



واکاوی تعیین کننده‌های توسعه گردشگری روستایی در شهرستان دنا

زهره آقاجری^۱، مریم شریف‌زاده^۲

DOI:10.22034/jtd.2023.381504.2724

چکیده

سهام امیدبخش گردشگری در توسعه جامعه توسعه این صنعت را به شدت در دستور کار برنامه‌ریزان توسعه قرار داده و محققان را بر آن داشته است تا برای شناسایی عوامل توسعه‌دهنده گردشگری با تمام توان همت گمارند. لکن به این نکته مهم در تمام مناطق هدف گردشگری به شکل جامع توجه نشده و چه بسا بی‌توجهی به عوامل زمینه‌ساز توسعه گردشگری روستایی آثار زیان‌باری هم بر جامعه میزبان و هم بر گردشگران تحمیل کرده است. از این رو، پیمایش حاضر با هدف واکاوی تعیین کننده‌های توسعه گردشگری روستایی در شهرستان دنا، استان کهگیلویه و بویراحمد از زاویه سطوح گوناگون به ظرفیت‌های جامعه پرداخته است. جامعه آماری پژوهش را همه سرپرستان خانوارهای ساکن در روستاهای گردشگری شهرستان دنا تشکیل داده است. حجم نمونه مورد مطالعه تعداد ۱۳۷ سرپرست خانوار تعیین شد. نمونه‌گیری به روش ساده تصادفی با انتساب متناسب انجام شد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته بود که روایی آن توسط پنبلی از متخصصان تأیید شد و پایایی آن نیز با استفاده از آماره آلفای کرونباخ از (۰/۵۲ - ۰/۹۱) سنجش شد. نتایج حاصل از بررسی وضعیت مؤلفه‌های ظرفیت‌های توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه نشان داد ظرفیت فردی در سطح خوب، ظرفیت اجتماعی در سطح متوسط و ظرفیت سازمانی در سطح ضعیف قرار دارد. بر مبنای نتایج آزمون رگرسیون لجستیک نیز، سازه‌های ظرفیت فردی، ظرفیت اجتماعی و ظرفیت سازمانی تأثیر معنی‌داری در توسعه گردشگری دارند. در نهایت، به منظور افزایش ظرفیت گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، پیشنهادها کاربردی ارائه شده است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۰/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۸/۰۷

واژه‌های کلیدی:

تعیین کننده‌های توسعه گردشگری، گردشگری روستایی، رویکرد ظرفیت جامعه، هویت اجتماعی، شهرستان دنا

مقدمه و بیان مسئله

امروزه، گردشگری روستایی با ماهیت چندبعدی خود، از طریق کاهش بیکاری، ایجاد درآمد، ارتقای سطح رفاه جامعه محلی و توانمندسازی و تقویت مشارکت اجتماعی - اقتصادی در سیستم جامعه، به منظور ایجاد و پویایی بخشی به فرصت‌های متنوع اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی - اجتماعی، زمینه توسعه اجتماعی - اقتصادی جوامع محلی را فراهم ساخته است (Aref, 2017; Dwyer et al., 2009).

ایران نیز با احراز رتبه دهم از نظر جاذبه‌های گردشگری در بین کشورهای دنیا (Khodadadi, 2016; Sanaie, Moghaddam et al., 2017; Siyamiyan Gorji et al., 2023) می‌تواند و باید از این پتانسیل منحصر به فرد خود به منظور توسعه پایدار بهره‌برداری کند. براساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC, 2015)، سهم مستقیم صنعت سفر و گردشگری در تولید ناخالص داخلی ایران تا سال ۲۰۲۵ به ۴۴۲۱۵۶ میلیارد ریال (تقریباً ۱۷ میلیارد دلار) (۲/۹ درصد از کل تولید

۱. کارشناس ارشد توسعه روستایی، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران.

۲. دانشیار، گروه مدیریت توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه یاسوج، یاسوج، ایران (نویسنده مسئول). m.sharifzadeh@yu.ac.ir



ناخالص داخلی) افزایش خواهد یافت. همچنین، براساس این گزارش سهم کل صنعت سفر و گردشگری در اشتغالزایی تا سال ۲۰۲۵ حمایت از ۶۵۶۰۰۰ شغل (۲/۲ درصد از کل اشتغال) است.

