

ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری

محمود ضیایی*

علی اکبر امین بیدختی**

فاطمه قربانی***

چکیده

جامعه محلی در توسعه پایدار گردشگری نقش مهم و اساسی را ایفا می‌نماید از این رو، مشارکت جامعه محلی به مثابه یکی از ارکان توسعه پایدار در توسعه گردشگری ضروری است. پژوهش حاضر با هدف ارزیابی ظرفیت جامعه محلی در منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای پاسخگویی به این سؤال شکل گرفته است که ظرفیت جوامع محلی در منطقه مذکور برای توسعه پایدار گردشگری در چه وضعیتی است؟ این پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش تحقیق در زمره تحقیقات توصیفی - پیمایشی قرار می‌گیرد. همچنین برحسب ماهیت داده‌ها از نوع تحقیقات کمی است. جامعه آماری این تحقیق کلیه کارشناسان مرتبط با حوزه گردشگری منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد و کلیه رهبران محلی بخش پاسارگاد در نیمه دوم سال ۱۳۹۱ هستند. ابزار پژوهش پرسشنامه‌ای محقق ساخته است که پس از تأیید روایی و پایایی، با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری احتمالی طبقه بندی شده، در دی ماه ۱۳۹۱ به تعداد ۶۸ عدد توزیع گردیده و پس از جمع‌آوری داده‌ها، از آزمون میانگین یک جامعه جهت پاسخگویی به فرضیه اصلی و فرضیات فرعی تحقیق استفاده شده است. مطابق با نتایج این آزمون، تمامی فرضیات اصلی و فرعی به استثنای فرضیه مربوط به مؤلفه تعهد تأیید شدند که می‌توان گفت ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط می‌باشد. لذا ظرفیت‌سازی و ایجاد بستر مناسب جهت نیل به توسعه پایدار گردشگری در بخش پاسارگاد و جوامع محلی پیرامون آن ضروری است.

واژگان کلیدی: توسعه پایدار گردشگری، مشارکت جامعه محلی، ظرفیت‌سازی، منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد.

* دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی

** دانشیار گروه مدیریت بازرگانی دانشگاه سمنان

*** دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی دانشگاه سمنان، نویسنده مسئول. f.ghorbani83@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۲/۶/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۱/۳۰

مقدمه

هرگاه فعالیت‌های گردشگری ارتباط نزدیکی با جوامع محلی داشته باشند، گردشگری می‌تواند موجب تغییر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، محیطی و اقتصادی جامعه میزبان گردد (بیٲن، ۲۰۰۶؛ ریچاردز و هال، ۲۰۰۰). علاوه بر این، بسیاری از پژوهشگران گردشگری را بعنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی، بویژه در جوامع محلی در نظر می‌گیرند و اذعان می‌کنند که گردشگری یکی از مطرح‌ترین استراتژی‌ها برای توسعه می‌باشد و از این رو توسعه گردشگری می‌تواند توسعه ملی و محلی را افزایش دهد (عارف و همکاران، ۲۰۱۰d، ص ۱۵۵). بر این اساس بسیاری از جوامع دریافته‌اند که باید نگرشی واکنشی و فعال‌تر به گردشگری داشته باشند و بر توسعه واقعی و ترویج اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه گردشگری، توجه نمایند (صالحی، حسن پور، ۱۳۹۱، ص ۱۳). لازم به ذکر است که دستیابی به توسعه گردشگری، مشروط به همکاری جوامع محلی است زیرا جوامع نقش کلیدی در توسعه گردشگری دارند و عنصر اساسی توسعه گردشگری هستند (عارف و همکاران، ۲۰۱۰d، ص ۱۵۵) و طبق اصول توسعه پایدار باید بر توانمندسازی و توزیع قدرت در جامعه تأکید کرد زیرا فراهم کردن شرایط لازم برای توسعه پایدار گردشگری در گرو همکاری تمام اقشار جامعه است (فاضل بخششی، ۱۳۸۷، ص ۱۳). نکته قابل تأمل در این باره موانعی است که توسعه گردشگری با آن روبه‌روست. بعنوان نمونه به عقیده موسکاردو (۲۰۰۸)، موانعی که در راه توسعه گردشگری در کشورهای جهان سوم خودنمایی می‌کنند، درک محدود از گردشگری و اثرات آن و کمبود ظرفیت جامعه است (موسکاردو، ۲۰۰۸). از آنجا که جوامع محلی مهمترین اصل در ایجاد ثبات و پایداری گردشگری می‌باشند و این جوامع هستند که از وجود گردشگری منتفع یا متضرر می‌شوند، لزوم توجه و برنامه‌ریزی با دخیل کردن خواسته‌ها و مشارکت آنها احساس می‌شود. در همین راستا عارف و همکاران بر این عقیده‌اند که توسعه گردشگری در جوامع محلی نمی‌تواند بدون مشارکت رهبران جامعه و مردم محلی موفق باشد. در نتیجه ظرفیت‌سازی کلیدی برای توسعه گردشگری است. از این رو، ارزیابی ظرفیت جامعه گام مهمی در استراتژی‌های جامعه‌ی در حال توسعه جهت دستیابی به توسعه جامعه و توسعه گردشگری خواهد بود (عارف و همکاران، ۲۰۱۰a).

یکی از چارچوب‌های مهم ارزیابی ظرفیت جامعه، چارچوب ارتباطی ظرفیت جامعه و ظرفیت سازی شاسکین (۲۰۰۱) می‌باشد که در این چارچوب ظرفیت جامعه بوسیله‌ی مجموعه‌ای از ویژگی‌های اصلی نشان داده شده است که از طریق نمایندگی‌های فردی، سازمانی و شبکه‌ها برای انجام کاربردهای خاص هدایت می‌شوند، همچنین این چارچوب نشان می‌دهد که اگرچه تأثیرات مشروط^۱ (موقعیت، اقتصاد، تاریخ و فرهنگ و...) هم در سطح خرد و هم در سطح کلان تا حدودی مهم هستند، اما ظرفیت جامعه می‌تواند از طریق مداخلات استراتژیک- دوباره از طریق هدایت و رهبری افراد، سازمان‌ها و شبکه‌ها برای انجام و اجرای وظایف (اقدامات)^۲ خاص ساخته شود که در زمان موفقیت، چنین فرایندی ممکن است هم به افزایش ظرفیت جامعه و هم سایر نتایج مورد انتظار جامعه منجر شود. مطابق با هدف اصلی این پژوهش که ارزیابی ظرفیت جامعه‌ی محلی به منظور ظرفیت سازی برای توسعه‌ی گردشگری است، با استفاده از پیشینه‌ی تحقیق و چارچوب ارتباطی ظرفیت جامعه و ظرفیت سازی شاسکین، ابتدا بعد ویژگی‌های ظرفیت جامعه انتخاب و مؤلفه‌ها و شاخص‌های مربوط به این بعد جهت بررسی شناسایی و انتخاب گردید. همانطور که پیش‌تر اشاره شد طبق گفته موسکاردو (۲۰۰۸) فقدان ظرفیت جامعه و درک محدود از اثرات گردشگری بعنوان موانع توسعه‌ی مؤثر گردشگری در کشورهای جهان سوم شناخته شده است. از این‌رو این پژوهش به تحلیل ویژگی‌های ظرفیت جامعه بعنوان یکی از ابعاد ظرفیت جامعه که یک مسئله‌ی ثابت شده در رویه توسعه‌ی گردشگری می‌باشد، می‌پردازد و حس تعلق به جامعه، تعهد، توانایی تعیین و دستیابی به اهداف و توانایی شناسایی و دسترسی به منابع را در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای مدیریت و توسعه‌ی صنعت گردشگری در این جوامع مورد بررسی قرار می‌دهد.

نظر به اینکه منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد واقع در بخش پاسارگاد^۳ شهرستان پاسارگاد استان فارس در ۱۲۰ کیلومتری شیراز، از سال ۱۳۸۸ بعنوان منطقه نمونه گردشگری شناخته شده و با توجه به پروژه‌های توسعه‌ی گردشگری تعریف شده برای این منطقه مطابق با طرح امکان‌سنجی منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد از جمله طرح دهکده گردشگری پاسارگاد واقع در سه کیلومتری مجموعه تاریخی پاسارگاد، ضرورت ارزیابی ظرفیت جامعه برای دستیابی به توسعه‌ی گردشگری و بالتبع توسعه‌ی جامعه احساس می‌-

1. conditioning influences

2. Functions/Actions

۳. نام قبلی این بخش، بخش هخامنش بوده است که از سال ۱۳۸۷ به بخش پاسارگاد تغییر نام یافته است.

