



An Analysis of Kashan Tourism Drivers with Emphasis on Social Capital Performance

Kiani Salm, S^a., Shaterian, M^{b,1}., Habibi Beiroun, F^c

^a Assistant Professor of Geography & Ecotourism, University of Kashan, Kashan, Iran.

^b Professor of Geography & Ecotourism, University of Kashan, Kashan, Iran.

^c MSc of Geography & Urban Planning, University of Kashan, Kashan, Iran.

Research Article

ABSTRACT

Objective: The concept of social capital has been proposed as a cross-disciplinary concept in social and economic analysis of community development, especially tourism development. Thus, the research was conducted to investigate the role and impact of social capital on tourism development in Kashan.

Methods: he present article is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of method. The statistical population of the study is 308476 citizens of Kashan. The sample size was calculated using the Cochran's formula to 322 people. Data collection is a combination of descriptive and field information. The research tool is a researcher-made questionnaire with 85 variables. The software used is SPSS and AMOS, which are used for t-test, Pearson correlation coefficient and structural equation modeling. The validity of the research instrument has been confirmed by experts and its reliability has been confirmed by using Cronbach's alpha coefficient of 0.821.

Results: The results of t-test with a significance level of less than 0.05 evaluated the situation of social capital in Kashan as appropriate. The result of using structural equation modeling to identify the most effective factor in explaining social capital among Kashan citizens indicates the highest load The factor is 0.99 for the social awareness index. The most important factors driving tourism development is the comfort index with a regression weight of 0.94. Achieving a correlation coefficient of 0.34 at the 99% confidence level indicates a direct and positive relationship between social capital and tourism development.

Conclusion: Confirming the relationship between improving social capital and tourism development emphasizes the need for planning to build trust in the performance of government employees among local communities and build public trust in social institutions in order to strengthen social capital as a key driver in improving and developing tourism in Kashan.

Keywords: Social capital, tourism development, Kashan city.

Received: April 15, 2021 Reviewed: May 25, 2021 Accepted: September 21, 2021 Published online: September 23, 2021

Citation: Kiani Salmi, S., Shaterian, M., Habibi Beiroun, F (2021). *An Analysis of Kashan Tourism Drivers with Emphasis on Social Capital Performance*. Journal of Urban Social Geography, 8(2), 289-310. (In Persian)

DOI: [10.22103/JUSG.2021.2057](https://doi.org/10.22103/JUSG.2021.2057)

¹ Corresponding author at: University of Kashan, Kashan, Iran, P.C: 8731753153. E-mail address: shaterian@kashanu.ac.ir (Shaterian, M).



تحلیلی بر پیشران‌های توسعه گردشگری شهر کاشان با تأکید بر عملکرد سرمایه اجتماعی

صدیقه کیانی سلمی^a، محسن شاطریان^b، فاطمه حبیبی بیرون^c

^a استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

^b استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

^b کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

مقاله پژوهشی

چکیده

تبیین موضوع: مفهوم سرمایه اجتماعی به عنوان یک مفهوم فرا رشته‌ای در تحلیل‌های اجتماعی و اقتصادی توسعه جامع به‌ویژه توسعه گردشگری مطرح شده است. به این ترتیب پژوهش با هدف بررسی نقش و تأثیر سرمایه اجتماعی بر توسعه گردشگری شهر کاشان انجام شده است.

روش: مقاله حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی - تحلیلی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق، شهروندان شهر کاشان به تعداد ۳۰۸۴۷۶ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران به تعداد ۳۲۲ نفر محاسبه شده است. گردآوری داده‌ها به صورت ترکیبی از اطلاعات توصیفی و میدانی است. ابزار تحقیق، پرسشنامه‌ای محقق ساخته با ۸۵ متغیر است. نرم افزارهای مورد استفاده SPSS و AMOS است که با استفاده از آن‌ها، آزمون‌های آماری تی، ضریب همبستگی پیرسون و مدل‌سازی معادلات ساختاری صورت گرفته است. روایی ابزار تحقیق با بهره‌گیری از نظر متخصصان و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به به مقدار ۰/۸۲۱ مورد تأیید قرار گرفته است.

یافته‌ها: نتایج آزمون تی با سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ وضعیت سرمایه اجتماعی در شهر کاشان را مناسب ارزیابی کرده است. نتیجه کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری برای شناسایی اثرگذارترین عامل در تبیین سرمایه اجتماعی در بین شهروندان کاشان، نشانگر کسب بالاترین بار عاملی به میزان ۰/۹۹ برای شاخص آگاهی اجتماعی است. مهمترین عوامل رونق دهنده توسعه گردشگری، شاخص آسایش به مقدار وزن رگرسیونی ۰/۹۴ است. کسب ضریب همبستگی ۰/۳۴ در سطح اطمینان ۹۹ درصد گویای رابطه مستقیم و مثبت بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری است.

نتایج: تأیید ارتباط بین بهبود سرمایه اجتماعی با توسعه گردشگری ضرورت برنامه‌ریزی برای اعتمادسازی به عملکرد کارکنان دولت در بین جوامع محلی و بسترسازی اعتماد مردم به نهادهای اجتماعی را در راستای تقویت سرمایه اجتماعی به عنوان پیشرانی کلیدی در بهبود و توسعه گردشگری شهر کاشان گوشزد می‌نماید.

کلیدواژه‌ها: سرمایه اجتماعی، توسعه گردشگری، شهر کاشان.

انتشار آنلاین: ۱۴۰۰/۰۷/۰۱

پذیرش: ۱۴۰۰/۰۶/۳۰

بازنگری: ۱۴۰۰/۰۳/۰۴

دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۶

استناد: کیانی سلمی، صدیقه؛ شاطریان، محسن؛ حبیبی، فاطمه (۱۴۰۰). *تحلیلی بر پیشران‌های توسعه گردشگری شهر کاشان با تأکید بر عملکرد سرمایه اجتماعی*. دوفصلنامه جغرافیای اجتماعی شهری، ۸ (۲)، ۲۸۹-۳۱۰.

DOI: [10.22103/JUSG.2021.2057](https://doi.org/10.22103/JUSG.2021.2057)

مقدمه

یکی از رویکردهای نوین جهت بهره‌مندی از پتانسیل‌های مختلف مناطق برای دستیابی به توسعه، توجه به قابلیت‌های گردشگری است (امینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۷۸؛ سجادی و احمدی، ۱۳۹۲: ۱۵۷) که به عنوان رویکردی جدید جایگاه درخور توجهی در توسعه اقتصادی و اجتماعی یافته است (پورجم و ناطقی، ۱۳۹۶: ۱۰۱). گردشگری ابزاری قدرتمند برای توسعه ملی محسوب شده و در خیل وسیعی از کشورهای توسعه یافته درآمد حاصل از این صنعت منبع مهمی برای جبران اعتبارات دیگر بخشهای زیربنایی جامعه تلقی می‌گردد (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۹). در بسیاری از مناطق و مقاصد گردشگری، فرهنگ و طبیعت از منابع اصلی برای گردشگری است و عموماً مورد بررسی علمی واقع می‌شوند، اما منابع محلی مانند مشارکت، اعتماد و انسجام اجتماعی و نقش آن در توسعه گردشگری به صورت کم‌رنگ‌تری در ادبیات علمی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (حکیم و ناکاجوشی^۱، ۲۰۰۸: ۱۶۰). در حالیکه باید توجه داشت اعضای جامعه از جنبه‌های اجتماعی اثرگذاری هستند که مشارکت آنها نقش مهمی در رونق بخشی به توسعه گردشگری در یک ناحیه دارد. در این راستا، سرمایه اجتماعی یکی از مهمترین متغیرهای حامی مشارکت اجتماعی در بسیاری از فعالیت‌هاست (مکبث^۲، ۲۰۰۴: ۵۰۵). سرمایه اجتماعی با فراهم آوردن زمینه نظارت و کنترل اجتماعی غیر اقتدار آمیز بر فرد و جامعه پذیر ساختن او که از مجرای احترام به عرف، سنت‌ها، هنجارها و ارزش‌های اجتماعی حاصل می‌شود از یک سو به معنادار ساختن زندگی اجتماعی برای فرد و زمینه سازی مشارکت مثبت و فعال او در زندگی اجتماعی می‌پردازد و از سوی دیگر از جهت پیامدهای جمعی، موجب سلامتی کلی جامعه، پایداری و ثبات اجتماعی می‌شود. از دیدگاه برنامه ریزان توسعه، ابعاد متعدد سرمایه‌ها از قبیل سرمایه‌های طبیعی، فیزیکی، انسانی، مالی و اجتماعی برای توسعه گردشگری لازم است. ازینرو در چند دهه اخیر، مفهوم سرمایه اجتماعی به عنوان یک مفهوم فرارشته‌ای نقش مهمی در تحلیل‌های اجتماعی و اقتصادی توسعه به ویژه توسعه گردشگری یافته و به نقش ساختارهای اجتماعی محلی از قبیل روابط متقابل، شبکه‌ها و نهادهای محلی، نگرش، اعتماد و انسجام تأکید می‌نماید (عینالی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۲). به گونه‌ای که می‌توان گفت سرمایه اجتماعی بهبود همکاری بین افراد و هماهنگی در روند توسعه گردشگری را فراهم می‌سازد (غزالی و همکاران، ۱۳۹۵). سرمایه اجتماعی به عنوان یک عامل انسجام بخش، نقش مهمی در روان سازی و تسهیلگری ساختارهای شبکه محلی ایفا می‌نماید و در نهایت منجر به بهبود عملکرد گردشگری شده (ایلوارد^۳، ۲۰۰۹: ۱۵) و شبکه‌های بین سازمانی و ذینفعان را قادر به استفاده از مجموع روابط موجود برای بهبود دسترسی به منابع اطلاعاتی و سایر منابع به عنوان یک مزیت رقابتی می‌نماید (لاو و توماس^۴، ۲۰۰۴: ۷۶۱).

در جوامع مختلف، شبکه‌های محلی کوچک بخشی از سرمایه اجتماعی هستند که می‌توانند باعث ایجاد مزیت برای منطقه شده و مهمان نوازی ساکنان از گردشگران را افزایش دهند. بنابراین با توجه به اهمیت بحث، تحلیل رابطه ای بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری با در نظر گرفتن مباحثی مانند اعتماد، آگاهی، مشارکت، انسجام، همبستگی، امنیت اجتماعی، توسعه شبکه‌های مبتنی بر همکاری متقابل و نظایر آن می‌تواند بستر مناسبی برای توسعه اجتماعی اقتصادی جوامع مهیا سازد (هانگ^۵ و همکاران، ۲۰۰۹: ۵۵۱؛ اسنلگرو^۶ و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۹۹۶). شهر کاشان با داشتن جاذبه‌های گردشگری از جمله خانه‌های تاریخی، مساجد و اماکن مذهبی، باغ فین، تپه‌های سیلک، کویر مرنجاب، بازار سنتی، قلعه‌های باستانی، حمام‌های تاریخی، آبشار نیاسر، باغات قمصر، مقابر شعرا (سهراب سپهری و...) از موقعیت ممتاز

1. Hakim and Nakagoshi
2. Macbeth
3. Aylward
4. Love, F.N. and Thomas
5. Huang
6. Snelgrove

گردشگری در پهنه جغرافیایی استان اصفهان برخوردار است. این شهر در سال ۹۳ پذیرای ۱۰۳۹۲۲۰ گردشگر بوده است که این رقم در سال ۱۳۹۴ به تعداد ۱۱۶۴۱۲۹ نفر افزایش یافته است تعداد گردشگران داخلی در نیمه اول ۱۳۹۵ به تعداد ۷۶۷۹۳۱ نفر نیز حاکی از تداوم این روند افزایشی بوده است. این امر نشان از گردشگر پذیری این مقصد طی سالهای گذشته و تدام افزایش آن طی سالهای پیش رو دارد. با توجه به اینکه ارتقای مقوله‌های مؤثر در سرمایه اجتماعی شهروندان مقاصد گردشگری می‌تواند منجر به توسعه گردشگری گردد این پژوهش بر آن است تا به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری شهر کاشان بپردازد. بنابراین پژوهش با این مسئله اصلی روبروست که آیا بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری کاشان رابطه معناداری وجود دارد؟ به منظور برطرف کردن شکاف مطالعاتی در راستای مسأله اصلی پژوهش سوالات فرعی ذیل مطرح گردیده است:

- عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری در شهر کاشان کدامند؟
- مهمترین عوامل تبیین‌کننده توسعه گردشگری کاشان چه عواملی هستند؟
- وضعیت شاخص‌های سرمایه اجتماعی در شهر کاشان چگونه است؟
- مهمترین عوامل تبیین‌کننده سرمایه اجتماعی در شهر کاشان کدامند؟
- بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری چه رابطه‌ای وجود دارد؟