در شرایطی که روستاییان به دلیل نبود درآمد کافی و فرصت‌های شغلی پایدار، در جست‌وجوی مشاغل مناسب و پردرآمد به شهرها مهاجرت می‌کنند و پدیده حومه‌نشینی و مشکلات ناشی از آن را پدید می‌آورند، توسعه گردشگری روستایی با ایجاد و توزیع عادلانه عایدات ناشی از فرصت‌های جدید شغلی در بخش گردشگری می‌تواند موجب رفاه نسبی مردم محلی شود و از بسیاری از مشکلات برآمده از توسعه‌نیافتگی روستاها بکاهد. ازاین‌رو، توجه به توسعه صنعت ارزشمند گردشگری در سطح جهان به شدت در دستور کار برنامه‌ریزان توسعه قرار گرفته و محققان را بر آن داشته تا برای شناسایی عوامل توسعه‌دهنده گردشگری با تمام توان خود همت گمارند (Sharpley, 2002; Hummelbrunner & Miglbaue, 1994). لکن به این نکته مهم در تمام مناطق هدف گردشگری به‌طور کامل و جامع توجه نشده و چه‌بسا بی‌توجهی به عوامل زمینه‌ساز توسعه گردشگری روستایی آثار زیان‌باری هم بر جامعه میزبان و هم بر گردشگران تحمیل کرده است. بنابراین، توجه به عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری بالاخص در مناطق گردشگرپذیر روستایی اهمیت فراوانی دارد. استان کهگیلویه و بویراحمد از جمله مناطق مهم گردشگری است که در دو فصل گردشگری زمستانی و تابستانی پذیرای عده زیادی از گردشگران و جهانگردان ایرانی و خارجی است. براساس آمار اداره میراث فرهنگی و گردشگری، علی‌رغم برخورداری این استان از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های بالقوه طبیعی در زمینه جذب و جلب گردشگر، این استان هنوز نتوانسته است به جایگاه در خور توجهی در این صنعت دست یابد. ازاین‌رو، برخی مناطق روستایی این استان به‌منزله پایلوت طرح توسعه گردشگری برگزیده شده‌اند و برای توسعه گردشگری این مناطق برنامه‌ریزی وسیعی در دست انجام است. در حال حاضر، از بین هفت روستای پایلوت طرح توسعه گردشگری استان، دو روستا در شهرستان دنا واقع شده‌اند. شهرستان دنا، به دلیل برخورداری از جاذبه‌های منحصر به فرد گردشگری، یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری محسوب می‌شود. لکن توسعه گردشگری این شهرستان نیز با چالش‌های مختلفی مواجه است. پژوهش حاضر به شناسایی عوامل توسعه‌دهنده گردشگری روستایی در روستاهای

هدف طرح توسعه گردشگری شهرستان دنا، استان کهگیلویه و بویراحمد از زاویه سطوح گوناگون ظرفیت جامعه پرداخته است. بر این مبنا، نخست ابعاد سه‌گانه ظرفیت جامعه (ظرفیت فردی، اجتماعی و سازمانی) بررسی شده و سپس نقش آن در توسعه گردشگری روستایی واکاوی شده است.