شود و از سوی دیگر مطالعات اولیه و مصاحبه‌های صورت گرفته با مسئولان ذیصلاح در منطقه حاکی از آن است که علیرغم تعداد قابل توجه دیدارکنندگان از مجموعه تاریخی پاسارگاد (۳۴۲۷۵۴ بازدیدکننده در سال ۱۳۹۰)، گردشگری تغییرات مثبتی را به لحاظ وضعیت اقتصادی و اجتماعی در زندگی ساکنین روستاهای بخش پاسارگاد که در مجاورت این مجموعه تاریخی قرار گرفته اند (مادرسلیمان، مبارک آباد، کردشول، دهنو، ابوالوردی) ایجاد نموده است، بطوریکه از ۴۱۶۰ نفر جمعیت فعال اقتصادی در این روستاها تنها ۱۱ نفر در فعالیتهای مربوط به گردشگری مشغولند که آن هم در بخش خاصی از کسب و کارهای گردشگری است (یک رستوران و یک مرکز اطلاع‌رسانی در روستای مادرسلیمان) (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۵؛ مهندسین مشاور نقش پردازان شهر پارسه، ۱۳۸۷). لذا با توجه به مشارکت اندک جامعه‌ی محلی در توسعه‌ی گردشگری و اینکه علیرغم خیل عظیم گردشگران، گردشگری منجر به تغییر و تحول قابل توجهی در وضعیت زندگی مردم روستاهای مورد نظر نشده است، این سؤال برای محقق مطرح شده است که چگونه می‌توان ضمن بهبود فرایند توسعه‌ی گردشگری، منافع آن را نیز برای جامعه‌ی محلی بخش پاسارگاد ایجاد و یا تقویت نمود.

مبانی نظری تحقیق

ظرفیت به سادگی، راه و روش‌های لازم برای انجام آنچه که باید انجام شود، می‌باشد و خیلی گسترده‌تر از مهارت‌های ساده، افراد و طرح هاست و شامل تعهد، منابع و همه‌ی آنچه که موجب تأثیرگذاری بر یک فرایند می‌شود تا آن را موفق سازد، می‌شود. در اغلب موارد، ظرفیت به مؤلفه‌هایی چون: افرادی که مایل به همکاری هستند؛ مهارت‌ها، دانش و توانایی؛ سلامتی و تندرستی جامعه؛ توانایی برای شناسایی و دسترسی به فرصت‌ها؛ انگیزش و انگیزه‌هایی که بوسیله‌ی آن اجرای طرح‌ها عملی است؛ زیرساخت‌ها، نهادهای حمایتی و منابع فیزیکی؛ رهبری و ساختارهای مورد نیاز برای مشارکت؛ منابع اقتصادی و مالی، و فعال کردن (توانمندسازی) خط مشی‌ها و سیستم‌ها، اشاره دارد (فرَنک و اسمیت، ۱۹۹۹، ص ۱۰). گیتل و ویدال (۱۹۹۸، ص ۲۵) ظرفیت را بعنوان "پتانسیلی برای بومیان جامعه به منظور عمل به تعهدات، منافع و اهداف جمعی" تعریف می‌کنند (سیندی لاین، ۲۰۰۷، ص ۲۶).

ظرفیت جامعه، ویژگی‌هایی از جامعه تعریف می‌شود که آن را قادر به بسیج، تشخیص و حل مشکلات می‌کند (عارف، رذوووان و گیل، ۲۰۱۰b، ص ۱۷۲) و بهبود این ظرفیت از جمله راه‌های بهبود فرایند توسعه گردشگری و افزایش مزایای آن برای مقصدهای گردشگری در نواحی روستایی، حاشیه‌ای و در حال توسعه شناخته شده است (موسکاردو، ۲۰۰۸، ص ۱۰). بهبود ظرفیت یا ظرفیت‌سازی به گستره‌ای از فعالیت‌ها مربوط می‌شود که افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها ظرفیت خود را برای تحقق توسعه پایدار بهبود می‌بخشند و اغلب با توانمندسازی و بسیج در جوامع محلی مرتبط است (پترز و آلتلجویک^۱، ۲۰۰۹، ص ۲۴۴). زمینه‌ی توانمندسازی جامعه و ظرفیت جامعه با یکدیگر همپوشانی دارند (اسمیث و همکاران، ۲۰۰۳، ص ۱۹)، زمانیکه ظرفیت جامعه افزایش می‌یابد، به توانمندسازی افراد منجر می‌شود. نظریه توانمندسازی افراد و جامعه با توانایی‌ها و پتانسیل‌های مردم برای ایجاد مواردی که به آنها سود می‌رساند بسیار ارتباط دارد و در واقع توانمندسازی مردم یا جامعه در مورد قابلیت‌های افراد می‌باشد (سایل و ابو سامه^۲، ۲۰۱۰، ص ۶۳). برای توانمند کردن افراد محلی به منظور بهره‌مند شدن از فرصت‌های فراهم شده از توسعه گردشگری، ظرفیت‌سازی جامعه محلی ضروری است (عارف، رذوووان و گیل، ۲۰۱۰b، ص ۱۷۲).

بطور خلاصه، اگر گردشگری بخواهد از طریق توسعه‌ی جامعه موفق شود، توانمندسازی نباید فقط در سطح شعار باقی بماند (ریچاردز و هال، ۲۰۰۰، ص ۳۰۳). در عوض، جوامع محلی باید بتوانند تصمیم‌گیری کنند و اینکه چگونه منافع بطور عادلانه و گسترده توزیع شود را تعیین کنند (تیموثی، ۲۰۰۲، ص ۱۶۴). بعبارت دیگر، این بدین معنی است که ظرفیت جامعه باید تقویت و ظرفیت‌سازی انجام شود تا آنها بتوانند طرح و برنامه‌های توسعه‌شان را حفظ کنند (بیتون، ۲۰۰۶، صص ۸۸-۸۹) و تعهد قوی‌تری را نسبت به دیگر گروه‌های ذینفع که نماینده‌ی دولت، توسعه‌دهندگان و NGOها هستند را گسترش دهند (تیموثی، ۲۰۰۲، صص ۱۶۳-۱۶۴).

پژوهشگران مختلف سعی در شناسایی و سنجش ظرفیت جامعه تحت عناوین مختلف از جمله ابعاد ظرفیت جامعه داشته‌اند بعنوان نمونه می‌توان از گودمن و همکاران، ۱۹۸۸؛ باپ و همکاران^۳، ۲۰۰۰؛ شاسکین، ۲۰۰۱؛ مکلیلان و همکاران^۴، ۲۰۰۷ (عارف و

1. peeters & alteljevic
2. Sail & Abu-Sameh
3. Bopp et al
4. Maclellan & et al

همکاران، ۲۰۰۹) و عارف و همکاران، ۲۰۰۹ نام برد که در این پژوهش از تحقیق شاسکین (۲۰۰۱) الگو برداری شده است و از مدل وی ویژگی‌های ظرفیت جامعه: حس تعلق به جامعه، تعهد، توانایی حل مسئله و توانایی شناسایی و دسترسی به منابع جهت بررسی انتخاب شده است (شاسکین، ۲۰۰۱، صص ۲۹۶-۲۹۵). این ویژگی‌ها توصیف‌های پایه‌ای ظرفیتی هستند که یک جامعه می‌تواند داشته باشد و آنها نقطه‌ی شروع برای توصیف ظرفیت جامعه می‌باشند (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۲). اگرچه این ویژگی‌ها تا حدی در هر جامعه‌ای وجود دارد ولی تا حدودی نیز سطح مشخصی از آنها برای اینکه جامعه به اهداف خاص برسد، ضروری است (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۶). از این رو، تلاش‌های ظرفیت‌سازی جامعه بدنبال افزایش این ویژگی‌ها به منظور بهبود عملکرد جامعه و رسیدن به نتایجی چون رفاه اقتصادی، تأثیر بر تصمیم‌گیری، ارائه خدمات بهتر و... می‌باشد (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۲).

حس تعلق به جامعه

یکی از اصطلاحات استفاده شده در توسعه‌ی جامعه و ظرفیت‌سازی "حس تعلق به جامعه" است. مفهوم حس تعلق به جامعه توسط هیلر (۱۹۵۵) با شناسایی مؤلفه‌های مختلف فرایندی که توسط اعضای جامعه برای برقراری حس تعلق به جامعه کار می‌کرد، شروع شد. حس تعلق به جامعه، حسی است که تعامل با دیگر اعضای جامعه را فراهم می‌آورد (عارف و همکاران، ۲۰۰۹، ص ۱۲۶) و ارتباط بین اعضای جامعه و شناختی از شرایط متقابل را نشان می‌دهد که شامل ارزش‌های حفظ شده‌ی محلی، هنجارها و دیدگاه‌های مشترک می‌شود (مک میلان و جورج، ۱۹۸۶). این حس نقش مهمی در تقویت حمایت از توسعه‌ی گردشگری بازی می‌کند که می‌تواند با پایداری طولانی مدت‌اش بعنوان مبنایی وسیع برای برنامه ریزی توسعه‌ی گردشگری بکار رود (هال و همکاران، ۲۰۰۵، صص ۱۷۷-۱۷۶).