پیشینه نظری

تعاریف متعددی در ارتباط با مفهوم "سرمایه اجتماعی" مطرح شده، که باعث ایجاد سردرگمی نسبت به این مفهوم شده است (مرکز آمار ملل^۱، ۲۰۰۱: ۳). اصطلاح سرمایه اجتماعی نخستین بار در اثر کلاسیک جین جاکوب، مرگ و زندگی شهرهای بزرگ آمریکایی ۱۹۶۱ به کار رفته است. سرمایه اجتماعی را می‌توان حاصل روابط در جامعه دانست و آن را به مجموع منابعی که در ذات روابط سازمان اجتماعی به وجود می‌آیند و زندگی اجتماعی را مطلوب تر می‌سازند، اطلاق کرد (الوانی، ۱۳۷۸: ۱۲۹). سرمایه اجتماعی عبارت از اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی از همکاری و تعاون برای تسهیل و نیل به منابع متقابل است (پاتنام، ۱۹۹۳: ۴۵۰). از دیدگاه کلمن سرمایه اجتماعی که با کارایی خود تعریف می‌شود یک هویت صرف نیست بلکه دارای ویژگی‌های مختلف است (کلمن^۲، ۱۹۹۰: ۳۰۲). پاتنام سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از مفاهیمی مانند اعتماد، هنجارها و شبکه‌ها می‌داند که منافع متقابل اعضای یک اجتماع را تأمین خواهد کرد. تأکید عمده ویبر بر مفهوم اعتماد است (پاتنام^۳، ۲۰۰۰: ۴۵۰). در تعریفی دیگر، سرمایه اجتماعی مجموعه‌ای از منابع موجود یا بالقوه ناشی از تملک شبکه‌های پایدار و کم و بیش نهادینه شده در روابط مبتنی بر توافق و شناخت دو طرفه تعریف شده است (میرک‌زاده و همکاران: ۲۳۶: ۱۳۹۳). از منظر جیمز کلمن سرمایه اجتماعی، یک هویت واحد نیست و انواع مختلفی دارد، اما دو عنصر مشترک را شامل می‌شوند. همه آن‌ها جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی را در بر می‌گیرند و اقدامات کنشگران را تسهیل می‌کنند. اکنون مفهوم سرمایه اجتماعی اصطلاحی در علوم اجتماعی است. انواع بسیاری از سرمایه از قبیل سرمایه هویت، سرمایه انسانی، سرمایه آکادمیک، سرمایه فیزیکی، سرمایه مالی و سرمایه مادی وجود دارد (ری^۴، ۲۰۰۰: ۵۶۸؛ پلرین و استرنس^۵، ۲۰۰۱: ۲۰). فوکویا سرمایه اجتماعی را جزء اساسی جامعه مدنی می‌داند و در عین حال معتقد است نهادهای جامعه مدنی در ایجاد سرمایه اجتماعی و انتقال ارزش‌ها و رفتارهای مدنی نقش کلیدی دارند. سرمایه اجتماعی به عنوان یک سازه پیچیده دارای ابعاد مختلفی است که یکی از این ابعاد اعتماد

¹. National Statistic

². Colman

³. Putnam

⁴. Reay

⁵. Pellerin and Stearns

است. اعتماد عنصر اثربخش و مهمی در روابط انسانی و زمینه ساز مشارکت و همکاری میان اعضای جامعه است. در فضای مبتنی بر اعتماد ابزارهایی چون زور و اجبار کارایی خود را از دست می‌دهد و به تعبیر کلمن قدرت عمل را تسهیل می‌کند (نایی و سلیمانی، ۱۳۹۶: ۱). از جنبه‌های دیگر سرمایه اجتماعی هنجارهای حاکم بر کنش جمعی، مشارکت در شبکه‌های اجتماعی و انجمن‌ها، آگاهی جمعی، تکیه بر ارزش‌های اخلاقی مثل صداقت، امانت داری و در عرصه‌های مختلف حیات اجتماعی است. چون سرمایه اجتماعی وجود هنجارهای رفتاری مبتنی بر تشریک مساعی را منعکس می‌کند، انحرافات اجتماعی بالفعل نیز بازتاب نبود سرمایه اجتماعی خواهد بود (السان، ۱۳۸۷: ۷). در جدول (۱) مجموعه‌ای از تعاریف موجود سرمایه اجتماعی بیان شده است.

جدول ۱- مجموعه‌ای از تعاریف منتشر شده سرمایه اجتماعی توسط بانک جهانی

گرووات و ون باستلار ^۱	نهادها، روابط، نگرش‌ها و ارزش‌هایی که تعاملات بین اشخاص را مدیریت و به توسعه اجتماعی و اقتصادی کمک می‌نماید.
ببینگتون ^۲	روابطی که اشخاص در آن سرمایه‌گذاری می‌کنند و جریانی از منافع را به وجود می‌آورند.
فافچیمیس	شبکه‌ای از پدیده‌های اجتماعی که نقشی ویژه در روابط بین فردی، عضویت شبکه‌های اجتماعی و تبادل اجتماعی بازی می‌کند.
رویسون و سیلس ^۳	احساس همدردی، نگرانی، همدلی، احترام، حس اجبار و اعتماد یک شخص یا گروهی به شخص یا گروهی دیگر.
اوستروم ^۴	سرمایه اجتماعی دانش، ادراک، هنجارها، قوانین و انتظارات مشترک درباره الگوهای تعاملات است که گروهی از افراد در برخورد با مسئله‌های غامض اجتماعی، موقعیت‌های عمل جمعی یا خود به سازمان می‌آورند. افراد بایستی روش‌های تقویت انتظارات و اعتماد متقابل را جهت غلبه بر وسوسه‌های کوتاه مدت ناخوشایند پیدا نمایند.

در تحقیق حاضر سرمایه اجتماعی با ۵ شاخص اعتماد، آگاهی، مشارکت، انسجام، همبستگی و امنیت اجتماعی مورد بررسی قرار گرفته است. از اساسی‌ترین مسائل و نیازهای جوامع امروزی و یکی از مهم‌ترین ابعاد زندگی بشری اعتماد اجتماعی است (پاتنام، ۱۳۸۰: ۴۵۰) چرا که سرمایه اجتماعی بر مبنای اعتماد عمومی شکل می‌گیرد (صالحی‌امیری و افشاری نادری، ۵۱). تشخیص صحیح نیاز واقعی و راه‌حل مناسب و واقعی از سوی اجتماعی متشکل از افراد آگاه، آگاهی اجتماعی را معنی می‌دهد. یکی دیگر از ایده‌های اصلی سرمایه اجتماعی این است شبکه‌های اجتماعی بیشتر مردم را به همکاری و اعتمادپذیری در برخوردهایشان تشویق کند (تاجبخش، ۱۳۸۵: ۱۲۱). انسجام اجتماعی به معنای آن است که گروه وحدت خود را حفظ کرده و با عناصر وحدت بخش خود تطابق و هم‌نوایی داشته باشد و در آخر امنیت اجتماعی، نوع و سطحی از احساس اطمینان خاطر است که جامعه و گروه در آن نقش اساسی دارد. بررسی پژوهش‌های صورت گرفته نشان می‌دهد سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری نیز مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی در زمینه گردشگری با سهیم شدن در تصمیم‌گیری، راه‌حلی برای ارتقای پایداری، برقراری تعادل بین توسعه اقتصادی و اجتماعی، برنامه‌ریزی همه‌جانبه مقاصد گردشگری، اطمینان از داشتن درکی روشن از مکان، ارزیابی سریع و موثر از موقعیت‌های پیچیده و توسعه ارزش‌های عمومی و ضمانت توزیع برابر منابع است (عینالی و همکاران، ۱۳۹۲: ۵۵).

پیشینه عملی

در ادامه با توجه به رویکرد پژوهش و بررسی نقش سرمایه اجتماعی در گردشگری تحقیقات مشابه بررسی شده‌اند. امین بیدختی و شریفی (۱۳۹۱)، رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر را بررسی کرده‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است سرمایه اجتماعی به طور مستقیم و همچنین با تأثیر بر امنیت ذهنی و عینی بر جذب گردشگر مؤثر است. نتایج تحقیق صالحی‌امیری و همکاران (۱۳۹۱)، در طراحی و ارائه الگو جهت سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی بر

¹. Grootaert and V an Bastelaer

². Bebbington

³. Roeison and Siles

⁴. Ostrom

ابعاد توسعه پایدار، حکایت از تأثیر مثبت، مستقیم و معنی دار متغیر سرمایه اجتماعی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی متغیر توسعه پایدار دارد. بررسی نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی در روستای قیچاق شهرستان میانرودان توسط محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۲)، صورت گرفته است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، انسجام خانوارهای مورد مطالعه بعد از گسترش گردشگری مذهبی بهبود داشته است. عینالی و رومیانی (۱۳۹۲)، به ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم در دهستان حصار ولعیصر - شهرستان بوئین زهرا پرداخته‌اند. نتیجه حاصل از تقلیل ۳۵ متغیر، نشان می‌دهد عامل علاقه فردی و مشارکت با مقدار ویژه ۴/۰۶ بیشترین اثر را در زمینه گسترش گردشگری خانه‌های دوم و توسعه سرمایه اجتماعی روستایی داشته است. اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)، به بررسی رابطه توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی دهستان سولقان پرداخته است. شواهد مطالعه نشان می‌دهد رابطه مستقیم معنادار آماری بین توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی وجود دارد. وصالی و توکل (۱۳۹۳)، در بررسی تأثیر متغیرهای اقتصادی و وضعیتی بر سرمایه اجتماعی خاطر نشان کرده‌اند سرمایه اجتماعی در بعد اعتماد با بیشترین میزان همبستگی یعنی ۰/۵۴۶ تأثیر فزاینده‌ای در کیفیت زندگی افراد دارد. رومیانی و همکاران (۱۳۹۴)، تحلیلی بر اثرات سرمایه اجتماعی بر توسعه پایدار روستایی دهستان رومشگان غربی انجام داده‌اند. نتایج بیانگر آن است بین ابعاد اعتماد، مشارکت و توسعه پایدار روستایی رابطه مثبتی وجود دارد. غزالی و همکاران (۱۳۹۵)، در بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران معتقدند بین دیدگاه روستاییان از سرمایه اجتماعی و دیدگاه آن‌ها پیرامون امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. چراغی و همکاران (۱۳۹۶)، در مقاله‌ای با عنوان تحلیلی بر زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی، با تأکید بر سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد شاخص مشارکت اجتماعی بیش‌ترین همبستگی را با سرمایه اجتماعی دارا بوده است. فتحی و مختارپور (۱۳۹۶)، در مطالعه برآورد مدل تأثیرگذاری ابعاد اعتماد اجتماعی بر توسعه محلی و منطقه‌ای از نگاه ساکنین مناطق ۲۲گانه تهران نشان می‌دهند رواج و گسترش فعالیت‌های بهبودبخش و تقویت‌کننده ابعاد اعتماد اجتماعی سهم عمده‌ای در توسعه کشور خواهد داشت. ابراهیم‌پور و همکاران (۱۳۹۶)، تحلیلی بر زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی، با تأکید بر سرمایه اجتماعی در دهستان دستجرد، شهرستان طارم را به انجام رسانیده‌اند. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با سه متغیر اثرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی گردشگری و متغیر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار می‌باشد.