پیشینه تحقیق و چهارچوب مفهومی

محققان توسعه گردشگری روستایی و عوامل مؤثر بر آن را با استفاده از نظریه‌ها و رویکردهای مختلفی از جمله نظریه ذی‌نفعان (Byrd, 2007; Nilsson, 2007)، نظریه همکاری (Jamal & Getz, 1995)، نظریه شبکه (Dredge, 2002)، نظریه تبادل اجتماعی (Andreck et al., 2005; Chhabra, 2008)، سرمایه اجتماعی (Liu et al., 2014; Ghazani et al., 2016; Habibi, 2016; Hwang & Stewart, 2016; EbrahimPour et al., 2017; Provia et al., 2017)، نظریه ظرفیت‌سازی جامعه (Ziaei et Aref, 2017; Goodman et al., 2014; Khosravi et al., 2015; Palmer et al., 1998)، و نظریه هویت اجتماعی (al., 2013; Mohamad & Hamzah, 2015; Liu & Cheng, 2016; Wang et al., 2014) مطالعه کرده‌اند. در پژوهش حاضر، برای درک بهتر توسعه گردشگری با بهره‌گیری از نظریه‌های هویت اجتماعی، ظرفیت جامعه و رویکرد معیشت پایدار از مدل تلفیقی نمایش داده‌شده در شکل ۱ استفاده شده است. در این مدل، ظرفیت جامعه به‌منزله «جوهر توسعه» از ویژگی‌های جامعه توانمند» در نظر گرفته می‌شود (Smith et al., 2001; Laverack, 2006) که شامل دارایی‌ها و ویژگی‌هایی است که یک جامعه می‌تواند برای بهبود زندگی خود استفاده کند. به اذعان بالینت (Balint, 2006)، ظرفیت جامعه به سطحی از صلاحیت، توانایی و مهارت‌های لازم برای تعیین و دستیابی به اهداف مربوطه اشاره دارد و شرط ضروری برای بهبود روند توسعه پایدار و رشد بلندمدت محسوب می‌شود. ازاین‌رو، ظرفیت جامعه بر توانایی افراد، سازمان‌ها و جوامع برای مدیریت وظایف و مسئولیت‌های خود برای کنترل پایداری در تغییرات دلالت دارد. با توجه به تعاریف ارائه‌شده، ظرفیت جامعه در توسعه گردشگری را می‌توان ظرفیت مردم و نهادهای اجتماعی در جوامع برای شرکت در فعالیت‌های گردشگری عنوان کرد (Aref & Redzuan, 2009). احمتمی (2013) ظرفیت جامعه را شامل سه سطح عمده ظرفیت فردی، سازمانی و اجتماعی



می‌داند (Ahmeti, 2013). عارف و همکاران (2010) در مطالعه‌ای به بررسی مفهوم ظرفیت‌سازی جامعه و پیامدهای آن در فرایند توسعه گردشگری پرداختند و نشان دادند هشت بُعد ظرفیت جامعه شامل «رهبری جامعه، مشارکت اجتماعی، ساختار جامعه، حمایت خارجی، مهارت و دانش، تجهیز منابع، قدرت جامعه و حس تعلق اجتماعی» در سه سطح فردی، سازمانی و اجتماعی در فرایندهای توسعه گردشگری دخیل هستند (Aref et al., 2010). طبق بررسی‌های سورنسن و ایس (1996) رهبری یکی از محرک‌های مهم ایجادکننده ظرفیت جامعه بوده است و در نهایت به ایجاد مزایای اجتماعی و اقتصادی از طریق توسعه جامعه منجر می‌شود (Sorensen & Epps, 1996). جونز (2005) نشان داد سطح بالای سرمایه اجتماعی موجب تعهد مردم به اقدام‌های جمعی در پروژه‌های روستایی و توسعه پروژه‌های گردشگری می‌شود (Jones, 2005). حبیبی (2016) به نقل از رابرت پاتنام^۱ اظهار می‌دارد سرمایه اجتماعی به وسیله ایجاد سازمان‌های اجتماعی بر پایه اعتماد، هنجارها و روابط شبکه‌ای شکل می‌گیرد که کارایی را از طریق تسهیل هماهنگی و همکاری در اقدامات بهبود می‌بخشد و از ظرفیت‌های افراد/گروه‌ها برای دستیابی به اهداف نهایی استفاده می‌کند (Habibi, 2016). برعکس، فقدان سرمایه اجتماعی به بروز محدودیت‌هایی در فرایند توسعه در سطوح مختلف منجر می‌شود (Einali & Romiani, 2013; Mirfardi et al., 2014). در مطالعه‌ای، بنت و همکاران (2012)، به منظور ارزیابی ظرفیت جامعه برای توسعه گردشگری، از چهارچوب بناشده بر هفت دارایی سرمایه طبیعی، فیزیکی و ساختاری، مالی، سیاسی و نهادی، اجتماعی، فرهنگی و انسانی موجود در ادبیات معیشت پایدار و دارایی‌های مبتنی بر توسعه جامعه بهره گرفتند (Bennett et al., 2012). نتایج نشان داد این چهارچوب پتانسیل چشمگیری برای کاربرد وسیع در جوامع بومی، غیرمحملی، بین‌المللی و حفاظت‌نشده دارد. ظرفیت فردی از دیگر مؤلفه‌های مدل نظری در این پژوهش است. این ظرفیت به قابلیت‌ها (دانش و پتانسیل مهارت) و توانایی‌های فردی مورد نیاز برای دستیابی به تغییرات و نتایج مطلوب اشاره دارد (Khosravi et al., 2015a). ظرفیت فردی در مطالعات مختلف از طریق حس تعلق اجتماعی بررسی شده (Aref & Redzuan, 2009; Khosravi et al., 2015b);

