



KHÁM PHÁ CÁC KHÍA CẠNH TRONG SỰ GẮN BÓ CỦA NGƯỜI DÂN ĐỊA PHƯƠNG VỚI NƠI CƯ TRÚ CỦA HỌ – TRƯỜNG HỢP THÀNH PHỐ HUẾ

Lê Thị Hà Quyên

Trường Du lịch, Đại học Huế, đường Lâm Hoàng, tp Huế, Việt Nam

Tác giả liên hệ: **Lê Thị Hà Quyên** <haquyenle1990@gmail.com>

(Ngày nhận bài: 08-07-2022; Ngày chấp nhận đăng: 24-10-2023)

Tóm tắt. Sự gắn bó với địa phương đã nhận được nhiều sự quan tâm rộng rãi của các nhà nghiên cứu trong nhiều lĩnh vực, và được áp dụng trong du lịch để nghiên cứu về mối quan hệ giữa các cá nhân với một địa phương. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA để xác định các khía cạnh của sự gắn bó với thành phố Huế của người dân khu vực Thành Nội – Huế. Kết quả nghiên cứu đã chỉ ra rằng, từ 19 biến quan sát ban đầu đã trích lập thành 5 nhóm nhân tố cấu thành nên sự gắn bó với thành phố Huế: bản sắc địa phương, tình cảm với địa phương, sự phụ thuộc địa phương, sự gắn kết gia đình và sự gắn kết xã hội. Những người dân địa phương trong nghiên cứu này có xu hướng gắn kết khá mạnh mẽ và gắn gũi với điểm đến Huế về cả sự gắn bó nhận thức hay tình cảm, trong đó, họ đánh giá cao sự gắn kết với gia đình và phát triển tình cảm tích cực và tốt đẹp với nơi cư trú của mình.

Từ khóa: sự gắn bó, sự gắn bó với địa phương, người dân địa phương, khu vực Thành Nội.

MEASURING RESIDENTS PLACE ATTACHMENT – THE CASE OF THANH NOI AREA, HUE CITY

Le Thi Ha Quyen

School of Tourism, Hue University, Lam Hoang Str, Hue city, Vietnam

* Correspondence to **Le Thi Ha Quyen** <Haquyenle1990@gmail.com>

(Received: July 08, 2022; Accepted: October 24, 2023)

Abstract. The concept of place attachment has received considerable attention in many academic fields and when it comes to tourism, it has been used to examine the relationship between individual and place.

The purpose of this study is using the integrated conceptual model to measure the place attachment of local residents who live in Thanh Noi area toward Hue tourism destination. The findings indicated a five – dimensional model of place attachment comprising of place identity, place affect, place dependence, family bonding and friends bonding. The results also revealed that local residents in Thanh Noi area developed a strong and close cognitive and affective attachment to both the physical and social characteristics of the place, especially family bonding.

Keywords: attachment, place attachment, residents, Thanh Noi area.

1. Đặt vấn đề

Khái niệm sự gắn bó với một địa phương (place attachment) được định nghĩa là một tình cảm cá nhân hướng đến một nơi chốn hay một cộng đồng [1], [2]; được nghiên cứu rộng rãi trong lĩnh vực quy hoạch đô thị và lý thuyết tâm lý môi trường như một tiêu chí để đánh giá, đo lường những tác động tiềm ẩn của sự phát triển đối với cộng đồng địa phương. Trong lĩnh vực du lịch, vào những năm 1980, sự gắn bó với địa phương là một trong những khái niệm phổ biến được dùng để mô tả mối quan hệ tác động về mặt tâm lý giữa những cá nhân với một địa phương, trong đó có cả khách du lịch và người dân địa phương tại đó.

Sự gắn bó với một nơi chốn liên quan đến sự liên kết về mặt cảm xúc được phát triển giữa những cá nhân với môi trường vật lý – xã hội xung quanh họ [3]. Sự liên kết này rất quan trọng trong việc quy hoạch và phát triển du lịch, bởi lẽ, sự phát triển du lịch không chỉ ảnh hưởng đến diện mạo chung của điểm đến đó, mà còn ảnh hưởng đến mối liên hệ giữa người dân với nhau cũng như với thiên nhiên [4]. Trong bối cảnh du lịch, sự gắn bó với địa phương được nghiên cứu như là một tác nhân hình thành và ảnh hưởng tới thái độ của người dân địa phương đến việc phát triển du lịch [5], là yếu tố phi kinh tế nổi bật nhất để lý giải cho việc người dân địa phương sẽ ủng hộ hay chống đối sự phát triển du lịch ở địa phương đó [6].

Huế là một thành phố du lịch di sản với một hệ thống di sản vật thể và phi vật thể đồ sộ, trong đó tiêu biểu nhất có thể kể đến là Quần thể di tích cố đô Huế, Nhã nhạc Cung đình Huế đã là di sản văn hoá thế giới do UNESCO công nhận; ngoài ra còn có Mộc bản, Châu bản triều Nguyễn cũng được UNESCO công nhận là di sản tư liệu. Đặc biệt khu vực Thành Nội cũng là nơi tập trung nhiều di tích văn hoá như đàn Xã Tắc, nhà lưu niệm chủ tịch Hồ Chí Minh, miếu Âm Hôn, hồ Tịnh Tâm... cũng như các di tích thuộc quần thể cố đô Huế như Đại Nội, Kỳ Đài, Cửu Vị Thần Công... Theo một số nghiên cứu đi trước, người dân sống trong những khu vực này sẽ có thể có những hành động tích cực liên quan đến việc bảo tồn di sản hay thái độ ủng hộ sự phát triển du lịch nếu như bản thân họ có sự gắn kết chặt chẽ với thành phố [5], [6].

Do đó, bài viết này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA nhằm xác định các khía cạnh của sự gắn bó của người dân với nơi cư trú, và dùng dữ liệu thực nghiệm để

đánh giá sự gắn bó với thành phố Huế, đối tượng điều tra cụ thể là những người dân sinh sống ở khu vực Thành Nội – thành phố Huế.

2. Cơ sở lý thuyết nghiên cứu sự gắn bó với địa phương

2.1. Sự gắn bó với địa phương

Rất nhiều khái niệm được sử dụng để mô tả mối liên hệ giữa con người với một địa phương như sự gắn bó với địa phương (place attachment), ý nghĩa của địa phương (sense of place), sự gắn bó cộng đồng (community attachment) và ý nghĩa của cộng đồng (sense of community). Mặc dù có sự khác nhau về câu chữ, tuy nhiên, những khái niệm trên vẫn có sự trùng lặp về ngữ nghĩa và phương pháp luận [7]. Theo Hidalgo và Hernandez, sự gắn bó với địa phương là thuật ngữ được sử dụng nhiều nhất [8]. Đây cũng là khái niệm được tiếp cận rộng rãi nhất trong lĩnh vực du lịch.