حس تعلق به جامعه هم بعنوان فرایند و هم براینند ظرفیت‌سازی جامعه در توسعه‌ی گردشگری مطرح شده است (عارف و همکاران، ۲۰۰۹، ص ۱۲۸). مک میلان و جورج (۱۹۸۶) حس تعلق به جامعه را اینگونه شرح می‌دهند: "حس تعلق که اعضا به مکان، به یکدیگر و به گروه دارند، و اعتقاد مشترکی که نیازهای اعضا از طریق تعهدشان به یکدیگر برآورده خواهد شد (ص ۹)" و شاسکین و همکاران (۲۰۰۱) به حس تعلق به

جامعه بعنوان " درجه‌ای از وابستگی " میان اعضا و شناخت یا انطباق با هنجارها و ارزش- های جامعه اشاره دارند (اگزویو^۱، ۲۰۰۷، ص ۱۹۰).

حس تعلق به جامعه به مردم کمک می‌کند تا احساس مسئولیت بیشتری نسبت به جامعه داشته و در پیشرفت جامعه خود را سهم بدانند و همچنین این حس به ظرفیت سازی جامعه از طریق قادر ساختن مردم به حس ارتباط داشتن و انگیزه داشتن برای زندگی بهتر با ایجاد تعاون و همکاری با هم در جهت اهداف مشترک جامعه (مثل توسعه گردشگری) کمک می‌نماید. در واقع، حسی است که مستلزم تعامل با دیگر اعضای جامعه می‌باشد و می‌تواند بعنوان ظرفیت مردم محلی برای مشارکت در فعالیت‌های توسعه دیده شود. توسعه دهندگان گردشگری اغلب به تشویق حس تعلق به جامعه میان مردم بومی جامعه بعنوان راهی برای کمک به ظرفیت سازی جامعه تمایل دارند (عارف و همکاران، ۲۰۱۰b، ص ۱۷۷).

مک میلان و جورج (۱۹۸۶) چهار عنصر اساسی حس تعلق به جامعه را : الف) عضویت، ب) نفوذ، ج) تقویت- یکپارچه سازی و تحقق نیازها و د) ارتباط عاطفی مشترک (وابستگی احساسی) می‌دانند (ص ۹) و بنیایی (۲۰۱۰-۲۰۰۷) حس تعلق به جامعه را با معیارهایی چون شناخت شرایط متقابل، مدارک و شواهد اعتماد بین اعضا، ارتباط مثبت بین اعضا و احساس هویت مشترک مورد سنجش قرار داده است. در این پژوهش، این بعد با دو مؤلفه‌ی وابستگی احساسی (حس غرور و افتخار میان بومیان و علاقه‌مندی به ادامه‌ی سکونت در مکان فعلی زندگی‌شان) و شناخت شرایط متقابل (برقراری ارتباط مهمان‌نوازانه با گردشگران، وحدت در انجام اقدامات عام‌المنفعه و گرد همایی های اعضای جامعه و مسئولین در مورد مسائل مرتبط با گردشگری) مورد بررسی قرار گرفته است.

تعهد

توسعه‌ی قابل توجه جامعه تنها زمانی می‌تواند رخ دهد که مردم محلی به سرمایه- گذاری خود و منابعشان برای آن توسعه متعهد شوند (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۳ به نقل از کریترزمن و مکنایت^۲، ۱۹۹۳، ص ۵). در واقع تعهد به جامعه و ثبات کلی‌اش، خودشان را به ظرفیت جامعه‌ی قوی قرض می‌دهند (سیندی لاین، ۲۰۰۷، ص ۳۱). سطح تعهد در جهت

1. Xiao
2. Kretzman & McKnight

ظرفیت جامعه دو جنبه‌ی ضروری دارد: ۱- وجود اعضایی از جامعه که خود را بعنوان ذینفع در منافع مشترک از محل ببینند، ۲- تمایل این اعضا به مشارکت فعال در این نقش. کسانی که در این زمینه مشارکت می‌کنند عموماً اقلیت ساکنین محلی را تشکیل می‌دهند و اغلب در وضعیت اجتماعی- اقتصادی بالاتری نسبت به بیشتر ساکنین برخوردارند و آنها بطور مکرر به برخی از مسائل، تعارض‌ها یا انتقادات آنی پاسخ می‌دهند (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۶). بعبارت دیگر، تعهد می‌تواند بعنوان تمایل افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها در جامعه برای برعهده گرفتن مسئولیت آنچه که در جامعه رخ می‌دهد، تعریف شود.

مشارکت یک نتیجه (برایند) و یک شاخص تعهد است (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۳). از طریق مشارکت و اقدام جمعی، بازیگران جامعه می‌توانند به نیازها و خواسته‌هایشان پاسخگو شوند و نیز شروع به ترویج رضایت بیشتر، انسجام بیشتر و مالکیت کنند (مک میلان و جورج، ۱۹۸۶، ص ۱۳). سطوح بالای تعهد، جامعه را وادار به سرمایه‌گذاری بیشتر منابع و اقدامات خارج از هنجارهای اجتماعی معمول یا اختیار می‌کند و به نوبه‌ی خود این سرمایه‌گذاری‌ها التزاماتی (تعهداتی) که بازیگران در یک جامعه باید با یکدیگر داشته باشند را تقویت می‌کند (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۳) با این حال، اگر تقویت یا بهره‌مندی از سرمایه‌گذاری یا مشارکت وجود نداشته باشد، تعهد ممکن است توسعه پیدا نکند یا تداوم نیابد (مک میلان و جورج، ۱۹۸۶، ص ۱۲). داشتن یک حس قوی تعلق به جامعه به تعهد منجر می‌شود بویژه از نظر تمایل به سرمایه‌گذاری زمان و منابع برای اقدامات جمعی (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۳) که پیش از این بحث شد. به عبارتی، تعهد از حس تعلق به جامعه که در جامعه وجود دارد جهش می‌یابد و شروع به تبدیل شدن به اقدام و عمل می‌کند (سیندی لاین، ۲۰۰۷، ص ۳۱). با توجه به توضیحات مذکور، بعد تعهد با مؤلفه‌هایی چون جوابگو بودن اعضا در قبال اوضاع جامعه، اعضا خود را بعنوان ذینفع می‌شناسند و مشارکت فعال اعضای جامعه در فعالیت‌های گردشگری مورد بررسی قرار می‌گیرد.

توانایی تعیین و دستیابی به اهداف (توانایی حل مسأله)

توانایی حل مسأله- که تبدیل تعهد به اقدام می‌باشد- یک مؤلفه‌ی مهم بالقوه در تمام تعاریف ظرفیت مرتبط با جامعه است و مؤلفه‌ای از ظرفیت سازی است که اغلب توسط خبرگان کلیدی تأکید و تأیید شده (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۷) که در واقع، توانایی

جامعه برای حل مسئله و رسیدن به اهداف جلوه‌ای قابل رؤیت و قابل مشاهده از ظرفیت جامعه می‌باشد (سیندی لاین، ۲۰۰۷، ص ۳۲). جامعه باید قادر به تبدیل تعهدش به اقدام باشد به گونه‌ای که بتوان گفت جامعه در این رابطه ظرفیت دارد و این ویژگی ظرفیت جامعه از توانایی اشخاص، سازمان‌ها و شبکه‌ها برای حل مسائلی که آنها متحمل می‌شوند صحبت می‌کند، اما مهمتر از آن، به توانایی جامعه برای کار کردن از طریق حل مشکلات بصورت جمعی اشاره دارد (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۳). بعبارت دیگر، ظرفیت جامعه بعنوان توانایی خودش برای کنترل و تصمیم‌گیری در مورد آنچه در زندگی بومیان یک جامعه رخ می‌دهد بطور خاص، در مورد توانایی خود مردم برای تأثیر بر سرمایه‌گذاران^۱ و سیاستگذاران بعنوان یک گروه نه یک فرد خاص، دیده شده است (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۷).

یک جامعه ممکن است مسائل را شناسایی و حل کند یا اهداف مشترک را از طریق ابزارهای رسمی یا غیر رسمی، اقدامات خود جوش یا برنامه ریزی شده دنبال کند (همان). این بعد با مؤلفه‌هایی چون پیشرفت‌های حاصله در جهت اهداف و برخی از اهداف پیشین کسب شده سنجش شده است.

توانایی شناسایی و دسترسی به منابع

ویژگی نهایی ظرفیت جامعه در چارچوب شاسکین دسترسی به منابع است که توانایی یک جامعه را برای بدست آوردن آن نشان می‌دهد و می‌تواند شامل منابع اقتصادی، انسانی، فیزیکی و سیاسی شود (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۷). این منابع می‌توانند در جامعه یا از طریق انواع مختلف شبکه‌هایی که بازیگران در جامعه شکل می‌دهند، یافت شوند (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۳) و توانایی جامعه برای ایجاد پیوندهای ابزاری با سیستم‌های اجتماعی بزرگتر و توانایی برای دسترسی و بکار بردن منابع واقع شده در درون و بیرون از جامعه را نشان دهند (عارف و همکاران، ۲۰۱۰b، ص ۱۷۲). دسترسی به منابع به معنی دسترسی، کیفیت، و کمیت منابع در مرزهای فیزیکی جامعه و نیز منابع خارج از جامعه می‌باشد (سیندی لاین، ۲۰۰۷، ص ۳۲).