در بخش تحقیقات خارجی نیز موضوع سرمایه اجتماعی و نقش آن در توسعه گردشگری مورد توجه قرار گرفته است. مکبث^۱ و همکاران (۲۰۰۸)، در تحقیقی ارتباط سرمایه اجتماعی، گردشگری و توسعه منطقه‌ای را مورد تحقیق قرار داده‌اند. این مقاله مفاهیم کلیدی سرمایه اجتماعی، سرمایه سیاسی و سرمایه فرهنگی را بیان می‌کند. یافته‌های پانکوراتو^۲ (۲۰۱۲)، در ارتباط با نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری نشان می‌دهد، سرمایه اجتماعی به عنوان یک تسهیل‌کننده در مراحل مختلف می‌تواند از طریق افزایش مشارکت در موفقیت برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های گردشگری در نظر گرفته شود. جیانا موسکاردو^۳ و همکاران (۲۰۱۷)، پیوستگی بین سرمایه اجتماعی و توریسم را در مقاصد گردشگری مورد بررسی قرار داده است. نتایج، عوامل کلیدی لازم برای افزایش سرمایه اجتماعی محلی مقصد را شامل مشارکت مؤثر ساکنان محلی، نیاز به رهبری قوی در زمینه گردشگری و تمایل به یافتن مدل‌های مختلف برای تشکیلات گردشگری محلی

1. Macbeth

2. pongponrat

3. GiannaMoscardo

و منطقه‌ای می‌داند. پیوند و ارتباط اشکال سرمایه اجتماعی در گردشگری حیات وحش به عنوان زمینه‌ای برای کارآفرینی کوچک مقیاس توسط بیرندرا^۱ (۲۰۱۸)، با استفاده از تحلیل شبکه اجتماعی صورت گرفته است. محقق معتقد است کارآفرینان کوچک با یکدیگر در یک ساختار شبکه‌ساز ارتباط برقرار می‌کنند. در این راستا توانایی پاسخگویی به دیگر اعضای شبکه برای موفقیت تجاری ضروری است. عزیزی^۲ و شکاری (۲۰۱۸)، مدل‌سازی رابطه بین حس مکان، سرمایه اجتماعی و پشتیبانی گردشگری را به انجام رسانده‌اند. یافته‌ها حاکی از وجود رابطه معنی‌دار مثبت بین حس مکان، سرمایه اجتماعی و حمایت از گردشگری است. سرمایه اجتماعی و نابرابری‌های نادیده انگاشته شده در خوشه‌های گردشگری محلی نام تحقیقی است که توسط سبایانگ^۳ و همکاران (۲۰۱۸)، صورت گرفته است. محقق در پایان نتیجه می‌گیرد وجود ارتباطات قوی و سالم بین افراد و خوشه‌های گردشگری منجر به تسهیل امکان دسترسی افراد به فرصت‌های برابر و در نتیجه کاهش بی‌عدالتی می‌گردد. دیدریش^۴ و همکاران (۲۰۱۹)، به بررسی نقش حیاتی سرمایه اجتماعی در حرکت به سوی گردشگری ماهیگیری در گینه نو پرداخته‌اند. چنانچه ذکر شده سرمایه مالی، فیزیکی و انسانی در پذیرش فرصت‌های جدید معیشتی مرتبط با گردشگری نقش داشته‌اند اما عمده‌ترین نقش مربوط به سرمایه اجتماعی بوده است. گوناواوم^۵ (۲۰۱۹)، نقش سرمایه اجتماعی در حمایت از تهیدستان به واسطه گردشگری حامی فقرا را مورد پژوهش قرار داده است. نتایج حاصل از کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری تأیید می‌کند با بهبود سرمایه اجتماعی، فعالیت گردشگری بهتر شده و به نسبت فقر در منطقه کمتر خواهد شد.

همانطور که ملاحظه می‌گردد در خصوص موضوع پژوهش و بررسی نقش سرمایه اجتماعی شهروندان شهر کاشان در توسعه گردشگری مطالعه‌ای صورت نگرفته است. با توجه به پتانسیل‌های بالای این شهر و سابقه تاریخی آن، ضرورت انجام آن برای برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری احساس می‌گردد. با مرور ادبیات تحقیق، شکل (۲) به عنوان چارچوبی کلی برای مشخص نمودن روابط میان متغیرهای تحقیق تحت عنوان مدل مفهومی پژوهش طراحی گردید.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

1. Birendra
2. Azizi & Shekari
3. Sebayang
4. Diedrich
5. Gunawan

داده‌ها و روش‌شناسی

پژوهش از نوع توصیفی- تحلیلی است. جمع‌آوری داده‌ها به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی صورت گرفته است. در روش کتابخانه‌ای با مرور مطالعات گذشته و نیز مبانی نظری تحقیق از منابع داخلی و خارجی منتشر شده بصورت مقاله و پایان نامه اطلاعات لازم جمع‌آوری گردید. روش میدانی مبتنی بر روش پرسشنامه‌ای است. به این ترتیب ابزار تحقیق، پرسشنامه‌ای محقق ساخته متشکل از سه بخش معرفی ابزار، سؤالات عمومی و سؤالات تخصصی است. سؤالات تخصصی در دو بعد کلی سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری طراحی شده است. سرمایه اجتماعی با بهره‌گیری از ۳۲ متغیر در قالب ۵ شاخص (اعتماد اجتماعی، آگاهی، مشارکت اجتماعی، انسجام، همبستگی و امنیت اجتماعی) مورد ارزیابی قرار گرفته است. توسعه گردشگری در قالب هفت شاخص فناوری، مدیریت، آسایش، اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، رقابتی و زیست‌محیطی با استفاده از ۴۸ سؤال تعریف عملیاتی شده است. روایی ابزار تحقیق با بهره‌گیری از نظر متخصصان و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ به شرح جدول (۲) مورد تأیید قرار گرفته است. کسب ضریب آلفا به مقدار ۰/۸۲۱ نشانگر پایایی ابزار تحقیق است.

جدول ۲- نتایج آزمون پایایی ابزار تحقیق

عامل	تعداد سوال	ضریب آلفا
سرمایه اجتماعی	۳۲	۰/۷۵۶
توسعه گردشگری	۴۸	۰/۸۲۵
مقدار کل	۸۰	۰/۸۲۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

جامعه آماری تحقیق، شهروندان شهر کاشان طبق نتایج سرشماری سال ۱۳۹۵ به تعداد ۳۰۸۴۷۶ نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران به تعداد ۳۲۲ نمونه محاسبه گردید و طی فرآیند پرسشگری تصادفی ساده در بین جامعه آماری توزیع گردیده است. در جدول (۳) جمعیت به تفکیک هر یک از مناطق و تعداد پرسشنامه توزیع شده در هر منطقه بیان شده است.

جدول ۳- مناطق پنجگانه شهری و سهم از حجم نمونه

منطقه	تعداد جمعیت	تعداد پرسشنامه	منطقه	تعداد جمعیت	تعداد پرسشنامه
منطقه ۱	۳۸۰۱۶	۴۰ عدد	منطقه ۴	۴۸۴۱۳	۵۰ عدد
منطقه ۲	۱۱۶۶۱۹	۱۲۰ عدد	منطقه ۵	۳۹۸۶۳	۴۲ عدد
منطقه ۳	۶۵۵۶۵	۶۸ عدد	کل	۳۰۸۴۷۶	۳۲۰

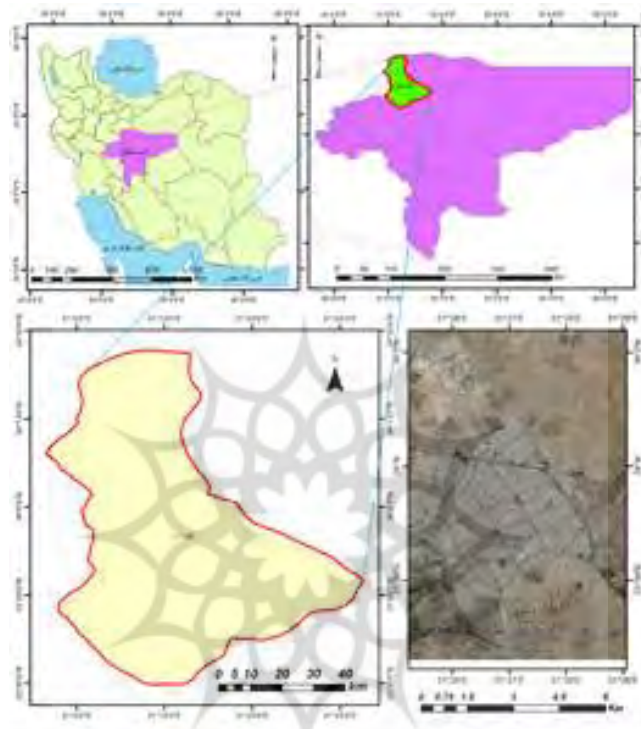
منبع: شهرداری مرکزی کاشان، ۱۳۹۸

برای پردازش و تجزیه و تحلیل از نرم‌افزار آماری Spss و برای مدلسازی از نرم‌افزار Amos استفاده شده است. مدل‌سازی معادلات ساختاری ریشه در سه مدل پایه دارد که از حدود یک قرن پیش توسط محققین مورد استفاده قرار می‌گرفت. این سه مدل پایه عبارتند از: رگرسیون چند متغیره، تحلیل مسیر و تحلیل عامل تأییدی. مدل‌یابی معادله ساختاری یک تفکیک تحلیل چند متغیری بسیار کلی و نیرومند از خانواده رگرسیون چند متغیری و بیان دقیق‌تر، بسط مدل خطی کلی است که به پژوهشگران امکان می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه‌ای همزمان مورد آزمون قرار دهد (فیروزجائیان، ۱۳۹۴: ۴).

قلمرو پژوهش

کاشان در طول جغرافیایی ۵۱ درجه و ۳۰ دقیقه و عرض جغرافیایی ۳۴ درجه و ۵ ثانیه از جمعیتی ۳۰۸۴۷۶ نفره برخوردار است. کاشان از دیر باز به دلیل فرشهای مشهور، ابریشم و کاشی، همچنین منسوجات چرمی، سرامیک، ظروف مسی، گلاب و باغ‌های پرگل قمصر زبانزد بوده است. این شهر با سابقه ۷۰۰۰ ساله‌اش از مهمترین مراکز باستان‌شناسی

محسوب می‌شود. اکثر تاریخ‌نویسان و مسافرانی که از این شهر بازدید داشته‌اند، از آن با عنوان دروازه تمدن جهانی نام برده‌اند. همچنین این شهر بعد از ورود اسلام به ایران در دوره سلجوقی و صفوی به اوج شکوفایی خود رسید. با پیاده روی در کوچه پس کوچه‌های آرام و ساکت شهر می‌توان شاهد ساختمان‌هایی بسیار قدیمی با دیوارهای خشت و گلی بود. شهری با بادگیرهای متعدد و مناظری بدیع که سابقاً در تابستان‌های بسیار گرم، کار تهویه هوای ساکن را انجام می‌داده است. در شکل (۲) منطقه مورد مطالعه نمایش داده شده است.



شکل ۲- قلمرو جغرافیایی شهر کاشان منبع: ترسیم: نگارندگان

یافته‌ها

از مجموع ۳۲۲ پاسخگوی مشارکت‌کننده در فرآیند پرسشگری ۶۴/۹ درصد مرد و ۳۵/۱ درصد زن بوده‌اند. از این تعداد ۶۲/۷ درصد متأهل و ۳۷/۳ درصد مجرد هستند. نتایج بررسی وضعیت سن پاسخگویان نشان می‌دهد ۳/۷ درصد در گروه سنی زیر ۲۰ سال (۱۵-۲۰ سال) قرار داشته‌اند. میزان مشارکت گروه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۱۸/۹ درصد بوده است. ۳۷/۲ درصد افراد در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال قرار داشته‌اند که بالاترین درصد مشارکت مربوط به این گروه سنی است. گروه‌های سنی ۴۱ تا ۵۰ سال، گروه سنی ۵۱ تا ۶۰ سال و بالاتر از ۶۰ سال به ترتیب درصدهای ۲۶/۱، ۱۲/۴ و ۱/۶ را کسب کرده است. تحصیلات افراد به صورت گروه‌های زیردیپلم، دیپلم، لیسانس، فوق لیسانس و دکترا طراحی گردیده است. کسب درصدهای ۸/۷، ۲۲، ۴۱، ۲۲/۴ و ۵/۹ بیشترین درصد را به گروه تحصیلی لیسانس اختصاص داده است. در ادامه بررسی ویژگی‌های جمعیت شناختی جامعه نمونه، شغل افراد مورد پرسشگری قرار گرفته است. نتایج نشان می‌دهد ۱۴ درصد خانه دار، ۴۵ درصد آزاد و ۳۴/۲ درصد کارمند هستند. گزینه سایر مشاغل نیز توسط ۶/۹ درصد از پاسخگویان انتخاب شده است.

بررسی عناصر و عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری در کاشان

عناصر اثر بخش بر توسعه گردشگری با بهره‌گیری از ۴۸ متغیر مورد ارزیابی قرار گرفته است. جدول (۴) نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت عناصر اثر بخش بر توسعه گردشگری کاشان را ارائه داده است.