Khái niệm sự kết nối của con người với một vùng miền hay địa phương được nêu bật lên trước trong những khung lý thuyết địa lý được đưa ra bởi Tuan [2], sự gắn bó với một địa phương được định nghĩa là một tình cảm cá nhân hướng đến một nơi chốn hay một cộng đồng. Sự gắn bó với một địa phương là kết quả của quá trình tích lũy những trải nghiệm của con người về cả khía cạnh xã hội và vật lý với một môi trường, hướng đến sự liên kết về mặt cảm xúc với địa phương đó [9], [2].

2.2. Sự gắn bó với địa phương trong bối cảnh du lịch

Các học giả nghiên cứu du lịch xem xét sự gắn bó với địa phương là một hiện tượng tích hợp nhiều sự kết nối giữa con người với một vùng đất [10], với nhiều bằng chứng thực nghiệm ủng hộ quan điểm xem đây là một cấu trúc đa chiều [11]. Raymond xây dựng mô hình nghiên cứu về sự gắn bó địa phương vào năm 2020 tập trung vào 3 bối cảnh chính bao gồm: bối cảnh cá nhân, bối cảnh cộng đồng, và bối cảnh môi trường tự nhiên [12]. Ông chỉ ra rằng các nhà nghiên cứu quan tâm đến khía cạnh lý – sinh (biophysical dimension) đã tập trung vào: (1) bối cảnh cá nhân (personal context), bao gồm bản sắc địa phương (place identity) và sự phụ thuộc địa phương (place dependence); (2) bối cảnh môi trường thiên nhiên (natural environment context) sẽ kiểm tra các nhân tố liên quan bản sắc môi trường (environmental identity), mối quan hệ tình cảm (emotional affinity) và sự kết nối với tự nhiên (connectedness to nature). Sự kết nối với tự nhiên có thể sử dụng được trong một vài bối cảnh liên quan đến thiên nhiên hay những vùng nông thôn; (3) những nhà nghiên cứu quan tâm đến chiều xã hội – văn hoá (socio – cultural dimension) lại có xu hướng tập trung nhiều hơn vào bối cảnh cộng đồng của sự gắn bó địa phương, và sử dụng những nhân tố như sự gắn kết với hàng xóm (neighborhood attachment), sự sở hữu (belongingness) và sự quen thuộc (familiarity) [12].

Hoang và cs đã tổng lược một số nghiên cứu về sự gắn bó với địa phương và đã tổng hợp các nhân tố chính được sử dụng để đo lường sự gắn bó với một địa phương trong bối cảnh du lịch [13]. Trong đó, mô hình 2 thành phần gồm “sự phụ thuộc địa phương” và “bản sắc địa phương” [14] [15] [16] là mô hình đo lường được chấp nhận rộng rãi nhất trong lĩnh vực tâm lý môi trường và du lịch. Các nhà nghiên cứu khác cũng đã phát triển mô hình sự gắn bó với địa phương bao gồm số lượng các thành phần khác nhau, tuy nhiên, “bản sắc địa phương” và “sự phụ thuộc địa phương” vẫn là hai nhân tố được sử dụng rộng rãi nhất.

Bên cạnh khách du lịch, người dân địa phương cũng là một đối tượng điều tra thường gặp trong những nghiên cứu về sự gắn bó với địa phương. Có thể kể đến như Chen và cs đã sử dụng mô hình nghiên cứu 6 bậc bao gồm: sự phụ thuộc địa phương, bản sắc địa phương, tình cảm với địa phương, sự kết nối xã hội, kí ức địa phương, sự mong đợi địa phương [17]. Raymond và cs đo lường sự gắn bó giữa những chủ đất tại vùng nông thôn Adelaide và Mount Lofty Rangers ở miền Nam nước Úc và sử dụng thang đo bao gồm 4 nhóm nhân tố lần lượt là: bản sắc địa phương, sự phụ thuộc địa phương, sự kết nối với tự nhiên, và sự kết nối với xã hội [12].

Ngay ở Việt Nam, nghiên cứu của Hoang và cs đã tiến hành nghiên cứu sự gắn bó của người dân Hội An với nơi cư trú của mình trong bối cảnh Thành phố Di sản [13]. Nhóm tác giả đã đo lường sự gắn bó của người dân địa phương với Hội An bằng 3 thành phần chính: bản sắc địa phương; sự phụ thuộc địa phương; và tình cảm với địa phương.

Ngoài các nhân tố kể trên, có thể liệt kê một số nhân tố khác cũng được các nhà nghiên cứu sử dụng để đo lường sự gắn bó với địa phương, như: gắn bó xã hội (social attachment) [11]; gắn bó cộng đồng (community attachment) [18]; gắn bó tôn giáo (religious attachment), gắn bó phả hệ (genealogical attachment), gắn bó kinh tế (economic attachment) [19] và gắn bó tình cảm (affective attachment) [2].

Như vậy, có thể thấy rằng, sự gắn kết với một địa phương có thể được đo lường với nhiều đối tượng khác nhau, có thể là người dân cư trú hay khách du lịch, và cấu trúc đo lường có thể cũng sẽ khác nhau. Tuy nhiên, những nghiên cứu phổ thông nhất đã chỉ ra rằng thang đo được sử dụng trong lĩnh vực du lịch và giải trí sẽ bao gồm sự phụ thuộc địa phương, bản sắc địa phương, tình cảm với địa phương và sự liên kết về mặt xã hội [13].

2.2.1. Sự phụ thuộc địa phương (place dependence)

Sự phụ thuộc địa phương là những sự gắn bó về mặt chức năng mà một con người có thể đánh giá một địa phương cụ thể về khả năng giúp họ thỏa mãn những nhu cầu của họ [21]. Stokols và Shumaker đã giả thiết rằng một cá nhân có thể trở nên gắn bó với một địa phương bởi những lí do chức năng, và được định nghĩa là sự phụ thuộc địa phương nói chung [22]. Sự phụ thuộc địa điểm có thể được xem như cách người dân thấy được giá trị của một địa điểm cụ thể và khả năng thỏa mãn nhu cầu của nơi đó cho những người cư trú so với những nơi khác.