حفظ پیوندهای خارجی برای تضمین دسترسی به منابع مهم است (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷، ص ۵۴). محله‌ها در سیستم اجتماعی اقتصادی بزرگتر شهر و منطقه قرار گرفته‌اند که بصورت خیلی تنگاتنگی به هم گره خورده‌اند، و چشم‌انداز رفاه اقتصادی و پایداری در

یک محله بطور گسترده به سیاست‌های فرای مرزهایش و ماهیت تغییرات ساختاری بزرگ در محیط گسترده‌اش، وابسته است (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۷). با این حال، ظرفیت جامعه زمانی می‌تواند افزایش یابد که منابع درونی و بیرونی جامعه به آسانی در دسترس قرار گیرد (زاچاراکیس و فلورا^۱، ۲۰۰۵، ص ۳۰۲). جوامع با ظرفیت زیاد، توانایی تأثیر بر خط مشی‌هایی که مستقیماً بر آنها تأثیر می‌گذارند را دارند و قادر به انباشت منابعی که از توسعه‌شان حمایت می‌کند، هستند (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۷). علاوه بر این، یک جامعه‌ی محلی با ظرفیت، به منابع دسترسی دارد (عارف و همکاران، ۲۰۱۰b، ص ۱۷۲). لازم به ذکر است که فرایند ظرفیت‌سازی موفق برای توسعه‌ی گردشگری به استفاده‌ی استراتژیک از منابع جامعه نیاز دارد (عارف و همکاران، ۲۰۱۰b، ص ۱۷۲). جهت بررسی این بعد پژوهش از مؤلفه‌های تنوع منابع، راه‌های متعدد دسترسی به منابع مختلف و استفاده از منابع بومی بهره گرفته شده است.

پیشینه تحقیق

در پژوهشی که در مالزی در مورد ارزیابی حس تعلق به جامعه از ابعاد ظرفیت‌سازی جامعه در توسعه‌ی گردشگری شیراز صورت گرفته، به توصیف سطح حس تعلق به جامعه در جوامع محلی مناطق قدیم و جدید شیراز برای توسعه‌ی گردشگری پرداخته شده و بیان شده است که ظرفیت‌سازی جامعه برای توسعه‌ی گردشگری به حس تعلق به جامعه نیاز دارد که این حس شرط ضروری برای توسعه‌ی گردشگری می‌باشد. هدف اصلی پژوهش مذکور ارزیابی حس تعلق به جامعه در توسعه‌ی گردشگری است و فقدان ظرفیت جامعه بعنوان مانعی برای توسعه‌ی مؤثر گردشگری در شیراز شناخته شده است. نتایج حاصل از بررسی حس تعلق به جامعه با ابعادی چون عضویت، نفوذ (تأثیر)، یکپارچگی و وابستگی احساسی نشان داد این حس در رهبران منطقه‌ی مورد مطالعه بالاست و حس تعلق به جامعه میان رهبران در منطقه‌ی قدیم شیراز بیشتر از منطقه‌ی جدید است، لذا یافته‌های مطالعه نشان داد که حس تعلق به جامعه نباید عاملی برای توسعه نیافتگی صنعت گردشگری در شیراز باشد (عارف و همکاران، ۲۰۰۹).

فریبرز عارف و همکاران (۲۰۱۰b) نیز اذعان می‌دارند که ارزیابی ابعاد ظرفیت‌سازی جامعه گامی مهم در توسعه‌ی استراتژی‌های جامعه برای دستیابی به توسعه‌ی گردشگری

است و در پژوهش خود سعی می‌نمایند به بررسی مفهوم و ابعاد ظرفیت سازی جامعه راجع به توسعه گردشگری پردازند. بررسی‌های آنها برای استفاده از ظرفیت سازی جامعه در توسعه گردشگری در نوع خود اولین است و نتایج پژوهش آنها نشان داد که هشت بعد رهبری جامعه، مشارکت جامعه، ساختارهای جامعه، حمایت خارجی، مهارت و دانش، تجهیز منابع، قدرت جامعه و حس تعلق به جامعه در سه سطح (فردی، سازمانی، جامعه) در فرایند توسعه گردشگری درگیر هستند (عارف و همکاران، ۲۰۱۰b).

دکتر بنیایی در پژوهش چهار ساله خود به مفهوم ظرفیت جامعه و اینکه چگونه ظرفیت جامعه می‌تواند تا بهبود حکومت پیش رود، می‌پردازد و بیان می‌دارد فایده‌ی دانشگاهی و علمی این کار از دو جنبه می‌باشد: پیشرفت مفهومی و توسعه‌ی مفهوم ظرفیت جامعه که توسط شاسکین و همکاران (۲۰۰۱) معرفی شده است که این مفهوم با اصلاح و روشن ساختن اصطلاحات موجود در این چارچوب و بکار گرفتن یک مدل قابل فهم و قابل استفاده که چهار چوب 3A نامیده می‌شد، توسعه یافت و نهایتاً پیشنهادهایی که برای بهبود ارزیابی مثل تمرکز بر دارایی‌ها، مقیاس‌های کیفی، مشارکت و هدایت مفاهیم منجر می‌شود (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷).

واچوسکی سیندی لاین (۲۰۰۷) که به تجزیه و تحلیل ظرفیت جامعه و سرمایه اجتماعی در اندونزی و تیمور شرقی پرداخته است پژوهش خود را نقطه‌ی شروع در توسعه‌ی تئوری ظرفیت جامعه و ارتباطش با جامعه بین المللی بزرگتر می‌داند. در این پژوهش که از روش کیفی برای بررسی مطالعات موردی بهره گرفته شده است، وی تلاش می‌کند تا از چارچوب رابطه‌ی ظرفیت جامعه و ظرفیت سازی شاسکین و ارزیابی مؤلفه‌هایش در زمینه کشورهای در حال توسعه استفاده کند و همچنین آن را برای بحث و برجسته کردن مسائل حکومت مشارکتی و ظرفیت سازی در توسعه‌ی بین المللی، گسترش دهد. اهمیت کلی و ارتباط این پژوهش به استفاده و اقتباس از چارچوب شاسکین برای بکاربردن در یک زمینه‌ی بین المللی، بطور خاص در کشورهای در حال توسعه‌ی آسیایی است. همچنین جزئیات چارچوب شاسکین به حرفه‌ای‌ها کمک خواهد کرد تا طرح‌های ظرفیت سازی جامعه را بهتر تدوین کنند.

سؤال تحقیق

این تحقیق بدنبال یافتن پاسخ این سؤال است که ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در چه وضعیتی است؟

فرضیه های تحقیق

فرضیه ی اصلی

وضعیت ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

فرضیات فرعی

۱- وضعیت حس تعلق به جامعه در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

۲- وضعیت تعهد در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

۳- وضعیت توانایی و دستیابی به اهداف جامعه ی محلی در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

۴- وضعیت توانایی شناسایی و دسترسی به منابع در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر با توجه به هدف از نوع تحقیقات کاربردی و با توجه به نحوه ی گردآوری داده ها در زمره ی تحقیقات توصیفی- پیمایشی (غیر آزمایشی) و مطالعات مقطعی است و برحسب ماهیت داده ها در زمره تحقیقات کمی قرار می گیرد. به لحاظ موضوعی این پژوهش در زمره مطالعات توسعه پایدار گردشگری و توسعه ی جامعه قرار می گیرد که در زمستان ۱۳۹۱ در بخش پاسارگاد شامل روستاهای کردشول، مادرسلیمان، مبارک آباد، ابوالوردی و دهنو که جوامع پیرامونی منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد را

تشکیل می‌دهند، صورت پذیرفته است. جامعه آماری تحقیق را کلیه کارشناسان مرتبط با حوزه گردشگری منطقه‌ی نمونه گردشگری پاسارگاد اعم از دولتی و غیر دولتی در محدوده‌ی مرکز استان فارس (شیراز)، شهرستان پاسارگاد و بخش پاسارگاد و رهبران محلی (کسانیکه می‌توانند بر خط مشی یا ایده، یا اقدامات جامعه به خاطر نقش یا موقعیتشان در جامعه‌ی محلی تأثیر بگذارند مثل شورای روستاها، دهیاران و رهبران مذهبی روستاها) در محدوده‌ی بخش پاسارگاد در نیمه‌ی دوم سال ۱۳۹۱ تشکیل می‌دهند و از آنجا که جامعه‌ی آماری این پژوهش در محدوده‌های مختلف جغرافیایی قرار داشتند، از روش نمونه‌گیری احتمالی طبقه‌بندی شده استفاده نموده و برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید که بر اساس آن حداکثر حجم نمونه، عدد ۶۰ بدست آمد. بنابراین، با توجه به نتیجه‌ی تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران، تعداد ۶۸ پرسشنامه توزیع گردید که ۶۰ عدد آن بعنوان پرسشنامه قابل تجزیه و تحلیل در نظر گرفته شدند که این تعداد پرسشنامه حدود ۸۶٪ جامعه‌ی آماری را پوشش می‌دهد. به منظور سنجش ظرفیت جامعه، همانطور که در گذشته توضیح داده شد از چارچوب ارتباطی ظرفیت جامعه و ظرفیت‌سازی شاسکین استفاده شده است که بعد ویژگی‌های ظرفیت جامعه جهت بررسی انتخاب گردید. سنجش مؤلفه ویژگی‌های ظرفیت جامعه بر اساس شاخص‌های سنجش ارائه شده توسط سایر پژوهشگران به شرح جدول یک صورت گرفته است.^۱

جدول ۱: نحوه سنجش مؤلفه ویژگی‌های ظرفیت جامعه

مؤلفه	شاخص‌ها	نویسنده و سال
ویژگی‌های ظرفیت جامعه	حس جامعه (حس تعلق به جامعه)	عارف و همکاران (۲۰۰۹)، بنیایی (۲۰۱۰-۲۰۰۷)
	تعهد	عارف و همکاران (۲۰۰۹)، بنیایی (۲۰۱۰-۲۰۰۷)، کوان و همکاران (۲۰۰۳)، میشل (۲۰۰۹).
	توانایی تعیین و دستیابی به اهداف	بنیایی (۲۰۱۰-۲۰۰۷)، میشل (۲۰۰۹).
	توانایی شناسایی و دسترسی به منابع	بنیایی (۲۰۱۰-۲۰۰۷)، میشل (۲۰۰۹).