جدول ۴- نتایج بررسی آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت شاخص‌های توسعه گردشگری در کاشان

شاخص	نماگر	میانگین از حد مینا ۳	آماره تی	سطح معناداری	اختلاف میانگین	فاصله اطمینان		ارزیابی شاخص
						حد پایین	حد بالا	
اصل رقابتی بودن	وجود بناهای تاریخی در شهر کاشان	۴/۲۸	۸/۶۸	۰/۰۰۰	۱/۴۲	۱/۱۰	۱/۷۵	موثر
	وجود باغ تاریخی فین	۴/۱۸	۲۳/۷۷	۰/۰۰۰	۱/۱۸	۱/۰۸	۱/۲۷	موثر
	کیفیت فضاهای سبز و تفریحی	۳/۹۹	۱۸/۲۰	۰/۰۰۰	۰/۹۹	۰/۸۸	۱/۱۰	موثر
	وضعیت (آسفالت و سنگ فرش) معابر	۳/۹۲	۸/۵۲	۰/۰۰۰	۰/۹۲	۰/۷۱	۱/۱۳	موثر
	تبلیغات گردشگری	۳/۹۲	۱۶/۳۱	۰/۰۰۰	۰/۹۲	۰/۸۱	۱/۰۳	موثر
فناوری اطلاعات و ارتباطات	وجود اینترنت در بناهای تاریخی	۳/۹۵	۱۷/۰۶	۰/۰۰۰	۰/۹۵	۰/۸۴	۱/۰۶	موثر
	تعداد خود پرداز در اطراف بناهای تاریخی	۳/۷۶	۱۳/۹۴	۰/۰۰۰	۰/۷۶	۰/۶۵	۰/۸۷	موثر
	تجهیز امکان تاریخی به وب سایت بروز	۴/۰۲	۶/۰۷	۰/۰۰۰	۱/۰۲	۰/۶۹	۱/۳۵	موثر
	تبلیغات رسانه ملی	۳/۸۷	۱۶/۵۲	۰/۰۰۰	۰/۸۷	۰/۷۶	۰/۹۷	موثر
	ساخت وبسایت برای بناهای تاریخی	۳/۷۳	۱۳/۱۰	۰/۰۰۰	۰/۷۳	۰/۶۲	۰/۸۴	موثر
اصل مدیریت	ضعف مدیریت شهری در اجرای پروژه ها	۳/۶۹	۱۱/۹۳	۰/۰۰۰	۰/۶۹	۰/۵۷	۰/۸۰	موثر
	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در گردشگری	۳/۸۷	۱۶/۵۴	۰/۰۰۰	۰/۸۷	۰/۷۷	۰/۹۷	موثر
	برنامه‌ریزی آینده نگرانه توسعه گردشگری	۳/۸۸	۱۶/۱۸	۰/۰۰۰	۰/۸۸	۰/۷۷	۰/۹۹	موثر
	برخورد متولیان بناهای تاریخی با گردشگران	۳/۸۶	۱۷/۹۳	۰/۰۰۰	۰/۸۶	۰/۷۷	۰/۹۶	موثر
	وجود راهنما جهت شناسایی بناهای تاریخی	۳/۸۱	۱۵/۰۶	۰/۰۰۰	۰/۸۱	۰/۷۰	۰/۹۱	موثر
آسایش	انتقادپذیر بودن مدیران گردشگری	۳/۶۵	۱۱/۹۶	۰/۰۰۰	۰/۶۵	۰/۵۵	۰/۷۶	موثر
	شرایط آب و هوایی کاشان	۳/۶۹	۶/۳۶	۰/۰۰۰	۰/۶۹	۰/۴۸	۰/۹۱	موثر
	وجود امکانات و تسهیلات	۳/۹۳	۱۸/۰۰	۰/۰۰۰	۰/۹۳	۰/۸۲	۱/۰۳	موثر
	توسعه حمل و نقل و خدمات پارکینگ	۳/۹۰	۱۷/۸۰	۰/۰۰۰	۰/۹۰	۰/۸۰	۱/۰۰	موثر
	وجود کمپ‌های تفریحی و اقامتی	۴/۰۰	۱۹/۵۹	۰/۰۰۰	۱/۰۰	۰/۹۰	۱/۱۰	موثر
اقتصادی	نحوه برخورد ساکنان با گردشگران	۳/۸۹	۱۷/۴۱	۰/۰۰۰	۰/۸۹	۰/۷۹	۰/۹۹	موثر
	اثرگذاری توسعه گردشگری در ایجاد اشتغال	۴/۱۸	۷/۱۱	۰/۰۰۰	۱/۱۸	۰/۸۵	۱/۵۱	موثر
	اثرگذاری توسعه گردشگری در افزایش درآمد	۴/۲۳	۷/۴۰	۰/۰۰۰	۱/۲۳	۰/۹۰	۱/۵۵	موثر
	اثر توسعه گردشگری در جذب سرمایه خارجی	۳/۹۷	۱۸/۰۱	۰/۰۰۰	۰/۹۷	۰/۸۶	۱/۰۷	موثر
	اثرگذاری گردشگری در افزایش قیمت زمین	۳/۷۳	۱۲/۷۹	۰/۰۰۰	۰/۷۳	۰/۶۲	۰/۸۴	موثر
	اثر گردشگری در به کارگیری سرمایه محلی	۴/۰۰	۷/۲۶	۰/۰۰۰	۱/۰۰	۰/۷۳	۱/۲۷	موثر
	اثرگذاری گردشگری در بهبود صنایع دستی	۳/۷۷	۱۴/۱۷	۰/۰۰۰	۰/۷۷	۰/۶۶	۰/۸۷	موثر
	اثرگذاری گردشگری در رونق بازارچه‌های محلی (صنایع دستی و محصولات کشاورزی و...)	۳/۹۰	۱۷/۸۲	۰/۰۰۰	۰/۹۰	۰/۸۰	۱/۰۰	موثر
	اثر گردشگری در تشویق تولید غذای محلی	۳/۶۹	۱۲/۹۶	۰/۰۰۰	۰/۶۹	۰/۵۸	۰/۷۹	موثر
	اجتماعی و فرهنگی	اثر توسعه گردشگری بر مشارکت شهروندان و لذت بردن از هنرهای بومی مانند موسیقی و ...	۳/۵۹	۱۰/۷۷	۰/۰۰۰	۰/۵۹	۰/۴۸	۰/۷۰
اثرگذاری توسعه گردشگری در تحکیم خانواده		۳/۴۰	۶/۸۶	۰/۰۰۰	۰/۴۰	۰/۲۹	۰/۵۲	موثر
اثر توسعه گردشگری در حفظ میراث فرهنگی		۳/۶۱	۱۱/۰۶	۰/۰۰۰	۰/۶۱	۰/۵۰	۰/۷۲	موثر
اثر گردشگری در تغییر رسوم و الگوی زندگی		۳/۴۴	۸/۱۴	۰/۰۰۰	۰/۴۴	۰/۳۳	۰/۵۴	موثر

موثر	۰/۳۳	۰/۰۹	۰/۲۱	۰/۰۰۰	۳/۶۴	۳/۲۱	اثر گردشگری در کم رنگ شدن فرهنگ شهر
موثر	۰/۵۶	۰/۳۳	۰/۴۵	۰/۰۰۰	۷/۶۱	۳/۴۵	اثر توسعه گردشگری بر ارتقای فرهنگ و اصالت بومی شهروندان
موثر	۰/۵۰	۰/۲۶	۰/۳۸	۰/۰۰۰	۶/۴۰	۳/۳۸	اثر توسعه گردشگری در افزایش پوشش گیاهی
موثر	۰/۴۳	۰/۱۸	۰/۳۰	۰/۰۰۰	۴/۸۹	۳/۳۰	اثر توسعه گردشگری در آلودگی صوتی
موثر	۰/۲۸	۰/۰۴	۰/۱۶	۰/۰۰۰	۲/۶۲	۳/۱۶	اثر گردشگری بر کمیت و کیفیت آب زیرزمینی
موثر	۰/۴۷	۰/۲۲	۰/۳۵	۰/۰۰۰	۵/۶۳	۳/۳۵	اثر گردشگری در بهبود سیستم دفع پسماند
موثر	۰/۸۷	۰/۶۸	۰/۷۸	۰/۰۰۰	۱۵/۸۶	۳/۷۸	اثر گردشگری در زیباسازی پارک و گلکاری
موثر	۰/۹۲	۰/۷۱	۰/۸۲	۰/۰۰۰	۱۵/۷۶	۳/۸۲	اثر توسعه گردشگری در سیما و منظر منطقه
موثر	۰/۸۹	۰/۶۹	۰/۷۹	۰/۰۰۰	۱۵/۷۷	۳/۷۹	اثر گردشگری بر بهبود وضعیت معابر ارتباطی
موثر	۰/۷۵	۰/۵۳	۰/۶۴	۰/۰۰۰	۱۱/۹۲	۳/۶۴	افزایش ساخت و سازهای مسکن
موثر	۰/۷۶	۰/۵۵	۰/۶۶	۰/۰۰۰	۱۲/۶۴	۳/۶۶	بهبود بافت و الگوهای معماری
موثر	۰/۹۳	۰/۵۱	۰/۷۲	۰/۰۰۰	۶/۸۹	۳/۷۲	اثر گذاری توسعه گردشگری در افزایش دسترسی به امکانات و خدمات حمل و نقل
موثر	۱/۰۵	۰/۸۴	۰/۹۵	۰/۰۰۰	۱۷/۷۱	۳/۹۵	اثر گردشگری در گسترش امکانات اقامتی
موثر	۱/۰۴	۰/۵۱	۰/۷۸	۰/۰۰۰	۵/۷۲	۳/۷۶	اثر گردشگری بر بهبود خدمات بهداشتی و درمانی
موثر	۰/۹۷	۰/۷۶	۰/۸۶	۰/۰۰۰	۱۶/۱۹	۳/۸۶	اثر گردشگری در نورپردازی و زیبای خیابان

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

در جدول (۴) وضعیت هریک از ابعاد هشتگانه توسعه گردشگری با ایجاد متغیرهای ترکیبی در هر بعد مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است. اصل رقابتی بودن با استفاده از ۵ متغیر تعریف عملیاتی گردیده است. سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ در این شاخص نشان می‌دهد عنصر مزیت رقابتی با وجود باغ تاریخی فین، وجود بناهای تاریخی، تبلیغات گردشگری، وضعیت (آسفالت و سنگ فرش) معابر و کیفیت فضاهای سبز و تفریحی کاشان به عنوان یک عنصر اثرگذار در فضاهای گردشگری برای جذب گردشگران عمل کرده است. نتیجه آزمون تی برای متغیر ترکیبی فناوری و ارتباطات با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ میزان اثربخشی فناوری و ارتباطات در توسعه گردشگری کاشان را زیاد ارزیابی نموده است. اصل مدیریت با استفاده از ۶ متغیر سرمایه گذاری بخش خصوصی در گردشگری، برنامه‌ریزی آینده نگرانه توسعه گردشگری، برخورد متولیان بناهای تاریخی با گردشگران، وجود راهنما جهت شناسایی بناهای تاریخی، انتقاد پذیر بودن مدیران گردشگری و ضعف مدیریت شهری در اجرای پروژه‌ها مورد شناسایی قرار گرفته است. سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ میزان اثربخشی مدیریت در توسعه گردشگری را بالا دانسته و این امر مورد تأیید شهروندان بوده است. اصل آسایش با کاربرد ۵ متغیر تعریف عملیاتی گردیده است. طبق یافته‌ها در این شاخص سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ برای متغیرهای شرایط آب و هوایی کاشان، وجود امکانات و تسهیلات، توسعه حمل و نقل و خدمات پارکینگ، نحوه برخورد ساکنان با گردشگران وجود کمپ‌های تفریحی و اقامتی نشان دهنده بالا بودن اثرگذاری شاخص آسایش و راحتی در جذب و توسعه گردشگری بوده است. کارکرد اقتصادی گردشگری با استفاده از ۸ متغیر بررسی شده است. در این شاخص سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ نشان‌دهنده عملکرد مناسب اقتصادی گردشگری در فضای کسب و کار و اشتغال شهروندان کاشان است. عبارتی تبعات اقتصادی گردشگری به عنوان یک کاتالیزور در جهت توسعه گردشگری عمل می‌نماید. وضعیت اثربخشی فاکتورهای اجتماعی فرهنگی بر توسعه گردشگری با استفاده از ۶ متغیر مورد سنجش قرار گرفته است. همانطور که نتایج ارائه شده در جدول (۴) بیان می‌کند، وضعیت این شاخص با توجه به سطح میانگین و مثبت بودن سطوح بالا و پایین اطمینان نشان‌دهنده تلاش برای حفظ و ارتقای آداب و رسوم و فرهنگ شهر ناشی از

توسعه گردشگری است. چنانچه نتایج جدول بیان می‌کند در بعد زیست‌محیطی افزایش پوشش گیاهی، زیباسازی پارک و گل‌کاری، بهبود سیستم دفع پسماند و کمیت و کیفیت آب‌های زیرزمینی بر توسعه گردشگری در شهر کاشان اثرگذار بوده است. البته باید متذکر شد افزایش آلودگی صوتی در شهر کاشان از آثار نامناسب گردشگری قلمداد می‌گردد. نتیجه ارزیابی اثر متغیرهای سیما و منظر منطقه، بهبود وضعیت معابر و راه ارتباطی، افزایش ساخت و سازهای مسکن، نورپردازی و زیبایی خیابان‌ها و معابر، افزایش دسترسی به امکانات و خدمات حمل و نقل، گسترش امکانات اقامتی، بهبود خدمات بهداشتی و درمانی و بهبود بافت و الگوهای معماری در قالب عناصر بعد کالبدی بر توسعه گردشگری کاشان مثبت ارزیابی شده است.

