴)، «ژئوگردشگری سواحل جنوبی خزر»، چالش‌ها و عوامل تهدیدکننده، *مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، شماره پنجم، پائیز و زمستان.
- سالنامه آماری استان آذربایجان غربی (۱۳۹۰).
- سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان آذربایجان غربی (۱۳۹۱)، «راهنمای گردشگری استان آذربایجان غربی».
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان غربی (۱۳۹۲)، «نقشه گردشگری شهر ارومیه».
- طالبیان، احمدرضا و فاطمه وفایی (۱۳۸۸)، «الگوی جامع توانمندسازی منابع انسانی»، ماهنامه تدبیر، سال بیستم، شماره ۲۰۳.
- محمدی، حامد (۱۳۸۸)، «عوامل مؤثر در توانمندسازی منابع انسانی»، *تعاون*، سال ۲۰، شماره ۲۰۴ و ۲۰۵.

- وطنی، خسرو (۱۳۸۹)، «بررسی عوامل مؤثر بر توانمندسازی منابع انسانی (مطالعه موردی: ادارات کل برنامه‌ریزی و نظارت اعتباری و اعتبارات بانک ملت)»، *فصلنامه مدیریت*، سال ۷، شماره ۲۰.

- Bowen, D. E. and Lawler, E. (1992), "The empowerment of service workers: What, why, how and when", *Sloan Management Review*, 33(3), 31-39.
- Font, X. and Ahjem, T. (1999), "Searching for a balance in tourism development strategies", *International Journal of Contemporary*.
- H.B.Sofield, T. (2003), "*Empowerment for Sustainable Tourism Development*", Elsevier Science Ltd.
- Holden, A. (2000), "*Environment and Tourism*", Routledge Published, London.
- Hubrecht, J. and Teare, R. (1993), "A strategy for partnership in total quality service", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 5(3), 1-5.
- Mowforth, M. and Munt, I. (2003), "*Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*", Second Edition, Routledge; London.
- Pastor, J. (1996), "Empowerment: What it is and what it is not", *Empowerment in Organizations*, 4(2), 5-7.
- Strzelecka, M. (2012), "Individual and community empowerment enhancement in sustainable tourism development in post-communist Poland", Submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy in Recreation, Sport and Tourism in the Graduate College of the University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Susan, D. (2007), "Toward empowerment: women and community – based tourism in Thailand", a thesis Presented to the Interdisciplinary Studies Program International Studies and the

Graduate School of the University of Oregon in Partial Fulfillment
of the Requirements for the Degree of Master of Arts December.

-Tohidy, F. and Nabilou, H. (2012), "Human Resources Empowerment
and Its Role in the Sustainable Tourism", *Asian Social Science*, Vol.
8, No. 1; January.