۱. لازم به ذکر است که محقق سؤالات پرسشنامه را بر اساس این اسناد در حوزه گردشگری طرح نموده است.

برای تایید روایی پرسشنامه تحقیق حاضر، از نظرات اساتید، صاحب‌نظران و متخصصان استفاده و با توجه به نظرات آنان و نتایج مطالعه پایلوت در منطقه^۱، اصلاحات لازم صورت گرفت تا روایی صوری پرسشنامه تأیید شود. همچنین در این تحقیق برای سنجش روایی محتوایی پرسشنامه و اطمینان از اینکه سؤالات مطرح شده تا چه اندازه معرف ظرفیت جامعه و ظرفیت سازی است از ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق موجود در زمینه‌ی گردشگری و ارزیابی ظرفیت جامعه استفاده شده است.

برای اینکه خطای سنجش پرسشنامه در این تحقیق به حداقل ممکن کاهش یابد و اطمینان از اینکه در شرایط یکسان، نتایج حاصل از این ابزار یکسان خواهد بود از معیار آلفای کرونباخ استفاده شده است. در صورتی که مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده بیش از ۰,۷ باشد بدین معناست که هماهنگی درونی کافی در ابزار اندازه گیری (پرسشنامه) وجود داشته است (حبیب پور گتابی و صفری شالی، ۱۳۸۸، ص ۳۶۶). مقدار آلفای بدست آمده برای پرسشنامه‌ی این تحقیق برابر ۰,۸۶۳ می‌باشد که از مقدار ۰,۷ بزرگتر و قابل قبول می‌باشد.

روش های تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق

در این پژوهش، از روش‌های آماری پارامتریک مانند آزمون میانگین یک جامعه برای بررسی وضعیت ظرفیت جامعه‌ی محلی استفاده شده است.

یافته‌های تحقیق:

یافته‌های تحقیق در دو بخش قابل ارائه است:

بخش اول: یافته‌های جمعیت شناختی و نگرش و آگاهی پاسخ دهندگان از گردشگری

بخش پاسارگاد:

از نظر جنسیت اعضای نمونه ۵۰ نفر مرد (۳,۳ درصد) و ۱۰ نفر زن (۱۶,۷ درصد) می‌باشد. اکثریت پاسخگویان (۳۰ نفر معادل ۵۰ درصد) در گروه سنی ۲۵ تا ۳۵ سال قرار دارند و از نظر تحصیلات، اکثریت پاسخگویان دارای مدرک کارشناسی (۲۵ نفر معادل ۴۱,۷ درصد) می‌باشند و حدود ۳۲ درصد (معادل ۱۹ نفر) دارای سابقه‌ی شغلی و تجربه‌ی کاری ۳-۶ سال در حوزه‌ی گردشگری هستند که اکثریت (۳,۳ درصد معادل ۳۲ نفر) در

۱. برای انجام مطالعه پایلوت تعداد ۳۰ پرسشنامه در منطقه توزیع گردید و سؤالات مربوط به نوع فعالیت شغلی و حوزه‌ی فعالیت شغلی اصلاح شد.

جدول ۲: ویژگی های جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

سنجه	فراوانی	درصد فراوانی	سنجه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	مرد	۴۹	نوع فعالیت	دولتی	۳۲
	زن	۱۱	شغلی	غیر دولتی	۲۷
				نیمه دولتی	۱
سن	۲۵-۳۵	۳۰	حوزه فعالیت	منحصراً بخش پاسارگاد	۳۵
	۳۵-۴۵	۱۶		منحصراً شهرستان پاسارگاد	۵
	۴۵-۵۵	۱۰		بخش و شهرستان پاسارگاد	۹
	بیش از ۵۵	۴		مرکز استان فارس (شهر شیراز)	۸
سطح تحصیلات	زیر دیپلم	۷	سابقه‌ی شغلی و تجربه‌ی کاری	مقادیر از دست رفته	۱
	دیپلم	۱۵		کمتر از یک سال	۵
	کاردانی	۲		۱-۳ سال	۱۸
	کارشناسی	۲۵		۳-۶ سال	۱۹
	کارشناسی ارشد	۱۱		در زمینه‌ی	۵
				گردشگری	۵
				بیش از ۱۲ سال	۷
		۱۸,۳			
		۴۱,۷			
		۳,۳			
		۲۵,۰			
		۱۱,۷			

حوزه‌ی دولتی و ۶۳,۳ درصد (۳۸ نفر) در بخش پاسارگاد مشغول به کار بودند. نتایج حاصل از آمار توصیفی بخش جمعیت شناختی این پژوهش در جدول دو قابل مشاهده است.

بخش دوم: یافته‌های اصلی

این تحقیق به دنبال یافتن پاسخ این سؤال است که ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در چه وضعیتی است؟ از این رو فرضیه زیر مطرح می‌شود:

ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

H_0 : ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

H_1 : ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار ندارد.

جدول ۳: میانگین ظرفیت جامعه

میانگین خطای معیار	انحراف معیار	میانگین	تعداد	ظرفیت جامعه
.۰۷۷	.۵۹۹	۲,۵۸۵	۶۰	

جدول ۴: ظرفیت جامعه (آزمون تی استیودنت تک نمونه‌ای)

نتیجه آزمون	Test Value = 3					آماره t	ظرفیت جامعه
	فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی		
	حد بالا	حد پایین					
تأیید H_0	-۰.۲۶۰	-۰.۵۷۰	-۰.۴۱۵	.۰۰۰	۵۹	-۵,۳۵۸	

ظرفیت جامعه با چهار مؤلفه: حس تعلق به جامعه، تعهد، توانایی تعیین و دستیابی به اهداف و توانایی شناسایی و دسترسی به منابع مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا این چهار مؤلفه در هم ترکیب شده و تشکیل یک گویه را داده‌اند. با توجه به اینکه مقیاس گویه‌ها بصورت طیف لیکرت می‌باشد، متوسط پاسخ‌ها ۳ محاسبه شده است. بررسی میانگین پاسخ‌های بدست آمده یعنی عدد ۲,۵۸۵ تا متوسط پاسخ‌ها (۳) اختلاف معناداری را نشان می‌دهد. همچنین سطح معناداری محاسبه در ناحیهی آلفای ۰,۰۵ هم توافق معنادار بودن را نشان می‌دهد. با توجه به این موارد و وضعیت حد بالا و حدپایین در فاصله اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط است.

جهت تعیین وضعیت هر یک از مؤلفه‌های ظرفیت جامعه در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد، فرضیات فرعی زیر مطرح شده و مورد بررسی قرار گرفتند.

فرضیه فرعی ۱

H0A: حس تعلق به جامعه در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

H1A: حس تعلق به جامعه در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار ندارد.

جدول ۵: میانگین حس تعلق به جامعه

میانگین خطای معیار	انحراف معیار	میانگین	تعداد	حس تعلق به جامعه
۰,۰۷۴	۰,۵۷۴	۲,۲۲۳	۶۰	حس تعلق به جامعه

جدول ۶: حس تعلق به جامعه (آزمون تی استیودنت تک نمونه‌ای)

Test Value = 3							
نتیجه آزمون	فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره t	
	حد بالا	حد پایین					
تأیید H _{0A}	-۰.۹۲۵	-۰.۶۲۸	-۰.۷۷	۰,۰۰۰	۵۹	-۱۰,۴۷۹	حس تعلق به جامعه

حس تعلق به جامعه با پنج گویه‌ی ایجاد حس غرور و افتخار میان بومیان محلی، علاقه مندی بیشتر مردم محلی برای ادامه‌ی سکونت در بخش پاسارگاد، برخورد مهمان‌نوازانه مردم محلی با گردشگران، وحدت مردم محلی در اقدامات عام المنفعه و فعالیت‌های مرتبط با گردشگری و گردهمایی اعضای جامعه‌ی محلی در مورد مسائل مرتبط با گردشگری مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا این پنج گویه در هم ترکیب شده و تشکیل یک گویه را داده‌اند. با توجه به اینکه مقیاس گویه‌ها بصورت طیف لیکرت می‌باشد، متوسط پاسخ‌ها ۳ محاسبه شده است. بررسی میانگین پاسخ‌های بدست آمده یعنی عدد ۲,۲۲۳ تا متوسط پاسخ‌ها (۳) اختلاف معناداری را نشان می‌دهد. همچنین سطح معناداری محاسبه در ناحیه‌ی آلفای ۰,۰۵ هم توافق معنادار بودن را نشان می‌دهد. با توجه به این موارد و وضعیت حد بالا و حد پایین در فاصله اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت حس تعلق به جامعه برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در منطقه مورد مطالعه، در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط است.