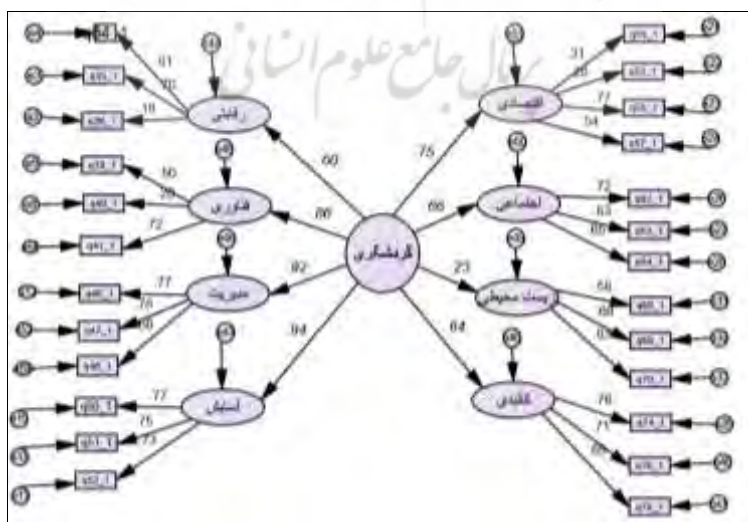
جدول ۵- نتایج آزمون تی برای بررسی عناصر و عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری در کاشان

ارزیابی شاخص	فاصله اطمینان		اختلاف میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره t	میانگین از حد مینا ۳	شاخص
	حد بالا	حد پایین						
رقابتی	۴/۱۹۴۸	-۳/۹۸۵۷	۴/۰۹۰۲۸	۰/۰۰۰	۳۱۸	۷۶/۹۵۳	۴/۰۹	رقابتی
فناوری	۳/۹۷۱۵	-۳/۷۶۷۳	۳/۸۶۹۳۷	۰/۰۰۰	۳۱۹	۷۴/۵۷۴	۳/۸۶	فناوری
مدیریت	۳/۸۸۲۲	-۳/۷۱۴۶	۳/۷۹۸۴۴	۰/۰۰۰	۳۱۹	۸۹/۱۷۹	۳/۷۹	مدیریت
آسایش	۳/۹۷۵۴	-۳/۷۹۵۸	۳/۸۸۵۶۲	۰/۰۰۰	۳۱۹	۸۵/۱۴۸	۳/۸۸	آسایش
اقتصادی	۴/۰۳۶۴	-۳/۸۳۸۶	۳/۹۳۷۵۰	۰/۰۰۰	۳۱۹	۷۸/۳۴۰	۳/۹۳	اقتصادی
اجتماعی	۳/۵۳۲۴	-۳/۳۷۸۰	۳/۴۵۵۲۱	۰/۰۰۰	۳۱۹	۸۸/۰۹۷	۳/۴۵	اجتماعی
زیست محیطی	۳/۴۸۳۸	-۳/۳۱۲۵	۳/۳۹۸۱۲	۰/۰۰۰	۳۱۹	۷۸/۰۷۰	۳/۳۹	زیست محیطی
کالبدی	۳/۸۶۸۸	-۳/۶۹۲۹	۳/۷۸۰۹۶	۰/۰۰۰	۳۱۹	۸۴/۵۸۴	۳/۷۸	کالبدی

منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

اولویت بندی پیشران‌های کلیدی اثربخش بر توسعه گردشگری کاشان

به دنبال بررسی وضعیت شاخص‌های توسعه گردشگری در شهر کاشان برای برنامه‌ریزی بهینه و مدیت گردشگری شناسایی مهمترین عوامل تبیین‌کننده توسعه گردشگری شهر کاشان ضرورت می‌یابد. جهت تشخیص و اولویت‌بندی عوامل توسعه گردشگری از مدل‌سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. در شکل (۳) مدل عاملی مرتبه دوم برای تبیین متغیر پنهان توسعه گردشگری بر مبنای هشت متغیر پنهان صورت گرفته است.



شکل ۳- مدل عاملی مرتبه دوم برای شناسایی مهمترین عوامل توسعه گردشگری در شهر کاشان

یافته‌های حاصل از مدلسازی معادلات ساختاری در راستای شناسایی مهمترین و اثرگذارترین شاخص‌های توسعه گردشگری کاشان نشان می‌دهد عامل آسایش بیشترین بار عاملی را با وزن ۰/۹۴ به خود اختصاص داده و بیشتر از سایر عوامل در توسعه گردشگری کاشان اثرگذار بوده است. به ترتیب اولویت عامل مدیریت با بار عاملی ۰/۹۲، عامل فناوری با بار عاملی ۰/۸۶، عامل اقتصادی با بار عاملی ۰/۷۵، عامل اجتماعی با بار عاملی ۰/۶۶، عامل کالبدی با بار عاملی ۰/۶۴، عامل رقابتی با بار عاملی ۰/۶۰ و عامل زیست محیطی با بار عاملی ۰/۲۳ در تبیین متغیر پنهان توسعه گردشگری شهر کاشان نقش ویژه داشته اند. چنانچه مشهود است در بین شاخص‌های توسعه گردشگری عامل آسایش و تسهیلات در عوامل اثر گذار است. نتایج تکمیلی بیان می‌نماید از بین متغیرهای سنجنده عامل آسایش، وجود امکانات و تسهیلات در توسعه گردشگری با بار عاملی ۰/۷۷ بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است. در بین متغیرهای عامل مدیریت، به کارگیری راهنما جهت شناسایی بناهای تاریخی شهر با بار عاملی ۰/۷۸ در توسعه گردشگری کاشان بیشترین وزن و اثرگذاری در شناسایی متغیر پنهان خویش را به عهده داشته است. در عامل فناوری، تبلیغات در رسانه ملی با بیشترین بار عاملی ۰/۷۲ لحاظ شده است. پاسخگویان معتقد بوده‌اند در بین شاخص اقتصادی توسعه گردشگری جذب سرمایه‌های خارجی با بار عاملی ۰/۷۷ بیشترین وزن عاملی را به خود اختصاص داده است. تحلیل متغیرهای شاخص اجتماعی نشان می‌دهد حفظ میراث فرهنگی بومی مانند موسیقی و ... با بار عاملی ۰/۷۲ بیشترین نقش را در تبیین متغیر پنهان بعد اجتماعی گردشگری داشته است. از مجموع متغیرهای بعد کالبدی بهبود وضعیت معابر و راه‌های ارتباطی با بار عاملی ۰/۷۶ بیشترین همبستگی را با بعد کالبدی داشته است. نتیجه اولویت گذاری متغیرهای تبیین کننده شاخص رقابتی مبین آن است وجود باغ فین به عنوان یک جاذبه گردشگری با وزن رگرسیونی ۰/۸۱ بیشترین اثربخشی را در توسعه گردشگری به خود اختصاص داده است. اثرگذارترین عامل در بعد زیست محیطی مربوط به کمیّت و کیفیت آب‌های زیرزمینی با بار عاملی ۰/۹۳ می‌باشد. در جدول (۶) کد و نام متغیرهای مورد استفاده در مدل، مقادیر غیراستاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار P) بیان شده است. مقدار P در کلیه روابط فوق کمتر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد کلیه روابط موجود در مدل مورد حمایت داده‌های تجربی هستند.

جدول ۶- برآورد غیر استاندارد با سطح تحت پوشش به همراه کد و نام متغیرهای به کار رفته در مدل

شاخص	کد	عامل	تخمین	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
اصل رقابتی بودن	q34-1	وجود باغ فین	۱/۰۰۰			
	q35-1	کیفیت فضاهای سبز	۰/۹۵۵	-۰/۱۱۷	۸/۱۶۲	***
فناوری و ارتباطات	q36-1	وضعیت معابر و پیاده روها	۰/۴۹۷	-۰/۱۷۴	۲/۸۵۱	۰/۰۰۴
	q39-1	تعداد خودپرداز در اطراف بناها	۱/۰۰۰			
	q40-1	تجهیز اماکن به وب سایت	۱/۲۲۲	-۰/۴۱۲	۲/۹۶۸	۰/۰۰۳
مدیریت	q41-1	تبلیغات رسانه ملی	۱/۳۹۱	-۰/۱۹۲	۷/۲۲۵	***
	q46-1	برخورد متولیان بناهای تاریخی	۱/۰۰۰			
	q47-1	به کارگیری راهنما	۱/۱۳۰	-۰/۰۸۴	۱۳/۵۲۷	***
آسایش	q48-1	انتقادپذیر بودن مدیران	۱/۰۰۲	-۰/۰۸۶	۱۱/۷۰۳	***
	q50-1	امکانات و تسهیلات	۱/۰۰۰			
	q51-1	حمل و نقل و خدمات پارکینگ	۰/۹۴۵	-۰/۰۷۲	۱۳/۱۹۳	***
اقتصادی	q52-1	کمپ های تفریحی و اقامتی	۰/۹۳۵	-۰/۰۷۲	۱۲/۹۲۳	***
	q54-1	ایجاد شغل	۱/۰۰۰			
	q55-1	افزایش درآمد ساکنان شهرکاشان	۰/۹۰۶	-۰/۳۷۲	۳/۳۳۳	***
	q56-1	جذب سرمایه های خارجی	۰/۸۱۴	-۰/۱۷۵	۴/۶۴۲	***
اجتماعی و فرهنگی	q57-1	افزایش قیمت زمین	۰/۶۰۹	-۰/۱۳۸	۴/۴۲۲	***
	q62-1	مشارکت شهروندان	۱/۰۰۰			
	q63-1	تحکیم خانواده	۰/۸۰۵	-۰/۱۰۹	۷/۴۰۵	***
زیست	q64-1	حفظ میراث فرهنگی	۰/۹۱۹	-۰/۱۱۰	۸/۳۴۳	***
	q68-1	ارتقای پوشش گیاهی	۱/۰۰۰			

محیطی	q69-1	نقش در آلودگی صوتی	۱/۲۱۲	۰/۱۴۳	۸/۴۵۸	***
	q70-1	کمیت و کیفیت آب زیرزمینی	۱/۴۵۸	۰/۱۸۲	۸/۰۲۸	***
کالبدی	q74-1	بهبود وضعیت معابر	۱/۰۰۰			
	q76-1	بهبود بافت و الگوی معماری	۰/۹۶۹	۰/۰۹۵	۱۰/۲۴۲	***
	q78-1	باعث گسترش امکانات اقامتی	۰/۹۰۴	۰/۰۹۴	۹/۶۶۴	***

منبع، یافته های تحقیق، ۱۳۹۸

در جدول (۷) کسب مقادیر مناسب برای شاخص‌های خی دو، سطح معناداری، کای اسکور نسبتی، شاخص نیکویی برازش، شاخص برازش مقایسه‌ای، برازش تطبیقی مقتصد، ریشه میانگین مربعات خطای برآورد، احتمال نزدیکی و شاخص نسبت اقتصاد به عنوان شاخص‌های اصلی برازش مدل نشان می‌دهد داده‌های پژوهش توانسته‌اند مدل مفهومی تحقیق را نمایندگی کنند.