Nếu một địa điểm đáp ứng được nhu cầu của con người thì họ sẽ có xu hướng phát triển sự phụ thuộc vào địa điểm và vẫn ở trong khu vực lân cận ngay cả khi nơi đây đang bị đe dọa.

Hầu hết các nhà nghiên cứu đều nghiên cứu về sự gắn kết của mỗi cá nhân con người với một vùng đất cụ thể nào đó bằng cách sử dụng hai nhân tố chính là đặc trưng địa phương và sự phụ thuộc địa phương [23] [24].

2.2.2. Bản sắc địa phương (place identity)

Bản sắc địa phương liên quan đến cầu nối với một địa phương như một tham chiếu để mỗi người có thể định nghĩa bản thân thông qua lý giải về mặt nhận thức [25]. Bản sắc địa phương còn ám thị đến thang đo trong bản thân mỗi người, như sự kết hợp của các cảm giác về bối cảnh vật lý cụ thể, sự kết nối mang tính biểu tượng, mà có thể giúp định nghĩa được bản thân chính mình [24] [15]. Bản sắc địa phương mang lại cho mỗi người một cảm giác gần gũi, gắn bó, lòng tự trọng và cảm giác khác biệt. Hay nói cách khác chính con người sinh sống tại đó cũng chính là nét đặc trưng của địa phương đó.

Nhận thức của con người về sự phụ thuộc địa phương và bản sắc địa phương đã được chứng minh là có thể ảnh hưởng đến rất nhiều mặt của cuộc sống [6]. Ở khía cạnh khác, sự thay đổi có thể xảy ra bởi du lịch và những hoạt động hiện có có thể phản ánh sức mạnh của sự phụ thuộc và nhận dạng địa phương hay sự tương tác xã hội [26]. Với những tiềm năng du lịch có thể tạo ra những ảnh hưởng tích cực về sự trao quyền tâm lý, sự kết nối hiện hữu giữa người dân với địa phương và cộng đồng có thể ảnh hưởng đến nhận thức của người dân về những tác động của du lịch [27] và cũng có thể củng cố những cảm xúc tích cực cũng như lòng tự hào.

2.2.3. Tình cảm với địa phương (place affect)

Tình cảm với địa phương được xem như là những cảm giác hay cảm xúc tích cực mà mỗi cá nhân có thể phát triển với một địa phương cụ thể nào đó [28]. Những xúc cảm này được cho là rất quan trọng trong mối quan hệ giữa con người với một vùng đất nào đó [10], và sự gắn bó tình cảm còn được chỉ ra trong nhiều nghiên cứu rằng có thể là một nhân tố độc lập khi đo lường sự gắn bó với điểm đến đối với khách du lịch [28] [29] [30]. Jorgensen và Stedman đã khẳng định rằng sự gắn bó tình cảm giữa con người với một vùng đất có thể vượt ra ngoài nhận thức, sự ưu tiên và phán đoán của họ [31]. Theo Relph, sự trải nghiệm của con người ở một vùng đất đa dạng và sâu sắc hơn thì sự gắn bó tình cảm cũng sẽ phát triển theo thời gian [32].

Sự gắn bó tình cảm là nhân tố vô cùng quan trọng khi đo lường sự gắn bó với địa phương, bởi nó có thể tạo ra cảm giác hạnh phúc và an toàn mà con người có thể có được ở một vùng đất [33]. Bên cạnh đó, sự gắn bó tình cảm còn liên quan đến tình cảm và cảm xúc, kiến thức và niềm tin, hành vi và hành động liên quan đến một vùng đất [10].

2.2.4. Sự gắn kết xã hội (social bonding)

Sự liên kết về mặt xã hội lại phản chiếu sự kết nối về mặt xã hội của khách du lịch với một địa phương thông qua quá trình tương tác với những người khác [11], là cảm giác bản thân mình thuộc về hay là thành viên của các tổ chức như bạn bè hay gia đình, cũng như những liên kết cảm xúc dựa trên việc chia sẻ lịch sử, mối quan tâm, các vấn đề chung,...

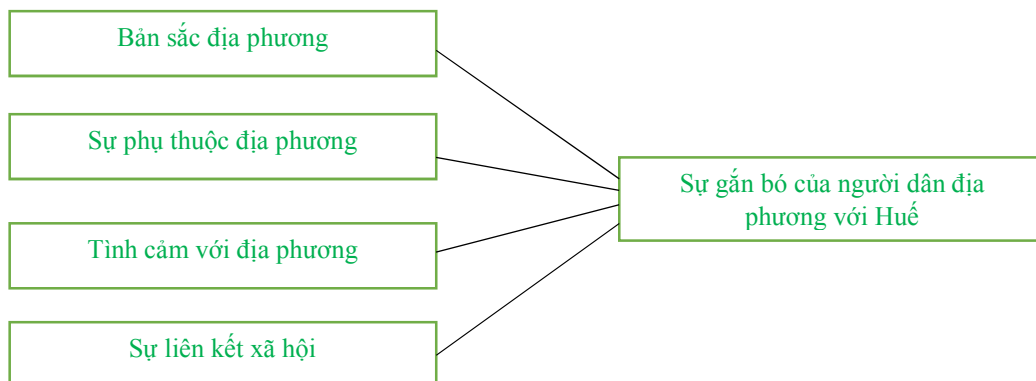
Một số nhân tố có thể kể đến như: sự sở hữu địa phương (place belongingness) nơi mà con người cảm thấy mình là một thành viên trong môi trường đó [34] [35], gốc rễ của địa phương (place rootedness) muốn ám chỉ đến sự ràng buộc mạnh mẽ với quê nhà [36] [2]; sự gắn bó láng giềng (neighborhood attachment) lại ghi lại những sự gắn kết về mặt cảm xúc của một người với môi trường xung quanh của họ [37].

2.3. Thang đo nghiên cứu đề xuất

Các nhà nghiên cứu coi sự gắn bó địa phương như một cấu trúc đa chiều phức tạp, mặc dù đến nay vẫn chưa thống nhất được các chiều là gì, vậy nên rất khuyến khích các nhà nghiên cứu sử dụng bảng câu hỏi hiện có thay vì tạo ra bảng câu hỏi của riêng họ góp phần làm giảm sự nhầm lẫn [12].