فرضیه فرعی ۲

H0B: تعهد در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

H1B: تعهد در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار ندارد.

جدول ۷: میانگین تعهد

تعداد	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای معیار
۶۰	۲,۹۴۶	۰.۷۸۵	۰.۱۰۱

جدول ۸: تعهد (آزمون تی استیودنت تک نمونه‌ای)

نتیجه آزمون	Test Value = 3					
	فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره t
	حد بالا	حد پایین				
رد H_{0B}	۰.۱۴۹	-۰.۲۵۶	-۰.۵۳۳	۰.۶۰۱	۵۹	-۰.۵۲۶

تعهد با پنج گویه‌ی احساس مسئولیت مردم محلی در قبال آنچه که در بخش پاسارگاد برای گردشگران اتفاق می‌افتد، مردم خود را بعنوان یکی از ذینفعان اصلی گردشگری به شمار می‌آورند، مشارکت افراد جامعه‌ی محلی در فعالیت‌های داوطلبانه مرتبط با گردشگری، سرمایه‌گذاری‌های جامعه‌ی محلی در کسب و کارهای گردشگری و سرمایه‌گذاری‌های جامعه‌ی محلی در طرح‌های مربوط به طرح منطقه نمونه‌ی گردشگری مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا این پنج گویه در هم ترکیب شده و تشکیل یک گویه را داده‌اند. با توجه به اینکه مقیاس گویه‌ها بصورت طیف لیکرت می‌باشد، متوسط پاسخ‌ها ۳ محاسبه شده است. بررسی میانگین پاسخ‌های بدست آمده یعنی عدد ۲,۹۴۶ تا متوسط پاسخ‌ها (۳) اختلاف معناداری را نشان نمی‌دهد. همچنین سطح معناداری محاسبه در ناحیه‌ی آلفای ۰,۰۵ نیز رد فرضیه صفر را نشان می‌دهد. با توجه به این موارد و وضعیت حد بالا و حد پایین در فاصله اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت تعهد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در منطقه مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی قرار دارد و در حد متوسط است.

فرضیه فرعی ۳

H_{0C} : توانایی و دستیابی به اهداف جامعه‌ی محلی در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار دارد.

H_{1C} : توانایی و دستیابی به اهداف جامعه‌ی محلی در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد.

جدول ۹: میانگین توانایی تعیین و دستیابی به اهداف

توانایی تعیین و دستیابی به اهداف	تعداد	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای معیار
	۶۰	۳,۵۷۳	۰,۷۷۳	۰,۰۹۹

جدول ۱۰: توانایی تعیین و دستیابی به اهداف (آزمون تی استیوننت تک نمونه‌ای)

Test Value = 3							
نتیجه آزمون	فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره t	توانایی تعیین و دستیابی به اهداف
	حد پایین	حد بالا					
تأیید H _{0c}	۰,۳۷۴	۰,۷۷۳	۰,۵۷۳	۰,۰۰۰	۵۹	۵,۷۴۷	

توانایی تعیین و دستیابی به اهداف با هفت گویه‌ی پیشرفت در طرح‌های اجرایی این منطقه، تغییرات صورت گرفته در وضعیت امکانات زیربنایی و خدماتی، تأثیر توسعه‌ی گردشگری بر بهبود کیفیت کلی زندگی مردم محلی؛ ایجاد فرصت‌های شغلی؛ افزایش درآمدهای خانگی مردم محلی؛ بهبود کیفیت کالاها و خدمات تولیدی مردم محلی و تأثیر توسعه‌ی گردشگری بر بهبود دسترسی مردم محلی به حمل و نقل و ارتباطات مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا این هفت گویه در هم ترکیب شده و تشکیل یک گویه را داده‌اند. با توجه به اینکه مقیاس گویه‌ها بصورت طیف لیکرت می‌باشد، متوسط پاسخ‌ها ۳ محاسبه شده است. بررسی میانگین پاسخ‌های بدست آمده یعنی عدد ۳,۵۷۳ تا متوسط پاسخ‌ها (۳) اختلاف معناداری را نشان می‌دهد. همچنین سطح معناداری محاسبه در ناحیه‌ی آلفای ۰,۰۵ هم توافق معنادار بودن را نشان می‌دهد. با توجه به این موارد و وضعیت حد بالا و حد پایین در فاصله اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت این مؤلفه برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در منطقه مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی قرار دارد و بیشتر از حد متوسط است.

فرضیه فرعی ۴:

H_{0D}: توانایی شناسایی و دسترسی به منابع در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار دارد.

H0D: توانایی شناسایی و دسترسی به منابع در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت نامطلوبی قرار ندارد.

جدول ۱۱: میانگین توانایی شناسایی و دسترسی به منابع

توانایی شناسایی و دسترسی به منابع	تعداد	میانگین	انحراف معیار	میانگین خطای معیار
	۶۰	۲,۵۲۸	۰,۵۶۹	۰,۰۷۳

جدول ۱۲: توانایی شناسایی و دسترسی به منابع (آزمون تی استیودنت تک نمونه ای)

Test Value = 3						
نتیجه آزمون	فاصله اطمینان ۹۵٪		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره t
	حد بالا	حد پایین				
تأیید H _{0D}	-۰,۳۲۴	-۰,۶۱۸	-۰,۴۷۱	۰,۰۰۰	۵۹	-۶,۴۰۷

توانایی شناسایی و دسترسی به منابع با یازده گویه وضعیت منابع طبیعی، منابع اقتصادی در دسترس مردم، منابع انسانی (نیروی انسانی) از نظر کمیت و کیفیت - مهارت، سطح دانش و...، منابع فیزیکی و زیرساخت‌ها، منابع اجتماعی - فرهنگی مثل رویدادهای فرهنگی خاص، سهولت دسترسی به منابع اقتصادی، منابع انسانی، منابع فیزیکی و زیرساخت‌های مورد نیاز برای توسعه گردشگری، اتکا به منابع بومی برای تأمین منابع اقتصادی و منابع انسانی مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا این یازده گویه در هم ترکیب شده و تشکیل یک گویه را داده‌اند. با توجه به اینکه مقیاس گویه‌ها بصورت طیف لیکرت می‌باشد، متوسط پاسخ‌ها ۳ محاسبه شده است. بررسی میانگین پاسخ‌های بدست آمده یعنی عدد ۲,۵۲۸ تا متوسط پاسخ‌ها (۳) اختلاف معناداری را نشان می‌دهد. همچنین سطح معناداری محاسبه در ناحیهی آلفای ۰,۰۵ هم توافق معنادار بودن را نشان می‌دهد. با توجه به این موارد و وضعیت حد بالا و حد پایین در فاصله اطمینان ۹۵٪ می‌توان نتیجه گرفت که

وضعیت توانایی شناسایی و دسترسی به منابع برای توسعه پایدار گردشگری در منطقه مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط است.

بحث و نتیجه‌گیری

وضعیت ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری

ظرفیت جامعه با چهار مؤلفه: حس تعلق به جامعه، تعهد، توانایی تعیین و دستیابی به اهداف و توانایی شناسایی و دسترسی به منابع مورد بررسی قرار گرفت که نتایج هر یک از این مؤلفه‌ها به تفصیل شرح داده می‌شود. اما بطور کلی بررسی‌ها نشان می‌دهد که ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط است.

حس تعلق به جامعه

با بررسی ظرفیت جامعه و مؤلفه حس تعلق به جامعه این نتیجه حاصل شد که حس تعلق به جامعه برای توسعه پایدار گردشگری در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط است. طبق گفته‌ی عارف و همکاران (۲۰۰۹) حس تعلق به جامعه، حسی است که تعامل با دیگر اعضای جامعه را فراهم می‌آورد و مک میلان و جورج (۱۹۸۶) بر این باورند که این حس ارتباط بین اعضای جامعه و شناختی از شرایط متقابل را نشان می‌دهد و شامل ارزش‌های حفظ شده‌ی محلی، هنجارها و دیدگاه‌های مشترک می‌شود. با توجه به وضعیت شاخص‌های این مؤلفه می‌توان از جمله دلایل این امر را در عدم تأثیر حضور گردشگران بخش پاسارگاد در ایجاد حس غرور بومیان و عدم تأثیر ورود گردشگران و توسعه گردشگری در ایجاد علاقه‌مندی بیشتر مردم محلی به سکونت در این بخش و کم بودن میزان جلسه‌های کارشناسان مسئول و مردم محلی در مورد مسائل مرتبط با گردشگری دانست و در بعد کلان، می‌توان توجه بیش از حد به اصلی‌ترین جاذبه‌ی بخش پاسارگاد که سایت میراث جهانی پاسارگاد می‌باشد و حداقل تعامل جامعه‌ی میهمان و میزبان و سخت‌گیری‌های زیاد برای ساخت و ساز مردم محلی در بخش پاسارگاد را از علل نامطلوب بودن وضعیت این مؤلفه دانست. همانطور که هال و همکاران (۲۰۰۵) بیان نموده‌اند حس تعلق به جامعه نقش

مهمی در تقویت حمایت از توسعه‌ی گردشگری بازی می‌کند و می‌تواند با پایداری طولانی مدت‌اش بعنوان مبنایی وسیع برای برنامه ریزی توسعه‌ی گردشگری بکار رود. از این رو نباید اهمیت این مؤلفه را نادیده گرفت.