جدول ۷- شاخص‌های اصلی برازش مدل عاملی مرتبه دوم پیش‌رمان‌های توسعه گردشگری کاشان

شاخص	پارامترهای آزاد شده	خی دو	سطح معناداری	کای اسکور نسبتی	شاخص نیکویی برازش	شاخص برازش مقایسه‌ای	برازش تطبیقی مقتصد	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد	احتمال نزدیکی	شاخص نسبت اقتصاد
اصلی	۵۸	۵۹۰/۵۲	۰/۰۰۰	۲/۲۱۲	۰/۸۵۹	۰/۸۷۰	۰/۷۷۴	۰/۰۶۱	۰/۰۰۳	۰/۸۹۰
اشباع	۳۲۵	۰/۰۰۰			۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰
مستقل	۲۵	۲۷۸۲/۰۶	۰/۰۰۰	۹/۲۷۴	۰/۳۷۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۶۱	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰

منبع، یافته های تحقیق، ۱۳۹۸

بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در مناطق شهری کاشان

برای بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در مناطق شهری کاشان از آزمون تی استفاده گردید. جدول (۸) نتایج آزمون تی را ارائه داده است. اعتماد اجتماعی با استفاده از ۹ متغیر تعریف عملیاتی گردیده است. در این شاخص میزان اعتماد مردم به کارکنان دولت کمتر از میانگین مورد بررسی بوده است. اعتماد مردم به مهاجرین با توجه به سطح معناداری بالاتر از ۰/۰۵ نشان‌دهنده میزان اعتماد متوسط شهروندان به مهاجرین است و سایر پارامترهای مورد بررسی با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و نیز مثبت بودن کرانه‌های بالا و پایین اطمینان نشان‌دهنده وضعیت مناسب اعتماد اجتماعی در بین شهروندان کاشان است. آگاهی اجتماعی با استفاده از ۴ متغیر بررسی گردیده است. در این شاخص میزان مطالعه مردم در طول روز به مقدار متوسط ارزیابی شده و سایر پارامترهای مورد بررسی با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ نشان‌دهنده آگاهی اجتماعی بالای افراد می‌باشد. مشارکت اجتماعی در قالب ۹ متغیر مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتیجه ارزیابی شاخص ترکیبی مشارکت اجتماعی با استفاده از ۸ پارامتر مورد بررسی، وضعیت مشارکت شهروندان را با توجه به سطح معناداری ۰/۰۸۵ به میزان متوسط ارزیابی می‌نماید. انسجام و همبستگی نیز به عنوان یکی از ابعاد سنجش سرمایه اجتماعی مد نظر بوده است. این عامل با استفاده از ۶ متغیر مورد سنجش قرار گرفته است. در این شاخص میزان ارتباط و رفت و آمد بین شهروندان در حد کمتر از میانگین برآورد شده است. پارامترهای علاقه‌مندی به ارزش‌های مشترک، اعتقاد به تعامل بین ساکنان و گردشگران، احترام ساکنان محلی به گردشگران و میزان ارائه اطلاعات و تجارب به گردشگران با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ و مثبت بودن کرانه‌های بالا و پایین سطوح اطمینان در وضعیت مناسبی قرار دارد. شایان ذکر است منفی شدن کرانه‌های بالا و پایین سطح اطمینان علیرغم سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ برای متغیر میزان بروز انحرافات اجتماعی در شهر ناشی از ورود گردشگری، شاخصی مثبت قلمداد شده و نشانگر آن است ساکنان تصویر ذهنی مثبتی به حضور گردشگران داشته و میزان بروز انحرافات اجتماعی به دلیل ورود گردشگران را، کم ارزیابی نموده‌اند. نتایج بررسی امنیت اجتماعی با توجه به کم بودن دزدی و فضاهای

ترسناک در شهر، پایین بودن میزان بزهکاری و سرقت‌های رخ داده و وجود امنیت کافی در شب برای تردد خانواده‌ها، علیرغم منفی بودن کرانه‌های پایین و بالا وضعیت مناسب شاخص امنیت را نشان می‌دهد. ساخت یک شاخص ترکیبی از مجموع ۳۲ گزینه مورد بررسی امکان قضاوت کلی درباره وضعیت سرمایه اجتماعی در شهر کاشان را فراهم می‌آورد. با توجه به بررسی‌های انجام شده و نتایج جدول (۸) با مقدار آماره تی به مقدار $۶/۰۷۳$ سطح معناداری $۰/۰۰۰$ و مثبت بودن کرانه‌های بالا و پایین اطمینان در سطح ۹۵ درصد، وضعیت شاخص سرمایه اجتماعی در شهر کاشان مناسب ارزیابی می‌گردد.

جدول ۸- نتایج بررسی آزمون تی تک نمونه‌ای برای بررسی وضعیت سرمایه اجتماعی در شهر کاشان

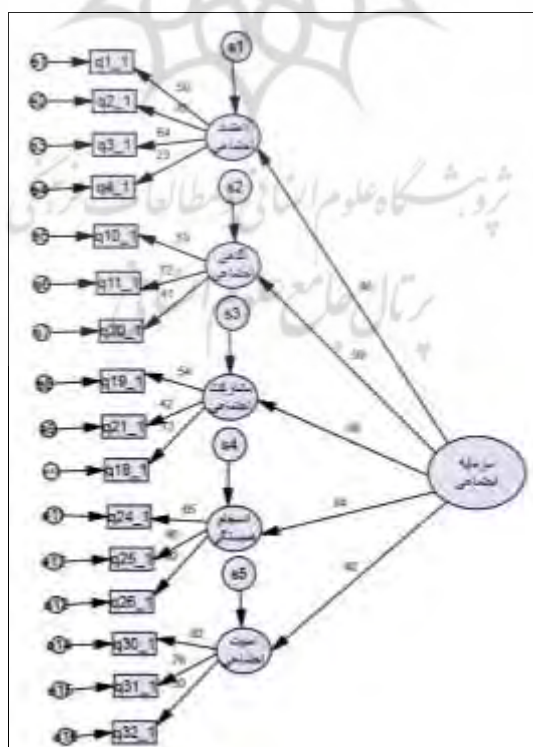
ارزیابی شاخص	اطمینان در سطح ۹۵%		میانگین تفاوت	سطح معناداری	اماره تی	میانگین از حد مبنا ۳	زیر معیارها	معیار
	کرانه بالا	کرانه پایین						
کم	-۰/۲۶	-۰/۵۱	-۰/۳۹	۰/۰۰۰	-۶/۱۳	۲/۶۰	اعتماد به عملکرد کارکنان دولت اعتماد	اعتماد اجتماعی
زیاد	۰/۵۱	۰/۳۱	۰/۴۱	۰/۰۰۰	۸/۰۸	۳/۴۱	میزان اعتماد به دوست خود	
زیاد	۰/۳۵	۰/۱۵	۰/۲۵	۰/۰۰۰	۵/۲۱	۳/۲۵	میزان به اعتماد همسایگان	
زیاد	۱/۰۲	۰/۸۳	۰/۹۲	۰/۰۰۰	۱۹/۰۸	۳/۹۲	میزان پایبندی به قول و قرار های خود	
زیاد	۱/۲۴	۱/۰۴	۱/۱۴	۰/۰۰۰	۲۲/۱۰	۴/۱۴	میزان پایبندی به سالم برگرداندن امانت	
زیاد	۰/۶۲	۰/۴۰	۰/۵۱	۰/۰۰۰	۹/۴۵	۳/۵۱	میزان اعتماد به کارگروهی	
متوسط	۰/۰۱	-۰/۲۱	-۰/۱۰	۰/۰۷۶	-۱/۷۷	۲/۸۹	میزان اعتماد مردم به مهاجرین	
زیاد	۰/۲۵	۰/۰۶	۰/۱۵	۰/۰۰۲	۳/۱۷	۳/۱۵	میزان اعتماد مردم به مسافران (گردشگران)	
متوسط	۰/۲۹	۰/۰۵	۰/۱۷	۰/۰۰۶	۲/۷۷	۳/۱۷	اعتماد مردم به نهادهای اجتماعی	
زیاد	۰/۴۰	۰/۲۸	۱۲/۰۲	۰/۰۰۰	۱۲/۰۲	۳/۳۴	اعتماد اجتماعی	
متوسط	۰/۰۹	-۰/۱۷	-۰/۴۰۶۲	۰/۵۴۷	-۰/۶۰	۲/۹۵	میزان مطالعه کتاب و روزنامه در طول روز	آگاهی اجتماعی
زیاد	۱/۲۰	۰/۷۸	۰/۹۹	۰/۰۰۰	۹/۲۴	۳/۹۹	اعتقاد به اثرگذاری سواد و آگاهی در زندگی	
زیاد	۰/۸۶	۰/۶۴	۰/۷۵	۰/۰۰۰	۱۳/۴۶	۳/۷۵	آگاهی درباره شغلی که به آن مشغولید	
زیاد	۰/۳۱	۰/۰۳	۰/۱۷	۰/۰۱۵	۲/۴۳	۳/۱۷	میزان انتخاب آگاهانه کاندیدای انتخاباتی	
زیاد	۰/۵۵	۰/۳۸	۰/۴۷	۰/۰۰۰	۱۰/۳۸	۳/۴۷	آگاهی اجتماعی	مشارکت اجتماعی
زیاد	۰/۳۹	۰/۱۱	۰/۲۵	۰/۰۰۰	۲/۶۲	۳/۲۵	علاقه‌مندی به شرکت در مراسم مذهبی محله	
زیاد	۰/۲۹	۰/۰۱	۰/۱۵	۰/۰۲۸	۲/۲۱	۳/۱۵	میزان مشارکت در انتخابات	
متوسط	۰/۲۴	-۰/۰۰۱	۰/۱۲	۰/۰۵۴	۱/۹۳	۲/۹۸	شرکت گردشگران در مراسم سنتی کاشان	
متوسط	۰/۱۱	-۰/۱۴	-۰/۰۱	۰/۷۷۵	-۰/۲۸	۲/۹۹	میزان علاقه‌مندی به مشارکت مالی، کاری و یدی در امور مربوط به گردشگری با شهرداری	
متوسط	۰/۱۳	-۰/۱۱	۰/۰۰۹	۰/۸۸۴	۱/۴	۳	علاقه به شرکت در جلسات حل مشکل شهر	
زیاد	۰/۳۸	۰/۱۵	۰/۲۶	۰/۰۰۰	۴/۶۲	۳/۲۶	اعتقاد به تعامل میان مردم شهر کاشان و گردشگران	
متوسط	۰/۱۶	-۰/۲۷	-۰/۰۵	۰/۶۱۹	-۰/۴۹	۲/۹۵	میزان علاقه‌مندی به شرکت در سخنرانی‌های مربوط به شهر و مدیریت شهری	
متوسط	۰/۰۹	-۰/۳۴	-۰/۱۲	۰/۲۵۵	-۱/۱۴۱	۲/۸۸	میزان مشورت و همکاری سرمایه‌گذاران خصوصی در امور گردشگری	
متوسط	۰/۱۱	-۰/۱۵	-۰/۰۱	۰/۷۸۳	-۰/۲۷۶	۲/۹۹	میزان شرکت در مناسبات محله	
متوسط	۰/۱۶	-۰/۱۰	۰/۰۷	۰/۰۸۵	۱/۷۲	۳/۰۷	مشارکت اجتماعی	
زیاد	۰/۲۹	۰/۰۶	۰/۱۷	۰/۰۰۲	۳/۰۶	۳/۱۷	اعتقاد به تعامل بین ساکنان و گردشگران	انسجام و همبستگی اجتماعی
کم	-۰/۰۱	-۰/۲۶	-۰/۱۳	۰/۰۳۱	-۲/۱۷	۲/۸۷	میزان ارتباط و رفت و آمد با همسایگان	
زیاد	۰/۷۸	۰/۵۴	۰/۶۶	۰/۰۰۰	۱۱/۱۵	۳/۶۶	میزان علاقه‌مندی به ارزش‌های مشترک	
زیاد	۰/۶۲	۰/۴۲	۰/۵۲	۰/۰۰۰	۱۰/۱۵	۳/۵۲	میزان احترام ساکنان محلی به گردشگران	
زیاد	۰/۵۷	۰/۳۵	۰/۴۶	۰/۰۰۰	۸/۵۳	۳/۴۶	میزان ارائه اطلاعات و تجارب به گردشگران	
کم	-۰/۱۱	-۰/۳۵	-۰/۲۳	۰/۰۰۰	-۳/۸۱	۲/۷۷	بروز انحرافات اجتماعی ناشی از ورود گردشگر	
زیاد	۰/۳۷	۰/۱۳	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰	۵/۸۰	۳/۲۰	انسجام اجتماعی	
زیاد	۰/۵۴	۰/۳۳	۰/۴۳	۰/۰۰۰	۸/۰۶	۳/۴۳	میزان امنیت برای تردد خانواده در شب	امنیت اجتماعی
کم	۰/۶۸	۰/۴۳	۰/۵۵	۰/۰۰۰	۸/۷۸	۳/۵۵	بزهکاری و سرقت‌های رخ داده در محله	
کم	۰/۷۶	۰/۵۱	۰/۶۴	۰/۰۰۰	۱۰/۲۱	۳/۶۴	میزان فضاهاى ترسناک در محله	