Như đã tổng hợp ở trên, sự gắn bó với địa phương thường được nghiên cứu trong các bối cảnh sau: bối cảnh cá nhân (sự phụ thuộc, bản sắc địa phương); bối cảnh môi trường – thiên nhiên (sự kết nối với thiên nhiên); bối cảnh xã hội (sự kết nối với xã hội). Tuy nhiên, những nghiên cứu phổ thông nhất đã chỉ ra rằng thang đo được sử dụng trong lĩnh vực du lịch và giải trí sẽ bao gồm sự phụ thuộc địa phương, bản sắc địa phương, tình cảm địa phương, và sự liên kết về mặt xã hội [13]. Nhằm đảm bảo tính thống nhất các định nghĩa và đảm bảo độ tin cậy cho thang đo, trong quá trình xây dựng các biến trong nghiên cứu, tác giả chỉ tập trung lựa chọn các định nghĩa, khái niệm đã được công nhận trong các nghiên cứu trước đó.

Trên cơ sở tổng lược các tài liệu có liên quan, tác giả đề xuất mô hình nghiên cứu như sau:



Hình 1. Mô hình đề xuất các khía cạnh của sự gắn bó của người dân với thành phố Huế

Thang đo nghiên cứu chủ yếu kế thừa từ các nghiên cứu của Williams & Vaske [15], Kyle và cs. [11], Raymond và cs. [12], Ramkissoon và cs. [38]; Hoang và cs [13].

Bảng 1. Thang đo đề xuất các khía cạnh của sự gắn bó của người dân khu vực Thành Nội với thành phố Huế

Nhân tố	Biến quan sát	Nguồn
1. Sự phụ thuộc địa phương		
PTĐP 1	Tôi thích sống ở Huế và môi trường không gian ở đây.	Ramkissoon và cs [38]
PTĐP 2	Tôi thích sống ở Huế hơn ở những khu vực khác.	Ramkissoon và cs [38]
PTĐP 3	Huế là nơi có bối cảnh và cơ sở vật chất tốt nhất cho những gì tôi muốn làm.	Kyle và cs [11]
PTĐP 4	Tham gia các hoạt động ở Huế với tôi là quan trọng hơn khi tham gia ở những nơi khác.	Williams và Vaske [15]
2. Bản sắc địa phương		
ĐNĐĐ 1	Tôi cảm thấy gắn bó hơn với thành phố của mình kể từ khi Huế có các di tích được công nhận là di sản văn hóa.	Hoang và cs [13]
ĐNĐĐ 2	Huế sở hữu nhiều di sản văn hóa được công nhận có ý nghĩa rất lớn đối với tôi.	Kyle và cs. [11]
ĐNĐĐ 3	Sống ở Huế nói lên rất nhiều điều về con người tôi.	Williams và Vaske [15]
ĐNĐĐ 4	Huế là thành phố rất đặc biệt với tôi.	Williams và Vaske [15]
3. Tình cảm với địa phương		
TCĐĐ 1	Tôi tự hào khi Huế là nơi có di sản văn hóa được công nhận.	Hoang và cs [13]
TCĐĐ 2	Tôi tự hào về văn hoá và phong tục truyền thống.	Hoang và cs [13]
TCĐĐ 3	Tôi tự hào về những tính cách của người Huế.	Hoang và cs [13]
TCĐĐ 4	Tôi tự hào vì mình là dân cư của khu vực Huế là thành phố có di sản văn hoá thế giới.	Hoang và cs [13]
TCĐĐ 5	Tôi cảm thấy mình thuộc về nơi này.	Ramkissoon và cs. [38]
TCĐĐ 6	Tôi cảm thấy rất nhớ quê hương khi tôi rời xa.	Jorgensen và Stedman [31]

4. Sự liên kết xã hội

KNGD 1	Tôi sống ở đây vì gia đình tôi sống ở đây.	Raymond và cs [12]
KNGD 2	Mối quan hệ với gia đình ở đây rất có ý nghĩa với tôi.	Raymond và cs [12]
KNGD 3	Nếu không có sự ràng buộc với gia đình ở đây, có thể tôi sẽ chuyển đi nơi khác.	Raymond và cs [12]
KNGD 4	Thành viên của các tổ chức/hội nhóm ở đây rất có ý nghĩa với tôi.	Raymond và cs [12]
KNGD 5	Tình bạn phát triển thông qua việc tham gia các hoạt động cộng đồng ở đây đã kết nối tôi với nơi cư trú của mình.	Raymond và cs [12]

(Nguồn: Tác giả tự tổng hợp, 2022)

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA nhằm xác định các khía cạnh của thang đo sự gắn bó của người dân với địa phương với nơi cư trú, sau đó sử dụng dữ liệu thực nghiệm được thu thập từ 161 phiếu điều tra người dân đang sinh sống tại khu vực Thành Nội để đánh giá sự gắn bó của người dân nơi đây với thành phố nơi họ đang sống.

Để đánh giá sự gắn bó của người dân với nơi cư trú là thành phố Huế, tác giả sử dụng phương pháp điều tra trực tiếp bằng bảng hỏi với người dân đang sinh sống ở khu vực Thành Nội trên 1 năm, tại các khu vực đông dân cư thuộc các phường Đông Ba, Thuận Thành, Thuận Lộc, và Tây Lộc. Công thức tính cỡ mẫu dựa theo nghiên cứu của Hair và cs, theo đó, kích thước mẫu nghiên cứu tối thiểu phải gấp 5 lần số biến quan sát [39]. Do đó, 190 phiếu điều tra được phát ra theo phương pháp chọn mẫu phi xác suất, cụ thể là chọn mẫu thuận tiện. Trong quá trình phỏng vấn, một nhóm gồm 2 sinh viên Trường Du lịch – Đại học Huế được đào tạo về cách thức tiếp cận và đặt câu hỏi cho những người dân địa phương. Sau khi hoàn thành thu thập thông tin, do một số phiếu không đủ thông tin nên bị loại và thu được 161 phiếu sử dụng được. Thông tin thu thập được từ bảng hỏi sẽ được sử dụng để phân tích bằng phần mềm SPSS 22.0.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Thông tin chung về mẫu khảo sát

Về đặc điểm dân số học, những người dân địa phương tham gia trả lời bảng hỏi trong nghiên cứu này chủ yếu là nữ (64%); nhóm người dân ở độ tuổi từ 30 đến 60 chiếm đa số (hơn 70%). Về nghề nghiệp, nhóm người dân làm việc trong các cơ quan nhà nước và làm việc trong lĩnh vực du lịch chiếm đa số (hơn 50%), nhóm người dân có công việc kinh doanh riêng chiếm 26%, tỷ lệ ở các nhóm nghề nghiệp khác là không đáng kể. Về khu vực sống, tỷ lệ người dân sống tại các phường Thuận Hoà, Tây Lộc, Đông Ba, Thuận Lộc khá tương đồng với nhau.