تعهد

از بررسی ظرفیت جامعه و مؤلفه تعهد این نتیجه برداشت شد که تعهد جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه‌ی پایدار گردشگری، در وضعیت مطلوبی قرار دارد و در حد متوسط است. همانطور که شاسکین (۲۰۰۱) اشاره دارد سطح تعهد در جهت ظرفیت جامعه دو جنبه‌ی ضروری دارد: ۱- وجود اعضای از جامعه که خود را بعنوان ذینفع در منافع مشترک می‌بینند ۲- تمایل این اعضا به مشارکت فعال در این نقش و کسانی که در این زمینه مشارکت می‌کنند عموماً اقلیت ساکنین محلی را تشکیل می‌دهند و اغلب در وضعیت اجتماعی-اقتصادی بالاتری نسبت به بیشتر ساکنین برخوردارند. با توجه به مطالب نقل شده از شاسکین و وضعیت شاخص‌های مرتبط با دو مورد ذکر شده از وی می‌توان پی برد که اعضای جامعه‌ی محلی در بخش پاسارگاد هم خود را بعنوان ذینفع می‌شناسند و هم در فعالیت‌های داوطلبانه مشارکت فعال دارند (در ایام اوج گردشگری چنانچه بستر مناسب برای فعالیت آنها فراهم شود می‌توان شاهد فعالیت‌های داوطلبانه مردم محلی بود که تاکنون مردم این بخش میزان تعهد و علاقه مندی‌شان به فعالیت در زمینه‌ی گردشگری را با اقدامات خود در ایام عید نوروز و ویژه برنامه‌های هفته گردشگری نشان داده‌اند) و چنین قشری در اقلیت هستند و شاهد این ادعا را علاوه بر گروه محدود مشارکت کننده در فعالیت‌های ذکر شده، می‌توان در سرمایه گذاری‌های انجام شده در کسب و کارهای گردشگری بخش پاسارگاد نیز دید که این سرمایه گذاری‌ها اغلب توسط گروه اندکی صورت پذیرفته است.

توانایی تعیین و دستیابی به اهداف (توانایی حل مسئله)

از بررسی ظرفیت جامعه و مؤلفه توانایی تعیین و دستیابی به اهداف مشخص گردید که وضعیت این مؤلفه برای توسعه‌ی پایدار گردشگری در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد مطلوب و بیشتر از حد متوسط می‌باشد. نتایج حاصل از این مؤلفه بطور کلی همسو با نتایج حاصل از مؤلفه‌ی تعهد می‌باشد چرا که شاسکین (۲۰۰۱) توانایی

حل مسئله یا همان توانایی تعیین و دستیابی به اهداف را تبدیل تعهد به اقدام می‌داند. شایان ذکر است اگر چه شاخص‌هایی چون تأثیر توسعه گردشگری بر بهبود کیفیت کلی زندگی مردم محلی، ایجاد فرصت‌های شغلی برای مردم محلی و بهبود کیفیت کالاها و خدمات تولیدی مردم محلی وضعیتی بیشتر از حد متوسط دارند و یا شاخص تأثیر توسعه گردشگری بر افزایش درآمدهای خانگی مردم محلی وضعیتی در حد متوسط را داراست اما احتمالاً چنین شاخص‌هایی در ایام اوج گردشگری مثل ایام نوروز بیشتر نمود پیدا می‌کنند و در بقیه ایام سال کم‌رنگ می‌شوند. در مورد شاخص پیشرفت در طرح‌های اجرایی گردشگری در بخش و منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد، وضعیت شاخص کمتر از حد متوسط می‌باشد که شاید بتوان دلیل این امر را عدم توانایی تبدیل تعهد جامعه به اقدام چه از سوی اشخاص و چه سازمان‌ها و شبکه‌ها و یا عدم اجرای طرح‌ها بصورت جمعی دانست همانطور که بنیایی (۲۰۱۰-۲۰۰۷) اشاره می‌کند جامعه باید قادر به تبدیل تعهدش به اقدام باشد به گونه‌ای که بتوان گفت جامعه در این رابطه ظرفیت دارد و این ویژگی ظرفیت جامعه هم در مورد توانایی اشخاص و هم سازمان‌ها و شبکه‌ها برای حل مسائلی که آنها متحمل می‌شوند صحبت می‌کند، اما مهمتر از آن، به توانایی جامعه برای کارکردن از طریق حل مشکلات بصورت جمعی اشاره دارد.

توانایی شناسایی و دسترسی به منابع

پس از بررسی ظرفیت جامعه و مؤلفه توانایی شناسایی و دسترسی به منابع این نتیجه حاصل شد که وضعیت این مؤلفه در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط است. دسترسی به منابع، توانایی یک جامعه در بدست آوردن منابعی چون منابع اقتصادی، انسانی، فیزیکی و سیاسی را نشان می‌دهد (شاسکین، ۲۰۰۱) که در تحقیق حاضر این منابع شامل منابع طبیعی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، انسانی و فیزیکی می‌شود. از آنجا که دسترسی به منابع به معنی دسترسی، کیفیت و کمیت منابع در مرزهای فیزیکی جامعه و نیز منابع خارج از جامعه می‌باشد (سیندی لاین، ۲۰۰۷) در مورد تنوع این منابع، سهولت دسترسی به منابع مختلف و استفاده از منابع بومی سؤال گردیده است. اگرچه منطقه مورد مطالعه منابع بالقوه طبیعی و اجتماعی- فرهنگی را برای توسعه گردشگری دارد اما وضعیت این دو شاخص کمتر از متوسط قرار گرفته است که روند بهره برداری از این دو منبع بالقوه و تبدیل آنها به منبع

بالفعل برای توسعه‌ی گردشگری می‌تواند از جمله دلایل این امر باشد. همچنین با توجه به نتایج، وضعیت شاخص اتکا به منابع بومی برای تأمین منابع انسانی نیز در حد کمتر از متوسط و نامطلوب قرار گرفته است که دلیل این وضعیت را می‌توان در وضعیت دو شاخص منابع انسانی از نظر کمیت و کیفیت و سهولت دسترسی به منابع انسانی مورد نیاز برای توسعه گردشگری یافت که وضعیت این سه شاخص نیز کمتر از حد متوسط قرار گرفته است. قابل ذکر است وضعیت شاخص اتکا به منابع بومی برای تأمین منابع اقتصادی در حد مطلوب و متوسط می‌باشد که دلیل آن را می‌توان در میزان مطلوب منابع اقتصادی در دسترس مردم این منطقه و سهولت دسترسی به منابع اقتصادی مورد نیاز برای توسعه گردشگری دانست. وضعیت منابع فیزیکی و زیرساخت‌های این منطقه نیز در وضعیت مطلوب و در حد متوسط می‌باشد که با مطلوب بودن وضعیت شاخص سهولت دسترسی به منابع فیزیکی و زیرساخت‌های مورد نیاز و حفظ پیوندهای خارجی برای تضمین دسترسی به منابع می‌توان انتظار بهبود منابع فیزیکی و زیر ساخت‌ها را نیز داشت. همانطور که در ادبیات تحقیق نیز بیان شد حفظ پیوند های خارجی برای تضمین دسترسی به منابع مهم است (بنیایی، ۲۰۱۰-۲۰۰۷) و محله‌ها در سیستم اجتماعی اقتصادی گسترده تر شهر و منطقه قرار گرفته‌اند و بصورت خیلی تنگاتنگی به هم گره خورده‌اند و چشم انداز رفاه اقتصادی و پایداری در یک محله بطور گسترده به سیاست‌های فرای مرزهایش و ماهیت تغییرات ساختاری بزرگ در محیط گسترده‌اش، وابسته است (شاسکین، ۲۰۰۱، ص ۲۹۷).