کم	۰/۳۸	۰/۱۲	۰/۲۵	۰/۰۰۰	۳/۸۴	۳/۲۵	میزان افراد غریبه در مرحله
زیاد	-۰/۱۷	-۰/۳۳	-۰/۲۵	۰/۰۰۰	-۶/۳۹	۲/۷۴	امنیت اجتماعی
زیاد	۰/۲۲	۰/۱۱	۰/۱۶	۰/۰۰۰	۶/۰۷	۳/۱۶	سرمایه اجتماعی کل

منبع، یافته های تحقیق، ۱۳۹۸

شناسایی مهمترین عناصر شکل دهنده سرمایه اجتماعی در شهر کاشان

در ادامه فرآیند تحقیق جهت شناسایی مهمترین ابعاد سرمایه اجتماعی در شهر کاشان از مدل سازی معادلات ساختاری استفاده گردید. بنابراین با توجه به مبانی نظری مورد بررسی و پیشینه تحقیق، مدل عاملی مرتبه دوم در شکل (۴) طراحی گردید. یافته های حاصل از مدل نشان می دهد عامل آگاهی اجتماعی بیشترین بار عاملی را با وزن ۰/۹۹ به خود اختصاص داده و بیشتر از سایر عوامل در تبیین سرمایه اجتماعی نقش داشته است. عامل انسجام و همبستگی اجتماعی با بار عاملی ۰/۸۴، عامل مشارکت اجتماعی با بار عاملی ۰/۸۰، عامل اعتماد اجتماعی با بار عاملی ۰/۴۶ و عامل امنیت اجتماعی با بار عاملی ۰/۴۰ در مرتبه های بعدی همبستگی با متغیر پنهان سرمایه اجتماعی قرار دارند. نتایج تکمیلی حاکی از آن است از بین متغیرهای آگاهی اجتماعی اختصاص وقت برای مطالعه کتاب و روزنامه با بار عاملی ۰/۵۳ بیشترین نقش را در تبیین و بهبود متغیر پنهان آگاهی داشته است. در بین متغیرهای آشکار سنجنده متغیر پنهان انسجام اجتماعی، شرکت در مناسبات محله با بار عاملی ۰/۶۵ بیشترین وزن را به خود اختصاص داده است. همکاری و تعامل بین مردم شهر و گردشگران با کسب بار عاملی ۰/۵۴ بیشترین همبستگی را با متغیر پنهان مشارکت داشته است. در بین متغیرهای سنجنده اعتماد اجتماعی، میزان اعتماد به همسایگان با بار عاملی ۰/۶۴ بیشترین وزن را در تبیین عامل اعتماد به عهده داشته است و در بین متغیرهای امنیت اجتماعی، پایین بودن میزان بزهکاری و سرقت های محله با بار عاملی ۰/۸۲ بیشترین اثر را در شناسایی امنیت اجتماعی داشته است.



شکل ۴- مدل عاملی مرتبه دوم برای اولویت بندی ابعاد سرمایه اجتماعی در شهر کاشان

در جدول (۹) کد و نام هر یک از متغیرهای مورد استفاده در مدل، مقادیر غیراستاندارد، خطای معیار، نسبت بحرانی و سطح تحت پوشش (مقدار P) بیان شده است. مقدار P نشان می‌دهد روابط موجود در مدل مورد حمایت داده‌های تجربی قرار دارد.

جدول ۹- برآورد غیر استاندارد با سطح تحت پوشش

شاخص	کد	نماگر	تخمین استاندارد	خطای معیار	نسبت بحرانی	سطح معناداری
اعتماد اجتماعی	q1-1	اعتماد به کارکنان دولت	۱/۰۰۰			
	q2-1	اعتماد به دوست خود	۰/۷۱۵	۰/۱۵۱	۴/۷۲۸	***
	q3-1	اعتماد به همسایگان خود	۰/۹۸۹	۰/۲۰۱	۴/۹۲۱	***
	q4-1	عمل به قول و قرارهای خود	۰/۳۴۷	۰/۱۱۹	۲/۹۲۸	۰/۰۰۳
آگاهی	q10-1	مطالعه کتاب و روزنامه	۱/۰۰۰			
	q11-1	تاثیر سواد در زندگی شخص	۰/۳۷۲	۰/۲۰۷	۱/۷۹۶	۰/۰۷۲
	q20-1	شرکت در سخنرانی‌های شهر	۱/۲۹۳	۰/۲۵۴	۵/۱۰۲	***
مشارکت	q18-1	شرکت در جلسات شهر	۱/۴۹۳	۰/۲۲۴	۶/۶۶۶	***
	q19-1	همکاری بین مردم و گردشگران	۱/۰۰۰			
	q21-1	سرمایه گذاری در امور گردشگری	۱/۵۰۷	۰/۲۸۲	۵/۳۳۹	***
	q24-1	شرکت در مناسبات محله	۱/۰۰۰			
انسجام همبستگی	q25-1	علاقمند به ارزشهای مشترک	۰/۶۲۸	۰/۱۱۴	۵/۵۰۹	***
	q26-1	احترام ساکنان شهر به گردشگران	۰/۳۷۹	۰/۰۸۹	۴/۲۵۱	***
	q30-1	میزان بزهکاری‌ها در محله	۱/۰۰۰			
امنیت	q31-1	وجود فضاهای ترسناک	۰/۹۱۷	۰/۱۳۵	۶/۸۱۰	***
	q32-1	شناسایی افراد غریبه	۰/۳۷۸	۰/۰۸۴	-۴/۴۷۸	***

منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

پس از بررسی معنی‌داری پارامترها با مقدار صفر به ارزیابی مدل نهایی پژوهش توسط شاخص‌های برازش پرداخته می‌شود. در جدول (۱۰) شاخص‌های اصلی برازش حاکی از حمایت داده‌های پژوهش از مدل مفهومی تدوین شده است.

جدول ۱۰- شاخص‌های اصلی برازش مدل عاملی مرتبه دوم سرمایه اجتماعی

شاخص	پارامترهای آزاد شده ^۱	خی دو ^۲	سطح معناداری ^۳	کای اسکوتر نسبی ^۴	شاخص نیکویی برازش ^۵	شاخص برازش مقایسه ای ^۶	برازش تطبیقی ^۷	ریشه میانگین مربعات خطای برآورد ^۸	احتمال نزدیکی ^۹	شاخص نسبت اقتصاد ^{۱۰}
اصلی	۳۷	۱۹۱/۳۳۵	۱/۰۰۰	۱/۹۳۳	۰/۹۲۶	۰/۸۶۱	۷/۱۱	۱/۰۵۴	۱/۲۷۶	۰/۸۲۵
اشباع	۱۳۶	۰/۰۰۰		۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰			۰/۰۰۰
مستقل	۱۶	۷۸۵/۸۸	۰/۰۰۰	۶/۵۴۹	۰/۷۰۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۳۱	۰/۰۰۰	۱/۰۰۰

منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

1. NPAR

2. CMIN

3. P

4. CMIN/DF

5. GFI

6. CFI

7. PCFI

8. RMSEA

9. PCLOSE

10. PRATIO

بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری

بررسی ارتباط بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون صورت گرفته است. طبق نتایج ارائه شده در جدول (۱۱) بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری در سطح اطمینان ۹۹ درصد و با ضریب همبستگی پیرسون به مقدار ۰/۳۱۱ ارتباط مستقیم مثبت و معناداری مشاهده شده است. به این معنا که با افزایش سرمایه اجتماعی توسعه گردشگری نیز بهبود می‌یابد. برای تفسیر ضریب همبستگی می‌توان از راهنمای زیر استفاده کرد:

- ضریب بین ۰ تا ۰/۲۹ نشان‌دهنده همبستگی ضعیف است

- ضریب بین ۰/۳۰ تا ۰/۶۹ نشان‌دهنده همبستگی متوسط و

- ضریب بین ۰/۷۰ تا ۱ نشان‌دهنده همبستگی قوی است. به این ترتیب شواهد دال بر همبستگی متوسط بین دو

شاخص سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری در شهر کاشان است.

جدول ۱۱- نتیجه همبستگی پیرسون بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری کاشان

توسعه گردشگری	سرمایه اجتماعی		
۰/۳۱۱**	۱	ضریب همبستگی پیرسون	سرمایه اجتماعی
۰/۰۰۰		سطح معناداری	
۳۲۲	۳۲۲	حجم نمونه	
۱	۰/۳۱۱**	ضریب همبستگی پیرسون	توسعه گردشگری
	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
۳۲۲	۳۲۲	حجم نمونه	

منبع، یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸

بقا و تداوم جوامع انسانی به کنش‌ها و روابط اعضای آنها وابسته است. سطح و عمق روابط در یک گروه نشان‌دهنده پیوستگی، انسجام و همدلی میان اعضا است. اعضای جامعه یکی از جنبه‌های اجتماعی هستند که مشارکت آن‌ها نقش مهمی در تشویق توسعه گردشگری در یک ناحیه دارد. در این راستا، سرمایه اجتماعی یکی از مهمترین متغیرهای حمایتگر مشارکت اجتماعی در بسیاری از فعالیت‌هاست. سرمایه اجتماعی، توانایی بهبود همکاری بین افراد جامعه و هماهنگی در روند توسعه گردشگری جامعه محور را دارد. به این ترتیب باید در برنامه‌ریزی‌های آتی به این امر توجه شود، به این دلیل که توجه به سرمایه اجتماعی بعثت نقش اثرگذار آن در توسعه گردشگری حیاتی است. طبق ادبیات و نیز نتایج این تحقیق ملاحظه می‌شود که از یک طرف سرمایه اجتماعی خود لازمه توسعه گردشگری است و از طرف دیگر توسعه گردشگری در مقصد از عوامل مؤثر در ایجاد سرمایه اجتماعی است. این رابطه دوسویه اهمیت و لزوم توجه به جامعه محلی و مشارکت و همکاری هر چه بیشتر آنها را در توسعه گردشگری را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

در این پژوهش با هدف بررسی اثرات سرمایه اجتماعی بر توسعه گردشگری در شهر کاشان فهرستی از عوامل و شاخص‌ها مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل‌ها نشان‌دهنده وضعیت مناسب شاخص‌های سرمایه اجتماعی در کاشان است. همانطور که پورجم و ناطقی (۱۳۹۶) و چراغی و همکاران (۱۳۹۶) نیز وضعیت سرمایه اجتماعی در مناطق مطالعاتی خود را مناسب ارزیابی کرده‌اند. چنانچه نتایج تحقیق دلالت دارد بین سرمایه اجتماعی و توسعه گردشگری همبستگی وجود داشته و می‌توان گفت سرمایه اجتماعی بر توسعه گردشگری اثرگذار است. مسأله‌ای که امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۱)، محمدی یگانه و همکاران (۱۳۹۱)، صالحی امیری و همکاران (۱۳۹۱)، غزانی و همکاران (۱۳۹۵) و ابراهیم‌پور و همکاران (۱۳۹۶) در نتایج تحقیقات خویش بر آن اذغان داشته‌اند. پانکوراتو (۲۰۱۲) و عزیزی و شکاری (۲۰۱۸)، نیز نقش تسهیل‌کننده سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری را مورد تأیید قرار داده‌اند. البته

پرایتیو (۲۰۱۹) نیز در همین راستا بر اثربخشی سرمایه اجتماعی با رویکرد حمایت از فقرا از طریق توسعه گردشگری حامی فقرا تأکید داشته است. از بین متغیرهای سرمایه اجتماعی، عامل آگاهی در جایگاه رتبه اول تبیین سرمایه اجتماعی، بیشترین بار عاملی را با وزن ۰/۹۹ به خود اختصاص داده است. شایان ذکر است در اولویت‌بندی عوامل اثرگذار بر سرمایه اجتماعی صورت گرفته توسط عینالی و همکاران (۱۳۹۶)، عامل علاقه فردی و مشارکت بالاترین نقش و اثر را به خود اختصاص داده است. پس از عامل آگاهی، عامل انسجام با بار عاملی ۰/۸۴، عامل مشارکت با بار عاملی ۰/۸۰ قرار دارد. معنادار شدن عامل مشارکت در تبیین سرمایه اجتماعی در راستای نتیجه تحقیق جیاناموسکاردو و همکاران (۲۰۱۷) بوده است. عامل اعتماد با بار عاملی ۰/۴۶ و عامل امنیت با بار عاملی ۰/۴۰ نیز در تبیین سرمایه اجتماعی اثرگذار بوده‌اند. تأیید اثر امنیت بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی همسو با نتیجه تحقیق کیانی و بیگلری (۱۳۹۶) است.