Trong tổng số 161 người dân tham gia trả lời trong nghiên cứu này, nhóm người dân sống ở Huế trên 5 năm chiếm đa số (hơn 70%), và những người dân sống ở Huế từ 1 đến 3 năm chiếm tỷ lệ thấp nhất (hơn 10%). Về mục đích khi sống tại Huế, có thể nhận thấy rằng, đại đa số người dân sống ở đây với mục đích sinh sống và làm việc (hơn 60%), tiếp theo đó là kết hôn (xấp xỉ 20%), nhóm người dân học tập hay đến Huế với những mục đích khác chiếm tỷ lệ không đáng kể. Về quá trình sinh sống tại Huế, đa số người dân sinh ra và lớn lên tại Huế (hơn 60%), người dân từ nơi khác đến Huế sống chiếm tỷ lệ gần 30%, và chỉ có gần 10% là người dân quay trở lại Huế sau quá trình sinh sống ở nơi khác.

4.2. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Trên cơ sở khung nghiên cứu đề xuất, tác giả đã xây dựng thang đo bao gồm 19 biến quan sát nhằm đo lường sự gắn bó của người dân địa phương với điểm đến Huế. Trước khi phân tích EFA, kiểm định độ tin cậy của thang đo gồm 19 biến nghiên cứu cho thấy hệ số Cronbach's Alpha của thang đo lớn hơn 0,8; như vậy, thang đo có độ tin cậy khá cao.

4.3. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

Trước khi tiến hành phân tích nhân tố khám phá, kiểm định Kaiser – Meyer – Olkin (KMO) và Bartlett được sử dụng để đánh giá tính hợp lý của cơ sở dữ liệu sử dụng cho phân tích nhân tố. Kết quả kiểm định cho thấy: Chỉ số KMO là 0,745 nằm trong mức cho phép từ 0,5 – 0,9; kiểm định Bartlett với độ tin cậy 95% và Sig. = 0,000; nghĩa là các biến quan sát có tương quan với nhau trong tổng thể. Như vậy, kỹ thuật phân tích nhân tố khám phá hoàn toàn có thể sử dụng được trong nghiên cứu này bởi quy mô mẫu đủ lớn và thích hợp để tiến hành phân tích nhân tố.

Phân tích nhân tố khám phá từ 19 biến quan sát để đánh giá sự gắn bó của người dân khu vực Thành Nội với thành phố Huế cho thấy: Có 1 biến quan sát đã bị loại (biến PTĐP 4 – Tham gia các hoạt động ở Huế với tôi là quan trọng hơn khi tham gia ở những nơi khác) do có hệ số tải không đạt tiêu chuẩn. Sau đó, kết quả phân tích nhân tố khám phá lần 2 cho thấy có 5 nhóm nhân tố (F1, F2, F3, F4, F5) được trích lập theo thứ tự quan trọng giảm dần. Trong đó, nhóm nhân tố F1 giải thích 25,861%, và tổng 5 nhóm nhân tố giải thích 68,229%. Do đó, 5 nhóm nhân tố này sẽ được tiếp tục sử dụng cho việc nghiên cứu.

Bảng 2. Kết quả phân tích nhân tố khám phá

STT	Chi tiêu	Nhân tố				
		F1	F2	F3	F4	F5
1	Tôi cảm thấy gắn bó hơn với nơi cư trú của mình kể từ khi được công nhận là di sản văn hoá.	0,783				
2	Huế sở hữu nhiều di sản văn hoá được công nhận rất có ý nghĩa đối với tôi.	0,799				
3	Sống ở Huế nói lên được rất nhiều điều về con người tôi.	.820				
4	Huế là nơi rất đặc biệt với tôi.	.804				
5	Tôi tự hào khi Huế là nơi có di sản văn hoá được công nhận.		.885			
6	Tôi tự hào về văn hoá và phong tục truyền thống nơi đây.		.758			
7	Tôi tự hào về những tính cách của người Huế.		.793			
8	Tôi tự hào vì mình là dân cư của thành phố nơi có nhiều di sản văn hoá thế giới.		.709			
9	Tôi cảm thấy mình thuộc về nơi này.		.776			
10	Tôi cảm thấy rất nhớ Huế khi tôi rời xa.		.725			
11	Tôi sống ở đây vì gia đình tôi sống ở đây.			.885		
12	Mối quan hệ với gia đình ở đây rất có ý nghĩa với tôi.			.819		
13	Nếu không có sự ràng buộc với gia đình ở đây, có thể tôi sẽ chuyển đi nơi khác.			.578		
14	Tham gia các tổ chức/hội nhóm ở đây rất có ý nghĩa với tôi.					.880
15	Tình bạn phát triển thông qua việc tham gia các hoạt động cộng đồng đã kết nối tôi với Huế.					.900
16	Huế là nơi có bối cảnh và cơ sở vật chất tốt nhất cho những gì tôi muốn làm.				.658	

17	Tôi thích sống ở Huế và môi trường không gian ở đây.					.734
18	Tôi thích sống ở Huế hơn ở những nơi khác.					.711
Hệ số Cronbach's Alpha		0.879	0.785	0.722	0.698	0.657
Giá trị Eigen		4.655	2.671	1.944	1.793	1.218
Phương sai trích (%)		25.861	14.839	10.799	9.963	6.767
Phương sai gộp (%)		25.861	40.700	51.500	61.462	68.229

(Nguồn: Kết quả xử lý số liệu điều tra năm 2022 của tác giả)

Như vậy, 5 nhóm nhân tố được trích lập lần lượt là:

- **Nhóm nhân tố F1:** Nhóm này vẫn được giữ nguyên tên gọi ban đầu “Bản sắc địa phương”, được hình thành từ 8 yếu tố. Nhóm nhân tố này có hệ số Cronbach's Alpha là 0,879 và hệ số Eigen là 4,655; vậy các biến quan sát thuộc nhóm này có quan hệ nội tại chặt chẽ. Đây cũng là nhóm nhân tố có mức độ giải thích cao nhất cho sự gắn bó của người dân khu vực Thành Nội với thành phố Huế (25,861%).

- **Nhóm nhân tố F2:** Nhóm này vẫn được giữ nguyên tên gọi “Tình cảm với địa phương”. Nhóm nhân tố này bao gồm 6 biến quan sát, có hệ số Cronbach's Alpha là 0,785 và giá trị Eigen là 2,671 nên có thể nhận xét rằng giữa các biến quan sát cũng có quan hệ nội tại tương đối chặt chẽ. Nhóm nhân tố này giải thích được 14,839% cho sự gắn bó của người dân Thành Nội với thành phố Huế.