می‌داند (Ahmeti, 2013). عارف و همکاران (2010) در مطالعه‌ای به بررسی مفهوم ظرفیت‌سازی جامعه و پیامدهای آن در فرایند توسعه گردشگری پرداختند و نشان دادند هشت بُعد ظرفیت جامعه شامل «رهبری جامعه، مشارکت اجتماعی، ساختار جامعه، حمایت خارجی، مهارت و دانش، تجهیز منابع، قدرت جامعه و حس تعلق اجتماعی» در سه سطح فردی، سازمانی و اجتماعی در فرایندهای توسعه گردشگری دخیل هستند (Aref et al., 2010). طبق بررسی‌های سورنسن و ایس (1996) رهبری یکی از محرک‌های مهم ایجادکننده ظرفیت جامعه بوده است و در نهایت به ایجاد مزایای اجتماعی و اقتصادی از طریق توسعه جامعه منجر می‌شود (Sorensen & Epps, 1996). جونز (2005) نشان داد سطح بالای سرمایه اجتماعی موجب تعهد مردم به اقدام‌های جمعی در پروژه‌های روستایی و توسعه پروژه‌های گردشگری می‌شود (Jones, 2005). حبیبی (2016) به نقل از رابرت پاتنام^۱ اظهار می‌دارد سرمایه اجتماعی به وسیله ایجاد سازمان‌های اجتماعی بر پایه اعتماد، هنجارها و روابط شبکه‌ای شکل می‌گیرد که کارایی را از طریق تسهیل هماهنگی و همکاری در اقدامات بهبود می‌بخشد و از ظرفیت‌های افراد/گروه‌ها برای دستیابی به اهداف نهایی استفاده می‌کند (Habibi, 2016). برعکس، فقدان سرمایه اجتماعی به بروز محدودیت‌هایی در فرایند توسعه در سطوح مختلف منجر می‌شود (Einali & Romiani, 2013; Mirfardi et al., 2014). در مطالعه‌ای، بنت و همکاران (2012)، به منظور ارزیابی ظرفیت جامعه برای توسعه گردشگری، از چهارچوب بناشده بر هفت دارایی سرمایه طبیعی، فیزیکی و ساختاری، مالی، سیاسی و نهادی، اجتماعی، فرهنگی و انسانی موجود در ادبیات معیشت پایدار و دارایی‌های مبتنی بر توسعه جامعه بهره گرفتند (Bennett et al., 2012). نتایج نشان داد این چهارچوب پتانسیل چشمگیری برای کاربرد وسیع در جوامع بومی، غیرمحملی، بین‌المللی و حفاظت‌نشده دارد. ظرفیت فردی از دیگر مؤلفه‌های مدل نظری در این پژوهش است. این ظرفیت به قابلیت‌ها (دانش و پتانسیل مهارت) و توانایی‌های فردی مورد نیاز برای دستیابی به تغییرات و نتایج مطلوب اشاره دارد (Khosravi et al., 2015a). ظرفیت فردی در مطالعات مختلف از طریق حس تعلق اجتماعی بررسی شده (Aref & Redzuan, 2009; Khosravi et al., 2015b);