پیشنهادها

- از طریق یافته‌های این مقاله، پیشنهادهای جهت بهبود ظرفیت در جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد ارائه می‌گردد:
- توسعه برنامه‌های تبلیغاتی و انگیزشی جهت افزایش حس غرور و حس تعلق به جامعه در بین ساکنان
 - ترویج آموزش گردشگری از طریق نشست‌ها و جلسه‌های مختلف با مردم منطقه و رهبران غیر رسمی در منطقه مورد مطالعه
 - با توجه به تاریخی بودن سایت تاریخی پاسارگاد و قدمت آن و مشکلات مختلف برای جامعه‌ی محلی پیرامون این سایت مانند مالکیت اراضی، ندادن پروانه ساخت و... روز به روز از انگیزه‌ی سکونت مردم محلی در این بخش کاسته شده و در نتیجه موجب

مهاجرت آنان از بخش و یا دلسردی در مشارکت و همکاری برای توسعه گردشگری می‌شود. بنابراین، تسریع در بهسازی و نوسازی بخش پاسارگاد هماهنگ با ضوابط عرصه و حریم ضرورت دارد.

▪ فراهم کردن تخفیفات مالیاتی برای مردم بومی، با کاهش مالیات می‌توان بومیان را علاوه بر تشویق به ادامه‌ی سکونت در بخش، به مشارکت در اجرای پروژه‌های گردشگری و همکاری در توسعه‌ی گردشگری نیز تشویق نمود.

▪ تنوع بخشیدن در خدمات و امکانات برای جذب گردشگران، علاقه‌مند کردن آنان به اقامت طولانی‌تر در بخش پاسارگاد و افزایش تعامل جامعه‌ی میزبان و میهمان و حفظ ساکنان. بنابراین، راهکارهای زیر پیشنهاد می‌شود:

- گسترش فضای سبز و باز در این بخش.
- ایجاد پارکینگ مناسب برای بازدیدکنندگان سایت تاریخی پاسارگاد و کسبه.
- افزایش امکانات رفاهی و خدمات در بخش پاسارگاد برای ساکنان و گردشگران.
- ایجاد خدمات و تأسیسات زیربنایی مناسب‌تر در بخش به منظور جلوگیری از مهاجرت ساکنان.

□ بهبود در وضعیت دسترسی‌ها در بین روستاهای این بخش.

□ معرفی دو مسیر متفاوت دسترسی به مجموعه تاریخی پاسارگاد (ورود از روستای دهنو و ورود از روستای کردشول) و ایجاد امکانات رفاهی و جاذبه‌های فرعی در هر دو مسیر به منظور افزایش تعامل جامعه‌ی میزبان و میهمان.

□ توسعه پژوهش و باز زنده‌سازی مراسم مذهبی و فرهنگی موجود در منطقه به منظور جلب رضایت گردشگران و بالتبع افزایش تعداد و طول مدت اقامت گردشگران در بخش پاسارگاد و همچنین بکارگیری طبقات مختلف مردم در فعالیت‌های مختلف گردشگری

▪ آموزش مباحث مدیریتی با تأکید بر شناخت اجزا گردشگری و الزامات مهمان‌نوازی. زیرا، وقتی جامعه مقصد درباره گردشگری دانش کافی داشته باشد، بهتر می‌تواند نیازها و مسیر توسعه گردشگری را در جامعه خود تعیین کند.

▪ آموزش مهارت و افزایش سطح آگاهی جامعه‌ی محلی با اجرای برنامه‌های آموزش رسمی و غیر رسمی. نهادهای مختلفی می‌توانند با آموزش جامعه‌ی محلی، مهارت‌های لازم را در آنها پرورش داده و سطح آگاهی آنها را بالا ببرند. در این راستا، بهتر است

جهت ایجاد ظرفیت، دوره های آموزشی برای شناخت گردشگری و گردشگر، آموزش زبان انگلیسی، آشنایی با مبانی کامپیوتر، راهنمای تور، برنامه ریزی تور، آموزش مسائل بهداشتی و حفاظت محیطی و.. برگزار شود.



منابع

- فاضل بخشی، فرشته، رابطه عوامل فرهنگی و نوع مشارکت انتظاری در گردشگری جامعه محور، مطالعه موردی: روستای زاغمرز. پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، راهنما: دکتر ضیایی، دانشکده مدیریت و حسابداری علامه طباطبایی، زمستان ۱۳۸۷.
- حبیب پور گتایی، کرم؛ صفری شالی، رضا. (۱۳۸۸). راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی (تحلیل داده های کمی). انتشارات متفکران، تهران.
- صالحی، صادق؛ حسن پور، محمود (۱۳۹۱). برنامه ریزی و توسعه گردشگری: نگرشی کاربردی به برنامه ریزی و بازاریابی گردشگری. بابلسر: انتشارات دانشگاه مازندران. مرکز آمار ایران، سالنامه آماری آبادی های استان فارس. ۱۳۸۵.
- مرکز آمار سایت میراث جهانی پاسارگاد. ۱۳۹۰
- مهندسین مشاور نقش پردازان شهر پارسه و سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان فارس، مطالعه امکان سنجی منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد. ۱۳۸۷.
- Aref, F., Ma'rof, R., S. Gill, S., & Aref, A. (2010_a). Assessing the Level of Community Capacity Building in Tourism Development in Local Communities. *Journal of sustainable development*, Vol3, No 1, pp:81-90
- Aref, F., Redzuan. M & Gill .S. (2010_b). Dimensions of Community Capacity Building: A review of its Implications in Tourism Development. *Journal of American Science*, vol.6, No. 1, pp:170-180
- Aref, F., Gill, S. & Aref, F. (2010_c). Tourism Development in Local Communities: As a Community Development Approach. *Journal of American Science*, Vol.6, No.2, pp: 155-161.
- Aref. F. ,Redzuan. M. & Emby, Z. (2009). Assessing Sense of Community Dimension of Community Capacity Building in Tourism Development in Shiraz, Iran. *European Journal of Social Sciences* – Vol. 7, No3 ,pp:126-132
- Banyai, C. L. (April 2007-March 2010). Community Capacity and Governance – New Approaches to Development and Evaluation. Dissertation Presented to the Higher Degree Committee Of Ritsumeikan Asia Pacific University In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy in Asia Pacific Studies.

- Beeton, S. (2006). Community development through tourism. In: Landlink Press, Australia
- Chaskin, R. (2001). Building Community Capacity: A Definitional Framework and Case Studies from a Comprehensive Community Initiative. *Urban Affairs Review* 2001 36: 291.
- Cindy Lyn, W. (2007). We All Live Here. An Analysis Of Community Capacity And Social Capital: A Case Study On Indonesia And East Timor. Thesis Presented to the Higher Degree Committee Of Ritsumeikan Asia Pacific University In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of International Cooperation Policy.
- Frank, F. & Smith, A. (1999). The Community Development Handbook a Tool to Build Community Capacity. Organization: Human Resources Development Canada
- Hall, D., Kirkpatrick, I. & Mitchell, M. (2005). Rural Tourism and Sustainable Business. CHANNEL VIEW PUBLICATIONS.
- Hounslow, B. (2002). Community capacity building explained. *Stronger Families Learning Exchange Bulletin*, BULLETIN NO. 1, pp. 20-22
- McMillan, D. W. & George, D. M. Ch. (1986). Sense of Community: a definition and theory. *Journal of Community Psychology*, Vol. 14, pp. 6-23.
- Kwan, B., Frankish, J., Quantz, D., & Flores, J. (2003). A Synthesis Paper on the Conceptualization and Measurement of Community Capacity. Institute of Health Promotion Research University, of British Columbia.
- Michael, M. (2009), Community involvement and participation in tourism development in Tanzania: a case study of local communities in Barabarani vilage , Mto Wa Mbu, and Arusha-Tanzania. A thesis submitted to the Victoria University of Wellington in partial fulfilment of the requirements for the degree of Master of Tourism Management.
- Moscardo, G. (2008), Building Community Capacity For Tourism Development. School of Business James cook University, Townsville Australia.
- Peeters, L. W., & Ateljevic, I. (2009) Women Empowerment Entrepreneurship Nexus in Tourism: Processes of Social. In J. Ateljevic, & S. J. Page, *Tourism and Entrepreneurship: International Perspective*. Butterworth-Heinemann.
- Richards, G., & Hall, D. (Eds.). (2000). *Tourism and sustainable community development*. USA: Routledge.
- Sail, R. M. & Abu-Samah, A. (2010). Community Development through Community Capacity Building: A Social Science Perspective. *Journal of American Science*, Vol. 6, No. 2, pp. 68-76.

- Smith, N., Littlejohns, L. B. & Dimple R. (2003), Measuring Community Capacity: State of the Field Review and Recommendations for Future Research. David Thompson Health Region, Financial contribution from the Health Policy Research Program, Health Canada.
- Timothy, D. J. (2002). 'Tourism and Community Development Issues'. In Tourism and Development: Concepts and Issues. eds. Richard Sharpley and David J Telfer. Clevedon: Channel View Publications.
- Xiao, Honggen(2007). THE SOCIAL STRUCTURE OF A SCIENTIFIC COMMUNITY: A Case Study of the Travel and Tourism Research Association. A thesis presented to the University of Waterloo in fulfillment of the thesis requirement for the degree of Doctor of Philosophy in Recreation and Leisure Studies, Waterloo, Ontario, Canada.
- Zacharakis, J. & Flora, J. (2005). Riverside: A Case Study of Social Capital and Cultural Reproduction and their Relationship to Leadership Development. ADULT EDUCATION QUARTERLY, Vol. 55 No. 4, Pp. 288-307.