- **Nhóm nhân tố F3:** Nhóm nhân tố này được đặt tên “Sự kết nối gia đình”, được hình thành từ 3 biến quan sát. Nhóm nhân tố này có tỷ lệ giải thích cho sự gắn bó với thành phố Huế là 10,799%.

- **Nhóm nhân tố F4:** Nhóm nhân tố F4 có tên là “Sự kết nối bạn bè” và được hình thành từ 2 yếu tố có quan hệ nội tại với nhau. Nhóm nhân tố này chỉ giải thích 9,963% cho sự gắn bó của người dân Thành Nội với thành phố Huế.

- **Nhóm nhân tố F5:** Nhóm nhân tố này có tên “Sự phụ thuộc địa phương” và được hình thành từ 3 biến quan sát có quan hệ nội tại với nhau. Tuy nhiên, nhóm này có mức độ giải thích thấp nhất cho sự gắn bó của người dân Thành Nội với thành phố Huế (6,767%).

4.4. Đánh giá của người dân về các nhân tố cấu thành nên sự gắn bó với thành phố Huế và sự khác biệt về đánh giá giữa các nhóm người dân có đặc điểm dân số học khác nhau

Bảng dưới đây thể hiện kết quả thống kê giá trị trung bình trong đánh giá của người dân địa phương về các nhóm nhân tố cấu thành sự gắn bó với thành phố Huế. Bên cạnh đó, tiến

hành kiểm định sự khác biệt về đánh giá các nhóm nhân tố cấu thành sự gắn bó với thành phố giữa các nhóm người dân có đặc điểm dân số học khác nhau với độ tin cậy 95%. Về giới tính, tiến hành kiểm định student với mẫu độc lập. Đối với độ tuổi, quê quán, nghề nghiệp, khu vực sống, tiến hành kiểm định phương sai một chiều.

Bảng 3. Kết quả giá trị trung bình của người dân về các nhóm nhân tố và kiểm định sự khác biệt khi đánh giá giữa những người dân có đặc điểm dân số học khác nhau

Nhân tố cấu thành sự gắn bó với thành phố Huế	Biến độc lập					Thời gian sống
	Giá trị TB	Giới tính	Độ tuổi	Quê quán	Nghề nghiệp	
Bản sắc địa phương	3,6	Ns	*	*	Ns	*
Tình cảm với địa phương	3,9	Ns	*	*	Ns	*
Sự kết nối gia đình	4	Ns	*	*	Ns	Ns
Sự kết nối bạn bè	3,3	Ns	Ns	Ns	Ns	Ns
Sự phụ thuộc địa phương	3,5	Ns	Ns	Ns	*	Ns

Chú thích: *: có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê; Ns: Không có sự khác biệt có ý nghĩa thống kê (với mức ý nghĩa 95%)

(Nguồn: Xử lý số liệu điều tra của tác giả năm 2022)

Theo kết quả thống kê giá trị trung bình, có thể thấy được rằng yếu tố “sự kết nối gia đình” là nhân tố được đánh giá cao nhất trong số 5 nhân tố trên, thể hiện sự gắn bó chặt chẽ với gia đình trong mối quan hệ với nơi cư trú của mỗi cá nhân. Ngoài ra, tình cảm với địa phương được tìm thấy như một thành phần quan trọng trong sự gắn kết giữa một cá nhân với một vùng đất [13], và có thể nhận thấy, những người tham gia trả lời điều tra đều có những cảm xúc tích cực về nơi cư trú của họ. Những cảm xúc họ thể hiện ra trong quá trình phỏng vấn bao gồm: tự hào, thân thương, quen thuộc, gần gũi. Nhiều người dân thể hiện sự tự hào khi sống xung quanh các di tích được công nhận là di sản văn hoá thế giới, đặc biệt như Đại Nội. Bên cạnh đó, quá trình phỏng vấn – điều tra còn thể hiện sự tự hào về bề dày lịch sử cũng như các dấu ấn lịch sử của khu vực nơi họ sinh sống như đàn Xã Tắc, miếu Âm Hồn,... Mặt khác, bản sắc địa phương lại hướng đến sự gắn bó về mặt nhận thức lại thể hiện những suy nghĩ và nhận thức của người dân địa phương về bản thân họ trong mối quan hệ với thành phố. Ngoài các nghi lễ lớn được UBND tỉnh tổ chức ở các di tích xung quanh khu vực Thành Nội, một số lễ khác như lễ cúng Âm Hồn,... cũng đã trở thành một nét văn hoá và không thể thiếu của người dân phường Thuận Thành, góp phần định hình nên những đặc điểm độc đáo của “người Huế”. Sự

gắn bó chức năng lại thể hiện cách thức mà người dân địa phương kết nối cuộc sống và công việc của họ với thành phố Huế và cũng cho ra kết quả tương đối tích cực. Đại đa số người dân tham gia phỏng vấn còn thể hiện sự yêu thích về không khí bình yên, thoải mái, đặc biệt ở khu vực Thành Nội tuy có nhiều hoạt động du lịch diễn ra, nhưng vẫn không phá vỡ không khí yên bình ở đây. Bên cạnh đó, việc kinh doanh các sản phẩm – dịch vụ cho khách du lịch cũng như tham gia các hoạt động liên quan du lịch cũng là một điểm quan trọng được nhiều người dân nhắc đến. Và đây cũng chính là lí do nhiều người dân ở khu vực này lại thể hiện sự ưu tiên khi lựa chọn Huế là nơi sinh sống và làm việc của mình. Tuy vậy, trong năm nhân tố trích lập ở trên, “sự kết nối với bạn bè” là nhân tố không nhận được sự đánh giá cao của người dân trong việc đánh giá về sự gắn bó với thành phố Huế.

Như vậy, dựa trên kết quả phân tích nhân tố khám phá và thống kê trung bình ý kiến đánh giá của người dân khu vực Thành Nội, có thể nhận xét rằng thành phố Huế có sự kết nối tình cảm với thành phố và kết nối gia đình khá mạnh mẽ. Tuy nhiên, bản sắc địa phương và mức độ phụ thuộc thành phố chỉ ở mức tương đối và sự kết nối bạn bè có xu hướng yếu hơn. Bên cạnh đó, vẫn có thể khẳng định một lần nữa, rằng vẫn tồn tại sự khác biệt giữa sự kết nối gia đình và bạn bè và không thể tích hợp vào cùng nhân tố bản sắc, sự phụ thuộc hay kết nối tình cảm với thành phố.