می‌داند (Ahmeti, 2013). عارف و همکاران (2010) در مطالعه‌ای به بررسی مفهوم ظرفیت‌سازی جامعه و پیامدهای آن در فرایند توسعه گردشگری پرداختند و نشان دادند هشت بُعد ظرفیت جامعه شامل «رهبری جامعه، مشارکت اجتماعی، ساختار جامعه، حمایت خارجی، مهارت و دانش، تجهیز منابع، قدرت جامعه و حس تعلق اجتماعی» در سه سطح فردی، سازمانی و اجتماعی در فرایندهای توسعه گردشگری دخیل هستند (Aref et al., 2010). طبق بررسی‌های سورنسن و ایس (1996) رهبری یکی از محرک‌های مهم ایجادکننده ظرفیت جامعه بوده است و در نهایت به ایجاد مزایای اجتماعی و اقتصادی از طریق توسعه جامعه منجر می‌شود (Sorensen & Epps, 1996). جونز (2005) نشان داد سطح بالای سرمایه اجتماعی موجب تعهد مردم به اقدام‌های جمعی در پروژه‌های روستایی و توسعه پروژه‌های گردشگری می‌شود (Jones, 2005). حبیبی (2016) به نقل از رابرت پاتنام^۱ اظهار می‌دارد سرمایه اجتماعی به وسیله ایجاد سازمان‌های اجتماعی بر پایه اعتماد، هنجارها و روابط شبکه‌ای شکل می‌گیرد که کارایی را از طریق تسهیل هماهنگی و همکاری در اقدامات بهبود می‌بخشد و از ظرفیت‌های افراد/گروه‌ها برای دستیابی به اهداف نهایی استفاده می‌کند (Habibi, 2016). برعکس، فقدان سرمایه اجتماعی به بروز محدودیت‌هایی در فرایند توسعه در سطوح مختلف منجر می‌شود (Einali & Romiani, 2013; Mirfardi et al., 2014). در مطالعه‌ای، بنت و همکاران (2012)، به منظور ارزیابی ظرفیت جامعه برای توسعه گردشگری، از چهارچوب بناشده بر هفت دارایی سرمایه طبیعی، فیزیکی و ساختاری، مالی، سیاسی و نهادی، اجتماعی، فرهنگی و انسانی موجود در ادبیات معیشت پایدار و دارایی‌های مبتنی بر توسعه جامعه بهره گرفتند (Bennett et al., 2012). نتایج نشان داد این چهارچوب پتانسیل چشمگیری برای کاربرد وسیع در جوامع بومی، غیرمحملی، بین‌المللی و حفاظت‌نشده دارد. ظرفیت فردی از دیگر مؤلفه‌های مدل نظری در این پژوهش است. این ظرفیت به قابلیت‌ها (دانش و پتانسیل مهارت) و توانایی‌های فردی مورد نیاز برای دستیابی به تغییرات و نتایج مطلوب اشاره دارد (Khosravi et al., 2015a). ظرفیت فردی در مطالعات مختلف از طریق حس تعلق اجتماعی بررسی شده (Aref & Redzuan, 2009; Khosravi et al., 2015b);

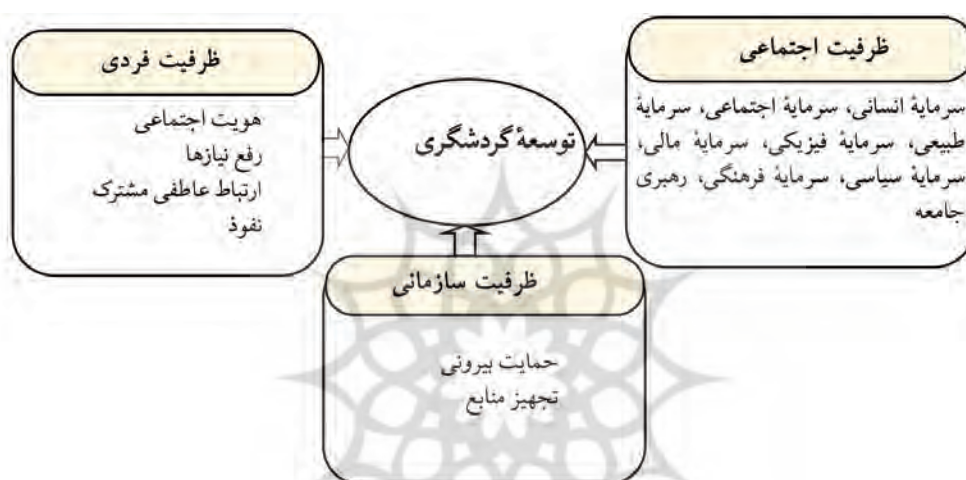
در مجموع، با توجه به ادبیات و متون پژوهشی