پیشنهادها

- در راستای نتایج پژوهش و تأیید ارتباط بین بهبود سرمایه اجتماعی با توسعه گردشگری، رعایت موارد ذیل را به عنوان پیشنهادها می‌تواند در بهبود و توسعه گردشگری شهر کاشان گوشزد می‌نماید.
- ضرورت برنامه‌ریزی برای اعتمادسازی به عملکرد کارکنان دولت در بین جوامع محلی و بسترسازی اعتماد مردم به نهادهای اجتماعی.
 - زمینه‌سازی افزایش مشارکت گردشگران در مراسمات سنتی کاشان به عنوان یکی از جاذبه‌های توسعه دهنده گردشگری.
 - افزایش میزان مشورت و همکاری سرمایه‌گذاران خصوصی در امور گردشگری و جلب مشارکت آنان به عنوان یکی از گرداندگان حوزه گردشگری.
 - ایجاد علاقه بین شهروندان برای شرکت در جلسات حل مشکل شهر در راستای تقویت سرمایه اجتماعی.
 - بهبود و افزایش امکانات و تسهیلات در توسعه گردشگری و فراهم‌سازی تسهیلات مورد نیاز گردشگران.
 - به کارگیری راهنما جهت شناسایی و معرفی بناهای تاریخی شهر.
 - افزایش تبلیغات در رسانه ملی و تأکید بر انواع جاذبه‌های گردشگری شهری کاشان.
 - تلاش برای جذب سرمایه‌های خارجی.
 - بهبود کمیّت و کیفیت آبهای در دسترس گردشگران.
 - بهبود وضعیت معابر و راه‌های ارتباطی و
 - حفظ میراث فرهنگی بومی مانند موسیقی و ... و سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی برای تبدیل آن به محصول گردشگری.

References:

- ابراهیم پور، حبیب؛ بابایی، یاور؛ سخندان، الناز (۱۳۹۶). *بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین)*. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۶، شماره ۶، صص ۱۱۸-۱۴۳.
- اکبریان رونیزی؛ سعیدرضا (۱۳۹۲). *بررسی رابطه توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان سولقان تهران)*. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۶، صص ۷۵-۹۲.
- السان، مصطفی (۱۳۸۷). *پیشگیری چند نهادی از جرائم شهری*. مطالعات پیشگیری جرم، دوره ۳، شماره ۹، صص ۷-۳۲.
- الوانی، مهدی (۱۳۸۷). *بررسی نقش سازمانهای غیردولتی بر توسعه*. مدیریت بهرهوری، دوره ۲، صص ۶۴-۳۷.

- امینی، عباس؛ بختی، سمیرا؛ باباجمالی، فرهاد (۱۳۹۴). *ارزیابی نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در مناطق روستایی*. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۳۰، صص ۹۶-۱۱۴.
- امین بیدختی، علی اکبر؛ شریفی، نوید (۱۳۹۱). *بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر*. مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۷، شماره ۱۷، صص ۱۲۱-۱۴۹.
- بسحاق، محمدرضا (۱۳۹۵). *کاربرد مدل سازی معادلات ساختاری در علوم انسانی*. تهران: نشر جامعه شناسان، ۲۵۸ ص.
- پاتنام، روبرت (۱۳۸۱). *دموکراسی و سنت های مدنی*. تهران: ترجمه محمدتقی دلفروز، انتشارات روزنامه سلام، ۴۵۰ ص.
- پورجم علویجه، افسانه؛ ناطقی، سپیده (۱۳۹۶). *مطالعه وضعیت سرمایه اجتماعی و ارتباط آن با شکل گیری شبکه در کسب و کارهای گردشگری (مورد مطالعه: آژانس های گردشگری شهر تهران)*. گردشگری و توسعه، دوره ۶، شماره ۳، شماره پیاپی ۱۲، صص ۱۰۰-۱۱۵.
- تاجبخش، کیان (۱۳۸۵). *سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه*. تهران: ترجمه: افشین خاکباز و حسن پویا، چاپ دوم، ۷۰۴ ص.
- چراغی، مهدی؛ محمدی یگانه، بهروز؛ سعیدی، نسرين (۱۳۹۶). *تحلیلی بر زمینه های توسعه گردشگری در نواحی روستایی، با تأکید بر سرمایه اجتماعی مطالعه موردی: دهستان دستجرده، شهرستان طارم*. فضای گردشگری، دوره ۶، شماره ۲۴، صص ۱۰۱-۱۰۴.
- خانی، علیرضا؛ ایمانی، محمدتقی (۱۳۹۳). *بررسی تاثیر متغیرهای اقتصادی و وضعیتی بر سرمایه اجتماعی، مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی*. شماره ۲۹۶، صص ۱۰۹-۱۰۱.
- رومیانی، احمد؛ عنابستانی، علی اکبر؛ ولایی، محمد (۱۳۹۳). *تحلیلی بر اثرات سرمایه اجتماعی بر روی توسعه پایدار روستایی رومشکان غربی-شهرستان کوهدشت*. فصلنامه فضای جغرافیایی، دوره ۱۵، شماره ۵۲، صص ۹۷-۱۱۵.
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری کاشان (۱۳۹۵).
- سجادی، اشرف؛ احمدی، فاطمه (۱۳۹۲). *ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی*. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۲۳، صص ۱۷۵-۱۵۵.
- سلمانی، محمد؛ تقی پور، فریده؛ رمضان زاده لسویی، مهدی؛ جلیلی پروانه، زهرا (۱۳۸۹). *بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی در توسعه روستایی*. نشریه علوم اجتماعی، دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۱۹-۴۰.
- صالحی امیری، سیدرضا؛ قدمی، محسن؛ بیگزاده، یوسف (۱۳۹۱). *طراحی و ارائه الگو جهت سنجش تأثیر سرمایه اجتماعی بر ابعاد توسعه پایدار*. نشریه مدیریت بهره‌وری، دوره ۶، شماره ۲۳، صص ۱۵-۳۷.
- صالحی امیری، سیدرضا؛ افشاری نادر، افسر (۱۳۹۰). *مبانی نظری و راهبردی مدیریت ارتقای امنیت اجتماعی و فرهنگی در تهران*. فصلنامه راهبرد، دوره ۲۰، شماره ۵۹، صص ۴۹-۷۶.
- عینالی، جمشید؛ فراهانی، حسین؛ رومیانی، احمد (۱۳۹۲). *ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه های دوم (مطالعه موردی: دهستان حصار ولیعصر-شهرستان بوئین زهرا)*. مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۶، صص ۵۲-۷۴.

غزانی، عزت‌الله؛ بیژنی، مسعود؛ چیدری، محمد (۱۳۹۵). *نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران*. مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، جلد ۱۲، شماره ۱، صص ۶۹-۵۳.

فتحی، سروش؛ مختاریپور، مهدی (۱۳۹۶). *برآورد مدل تأثیرگذاری ابعاد اعتماد اجتماعی بر توسعه محلی و منطقه‌ای از نگاه ساکنین مناطق ۲۲ گانه شهر تهران*. مجله پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، شماره ۱، صص ۹۱-۶۷.

فیروزجانیان، علی اصغر (۱۳۹۴). *کاربرد مدل سازی معادلات ساختاری در علوم انسانی*. مازندران: انتشارات دانشگاه مازندران.

کلمن، جیمز (۱۳۹۰). *بنیادهای نظریه اجتماعی*. تهران: نشرنی، ترجمه منوچهر صبوری، چاپ ۳، ۴۹۶ ص.

محمدی یگانه، بهروز؛ چراغی، مهدی؛ ولایی، محمد (۱۳۹۲). *بررسی نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تاکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی مطالعه موردی؛ روستای قیچاق شهرستان میاندوآب*. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۱۳، شماره ۳، صص ۷-۲۵.

میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ شیری، نعمت‌اله؛ هدایتی‌نیا، سعید (۱۳۹۳). *تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی زیست کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی*. مجله تحقیقات اقتصادی و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۴۵، شماره ۲، صص ۲۴۶-۲۳۵.

نایی، هوشنگ؛ سلیمانی، مهدی (۱۳۹۶). *بررسی رابطه وضعیت کالبدی- فضایی، جرم و احساس امنیت در فضاهای شهری (مطالعه ی موردی پیاده‌روها در شهر خرم آباد)*. مطالعات جامعه‌شناختی شهری، شماره ۲۲، صص ۱-۲۲.

Azizi, F., Shekari, F (2018). *Modeling the Relationship between Sense of Place, Social Capital and Tourism Support*. Iranian Journal of Management Studies, 11 (3), pp. 547- 572. DOI: 10.22059/ijms.2018.252073.673018. , Database: Business Source Ultimate.

Aylward, E (2009). *Rural Tourism Development: Proposing an Integrated Model of Rural Stakeholder Network Relationships*. Irish Research Council for the Humanities and Social Sciences (IRCHSS), <http://repository.wit.ie/1393/> [access date: 8/2013].

Birendra, M., Duarte, B., Seekamp, E., Smith, J.W., Peterson, M.N (2018). *Bonding and Bridging Forms of Social Capital in Wildlife Tourism Microentrepreneurship: An Application of Social Network Analysis*. Sustainability , 10 (2), pp.315.17, Diagrams, 1 Chart. DOI: 10.3390/su10020315. , Database: Food Science Source.

Coleman, J (1998). *Social Capital in the Creation of Human Capital*. American Journal of Sociology, 94, pp. 95-120.

Diedrich, A., Benham, C., Pandihau, L., Sheaves, M (2019) *Social capital plays a central role in transitions to sportfishing tourism in small-scale fishing communities in Papua New Guinea*. 48 (4), pp. 385-396; Publisher: Royal Swedish Academy of Sciences; PMID: 30066124, Database: MEDLINE.

Gunawan P., Nindya S., Ike Karwinto, P (2019). *Social Capital in poverty Alleviation through propoor tourism concept in slum area (CASE STUDY: KELURAHAN JODIPAN, MALANG CITY)*. International Journal of GEOMATE, 16 (55), pp. 131 – 137.

Gianna, M., Elen, K., Laurie, M., Nancy, G.M., Andrea, S (2017). *Linking tourism to social capital in destination communities*. Journal of Destination Marketing & Management, 6 (4), pp. 286-295.

- Hakim , L., Nakagoshi, N (2008). *Planning for nature-based tourism in East java: Recent status of biodiversity*. conservation and is implication for sustainable tourism, ASEAN Journal of .Tour. Hosp. 7(2), pp. 155-167.
- Huang, J., Brink, M.V. Groot, W (2009). *A Meta Analysis of the Effect of Education on Social Capital*. Economics of Education Review, 28 (4), 454-464.
- Love, F.N., Thomas, D (2004). *Networks in Small Manufacturing Firms, Business and Gains for Regions?*. Tourism Management, 30 (2), pp. 759-770.
- Macbeth, J., Carson, D., Northcote, J (2008). *Social Capital, Tourism and Regional Development: SPCC as a Basis for Innovation and Sustainability*. Current Issues in Tourism, 7(6), pp. 502-522.
- Macbeth, J., Carson, D. and Northcote, J. (2004). *Social capital, tourism and regional development: SPCC -as a basis for innovation and sustainability*, Current Issues in Tourism, 7(6), 502-522.
- Natinal Statistic (2001). *Social Capital a reviw of the Ilterature*; 3. www. Word bank. org/poverty/scapital.
- Reay, D (2000). *A Useful Extension of Bourdieu's Conceptual Framework?: Emotional Capital as a Way of Understanding Mothers' Involvement in Their Children's Education*. The Sociological Review, (55), pp. 568-585.
- Pellarin, L., Stearns, E (2001). *Status Honor and the Valuing of Cultural and Material Capital*. Poetics, 29 (1), pp. 1-24.
- Pong ponrat, K., Naphawan, J. C (2012). *Mechanisms of social capital in community tourism participatory planning in Samui ISLAND, Thailand*. the International Multidisciplinary Journal of Tourism, 7 (1), pp. 339-349.
- Putnam, R.D (2000). *Bowling Alone :The Collapseand Revivalof American Community* . Simon & Schuster. NewYork, 450.
- Snelgrove, W.J., Pikhart, H., Stanfford, M (2009). *A Multi Level Analysis of Social Capital and Self-rated Health: Evidence from the British Household Panel Survey*. Social Science and Medicine, 68 (11), pp. 1993-2001.
- Sebayang, L.K.B., Utami, S. K (2018). *Social Capital and Unseen Inequalities: The Case of Tourism Cluster Dialogue Forum (FRK- Forum Rembuk Klaster)*. Social Sciences & Humanities. 10/22/2018, Vol. 2018, pp. 249-260. 12p. DOI: [10.18502/kss.v3i10.3133](https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3133). , Database: Arab World Research Source.