Kết quả này phù hợp với kết quả của một số nghiên cứu trước như của Raymond và cs. [12] khi ông cũng cho rằng các đặc điểm vật lý độc đáo của địa phương đóng một vai trò rất quan trọng trong việc hình thành những cá tính của mỗi người, giúp phát triển những kết nối về mặt cảm xúc và tạo điều kiện cho việc đạt được những mục tiêu mang tính chức năng của người dân; và kết quả nghiên cứu của Hoang T. D. [13] khi kết luận rằng danh hiệu di sản văn hoá thế giới là một sự hiện diện mạnh mẽ, giúp nuôi dưỡng những ý nghĩa đặc biệt và kết hợp chúng thành một hình thức gắn bó điểm đến đặc biệt.

Nhiều nghiên cứu trước đây đã chỉ ra rằng sự gắn bó với địa phương được phát triển trải qua thời gian, và có liên quan đến thời gian sinh sống, kinh nghiệm sử dụng lịch sử và kiến thức của một vùng đất cụ thể [10] [40]. Điều này khá tương đồng với kết quả kiểm định phương sai một chiều khi nhóm người dân địa phương có thời gian sống và độ tuổi khác nhau cũng có sự khác biệt mang ý nghĩa thống kê khi đánh giá nhân tố “bản sắc địa phương”, “tình cảm với địa phương” và “sự kết nối gia đình”. Những người có thời gian sống dài hơn 5 năm và ở nhóm độ tuổi 40 trở lên có xu hướng quen thuộc, tự hào với văn hoá – lịch sử, đặc biệt họ thể hiện rõ nét sự tự hào về một thành phố với nhiều di sản văn hoá tâm quốc tế. Bên cạnh đó, họ hình thành rõ bản sắc người Huế, định hình bản ngã cá nhân trong quá trình sinh sống ở đây. Tương tự đối với nhóm người dân có quê quán là Thừa Thiên Huế, Huế có sự kết nối tình cảm và kết nối gia đình, cũng như bản sắc địa phương khá mạnh mẽ so với những người dân có quê quán khác. Về nhóm đặc điểm nghề nghiệp, nhóm người dân có nghề nghiệp kinh doanh và công việc liên quan đến du lịch có xu hướng đánh giá cao hơn về yếu tố “Huế là nơi có bối cảnh và cơ sở vật chất tốt nhất

cho những gì tôi muốn làm” so với người dân ở các nhóm nghề nghiệp khác; thể hiện sự yêu thích khi thực hiện các công việc của mình tại Huế.

5. Kết luận

Mục đích của nghiên cứu này là tổng lược một số nghiên cứu liên quan về sự gắn bó với một địa phương, từ đó xác định các khía cạnh thang đo sự gắn bó với thành phố du lịch, và các kiểm định cần thiết đã cho thấy thang đo có tính hiệu lực và độ tin cậy. Kết quả nghiên cứu đã cung cấp thêm bằng chứng thực nghiệm để củng cố thêm quan điểm của các nhà nghiên cứu khi họ cho rằng sự gắn bó với nơi cư trú là một hiện tượng tâm lý phức tạp và đa chiều, bao gồm các khía cạnh thuộc bối cảnh cá nhân và bối cảnh cộng đồng [11] [12]. Cụ thể, sự gắn bó với thành phố Huế trong nghiên cứu này được cấu thành từ 5 khía cạnh: Bản sắc địa phương, sự phụ thuộc địa phương, sự kết nối tình cảm, sự kết nối gia đình, và sự kết nối bạn bè. Trong đó, ba khía cạnh “bản sắc địa phương”, “sự phụ thuộc địa phương”, “sự kết nối tình cảm” được giữ nguyên như mô hình đề xuất ban đầu; một lần nữa củng cố cho quan điểm của Hoang và cs rằng đây là ba nhân tố thường gặp nhất khi đo lường sự gắn bó của người dân với nơi cư trú trong lĩnh vực du lịch và giải trí. [13] Bên cạnh đó, hai nhân tố mới xuất hiện là “sự gắn kết gia đình” và “sự gắn kết bạn bè” cũng đã từng được tìm ra trong nghiên cứu của Raymond và cs [12]. Đối với trường hợp thành phố Huế trong nghiên cứu này, “sự kết nối với gia đình” là nhân tố quan trọng và được người dân đánh giá cao nhất. Bên cạnh đó, người dân ở khu vực Thành Nội cũng đã phát triển sự gắn bó tích cực về cảm xúc, tình cảm với Huế, cũng như xây dựng sự gắn bó khá chặt chẽ với các yếu tố vật lý và xã hội qua quá trình sinh sống và làm việc tại đây. Cụ thể, những cảm giác thân thuộc, yên bình, và tự hào là những từ khoá được nhắc đến nhiều nhất qua quá trình phỏng vấn. Một thành phố di sản thế giới cùng bề dày văn hoá – lịch sử độc đáo, rõ nét đã và đang có những ý nghĩa tích cực và quan trọng, hình thành nên sự gắn bó với nơi cư trú của người dân địa phương. Vì vậy, sự kết nối giữa các cá nhân với Huế không đơn thuần chỉ là sự gắn bó giữa từng cá nhân với gia đình và bạn bè của họ, mà còn là cách mà mỗi người dân xây dựng cá tính của riêng họ, và phát triển sự gắn kết tình cảm với nơi cư trú của mình qua quá trình sinh sống và làm việc ở thành phố này.

Một trong những hạn chế của đề tài là hạn chế về thời gian và nguồn lực điều tra nên không thực hiện phương pháp chọn mẫu xác suất, dẫn đến việc mẫu điều tra chưa đảm bảo tính đại diện. Bên cạnh đó, cũng cần xem xét về những khoảng trống của nghiên cứu như kiểm định các giả thuyết trong mô hình nghiên cứu đề xuất; cũng như các hướng nghiên cứu khác liên quan như mối quan hệ giữa sự gắn bó với địa phương và sự hài lòng của người dân, hay mối quan hệ giữa sự gắn bó và sự hài lòng với các hành vi cụ thể của người dân địa phương như WOM, hay hành vi bảo vệ môi trường...v.v.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Goudy, W. J., (1990), "Community attachment in a rural region 1", *Rural sociology*, 55(2), 178–198.
2. Tuan, Y.-F., (1974), "Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values", *Prentice Hall*.
3. Gustafson, P., (2001), "Roots and routes: Exploring the relationship between place attachment and mobility", *Environment and behavior*, 33(5), 667–686.
4. Manzo, L. C., & Perkins, D. D., (2006), "Finding common ground: The importance of place attachment to community participation and planning", *Journal of planning literature*, 20(4), 335–350.
5. Choi, H. C., & Murray, I., (2010), "Resident attitudes toward sustainable community tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575–594.
6. Strzelecka, M., Boley, B. B., & Woosnam, K. M., (2017), "Place attachment and empowerment: Do residents need to be attached to be empowered?", *Annals of Tourism Research*, 66, 61–73.
7. Lewicka, M., (2011), "Place attachment: How far have we come in the last 40 years?", *Journal of Environment Psychology*, 31 (3), 207–230.
8. Hildago, M. C., & Hernandez, B., (2001), "Place attachment: Conceptual and empirical questions", *Journal of Environmental Psychology*, 21 (3), 273–281.
9. Low, S. M., & Altman, I., (1992), "Place attachment". In *Place attachment* (pp. 1–12). Springer, Boston, MA.
10. Altman, I., & Low, S. M., (1992), "Place attachment: a conceptual inquiry", *Place attachment*, 1–12, Plenum Press.
11. Kyle, G., Graefe, A., & Manning, R., (2005), "Testing the dimensionality of place attachment in recreational settings", *Environment and behavior*, 37(2), 153–177.
12. Raymond, C. M., Brown, G., & Weber, D., (2010), "The measurement of place attachment: Personal, community, and environmental connections", *Journal of environmental psychology*, 30(4), 422–434.
13. Hoang, T. D. T., Brown, G., & Kim, A. K. J., (2020), "Measuring resident place

- attachment in a World Cultural Heritage tourism context: the case of Hoi An (Vietnam), *Current Issues in Tourism*, 23(16), 2059–2075.
14. Williams, D. R., & Roggenbuck, J. W., (1989), "Measuring place attachment: Some preliminary results", In *NRPA Symposium on Leisure Research*, San Antonio, TX (Vol. 9), October.
 15. William, D., & Vaske, J, (2003), "The measurement of place attachment: validity and generalizability of a psychometric approach". *Forest Science*, 49 (6), 830–840.
 16. Hou, J. S., Lin, C. H., & Morais, D. B., (2005), "Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: The case of Hakka and non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan", *Journal of Travel Research*, 44(2), 221–233.
 17. Chen, N. C., Dwyer, L., & Firth, T, (2014), "Conceptualization and measurement of dimensionality of place attachment, *Tourism Analysis*", 19(3), 323–338.
 18. Sampson, K. A., & Goodrich, C. G., (2009), "Making place: Identity construction and community formation through "sense of place" in Westland, New Zealand", *Society and Natural Resources*, 22(10), 901–915.
 19. Mishra, S., Mazumdar, S., & Suar, D., (2010), "Place attachment and flood preparedness", *Journal of environmental psychology*, 30(2), 187–197.
 20. Kyle, G. T., Theodori, G. L., Absher, J. D., & Jun, J., (2010), "The influence of home and community attachment on firewise behavior", *Society and Natural Resources*, 23(11), 1075–1092.
 21. Moore, R. L., & Graefe, A. R., (1994), "Attachment to recreation settings: The case of rail – trail users", *Leisure Sciences*, 16 (1), 17–31.
 22. Stokols, D., & Shumaker, S. A, (1982), "The Psychological Context of Residential Mobility and Weil-Being", *Journal of Social Issues*, 38(3), 149–171.
 23. Bricker, K. S., & Kerstetter, D. L., (2000), "Level of specialization and place attachment: An exploratory study of whitewater recreationists", *Leisure sciences*, 22(4), 233–257.
 24. Williams, D. R., Patterson, M. E., Roggenbuck, J. W., & Watson, A. E., (1992), "Beyond the commodity metaphor: Examining emotional and symbolic attachment to place", *Leisure sciences*, 14(1), 29–46.
 25. Proshansky, H. M., (1978), "The city and self-identity", *Environment and behavior*, 10(2), 147–169.
 26. Gu, H., & Ryan, C., (2008), "Place attachment, identity and community impacts of tourism—the case of a Beijing hutong", *Tourism management*, 29(4), 637–647.

27. Wang, S., & Chen, J. S., (2015), "The influence of place identity on perceived tourism impacts", *Annals of Tourism research*, 26 (2), 349–370.
28. Brocato, E. D., (2006), "Place attachment: an investigation of environments and outcomes in a service context", *The University of Texas at Arlington*.
29. Brown, G., Smith, A., & Assaker, G., (2016), "Revisiting the host city: An empirical examination of sport involvement, place attachment, event satisfaction and spectator intentions at the London Olympics", *Tourism management*, 55, 160–172.
30. Kil, N., Holland, S. M., Stein, T. V., & Ko, Y. J., (2012), "Place attachment as a mediator of the relationship between nature-based recreation benefits and future visit intentions", *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4), 603–626.
31. Jorgensen, B., & Stedman, R., (2006), "A comparative analysis of predictors of sense of place dimensions: Attachment to, dependence on, and identification with lakeshore properties", *Journal of Environmental Management*, 79, 316–327.
32. Relph, E., (1976), "Place and placelessness", *London: Pion*, Vol 67.
33. Nielsen-Pincus, M., Hall, T., Force, J. E., & Wulfhorst, J. D., (2010), "Sociodemographic effects on place bonding", *Journal of Environmental Psychology*, 30(4), 443–454.
34. Mesch, G. S., & Manor, O., (1998), "Social ties, environmental perception, and local attachment", *Environment and behavior*, 30(4), 504–519.
35. Milligan, M. J., (1998), "Interactional past and potential: The social construction of place attachment", *Symbolic interaction*, 21(1), 1–33.
36. Hay, R., (1998), "Sense of place in developmental context", *Journal of environmental psychology*, 18(1), 5–29.
37. Brown, B., Perkins, D. D., & Brown, G., (2003), "Place attachment in a revitalizing neighborhood: Individual and block levels of analysis", *Journal of environmental psychology*, 23(3), 259–271.
38. Ramkissoon, H., Smith, L. D. G., & Weiler, B., (2013), "Testing the dimensionality of place attachment and its relationships with place satisfaction and pro-environmental behaviours: A structural equation modelling approach", *Tourism management*, 36, 552–566.
39. Hair, A., & Anderson, R., (1998), "Tatham, and Black, 1998, *Multivariate Data Analysis*", New Jersey, USA.
40. Hammitt, W. E., Kyle, G. T., & Oh, C. O., (2009), "Comparison of place bonding models in recreation resource management", *Journal of Leisure Research*, 41(1), 57–72.