1. Community Capacity Building (CCB)
2. Robert Putnam



اجتماعی قابل‌سنجش است که حس تعلق اجتماعی خود شامل ابعاد هویت اجتماعی، نفوذ، رفع نیازها/ یکپارچگی، ارتباط عاطفی مشترک است. ظرفیت سازمانی دارای شاخص‌هایی مانند حمایت خارجی و تجهیز منابع است. هر سه سطح ظرفیت‌سازی جامعه (فردی، اجتماعی و سازمانی) تأثیر مستقیمی بر متغیر توسعه گردشگری دارند. با تأمل در مدل‌های ارائه‌شده از سوی محققان گوناگون و نتایج پژوهش‌های انجام‌شده، چهارچوب مفهومی پژوهش حاضر به‌صورت شکل ۱ ترسیم شده است.

داخلی و فرامرزی درخصوص تعیین‌کننده‌های توسعه گردشگری روستایی می‌توان اظهار کرد که انتخاب و تعیین معیارهای توسعه گردشگری مبتنی بر زمینه و ویژگی‌های مکانی است و به‌طورکلی متأثر از شاخص‌های ظرفیت اجتماعی، ظرفیت فردی و ظرفیت سازمانی در جوامع گوناگون است. ظرفیت اجتماعی دارای زیرشاخص‌هایی مانند رهبری جامعه، سرمایه انسانی، سرمایه فرهنگی، سرمایه طبیعی، سرمایه سیاسی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی و سرمایه فیزیکی است. ظرفیت فردی نیز با متغیر حس تعلق



شکل ۱: چهارچوب مفهومی پژوهش، تعیین‌کننده‌های توسعه گردشگری روستایی (برگرفته از منابع (Khosravi et al., 2015a; Aref et al., 2009b; Palmer et al., 2013))

سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، روستای گردشگری کریک دارای ۱۹۳ خانوار و روستای دلی بهرام بیگی دارای ۱۹۷ خانوار هستند. حجم نمونه مورد مطالعه طبق جدول بارتلت و همکاران (Bartlett et al., 2001) تعداد ۱۳۷ سرپرست خانوار تعیین شد. این تعداد نمونه مورد نظر به روش نمونه‌گیری از نوع ساده تصادفی با انتساب متناسب به نسبت تعداد خانوار دو روستا بین آن‌ها توزیع شد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه‌ای حاوی سؤالات بسته و باز بود که روایی آن توسط پنبلی از متخصصان تأیید شد و پایایی آن نیز با استفاده از آماره آلفای کرونباخ از (۰/۹۱-۰/۵۲) برای متغیرهای مدل نظری به دست آمد که حاکی از مطلوبیت پرسش‌نامه طراحی شده بود. پرسش‌نامه برای سنجش تعیین‌کننده‌های توسعه گردشگری براساس ادبیات تحقیق در سه بخش اصلی تنظیم شد. بدین ترتیب، در بخش اول پرسش‌نامه، ابعاد سه‌گانه ظرفیت اجتماعی در هشت بُعد (رهبری جامعه، سرمایه انسانی، سرمایه فرهنگی، سرمایه طبیعی، سرمایه سیاسی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی و

روش و داده‌های پژوهش

پژوهش حاضر از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کمی و از نوع تحقیقات توصیفی - هم‌بستگی است که از طریق روش پیمایش اجرا شده است. جامعه آماری این پژوهش را همه سرپرستان خانوارهای ساکن در روستاهای هدف گردشگری شهرستان دنا تشکیل دادند. دو روستای کریک و دلی بهرام بیگی به ترتیب به‌عنوان روستای توسعه‌یافته و روستای توسعه‌نیافته به‌لحاظ گردشگری از این شهرستان برای این منظور انتخاب شدند. لازم به توضیح است این دو روستا به‌عنوان روستای مرجع (پایلوت) برای توسعه گردشگری از سوی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کهگیلویه و بویراحمد معرفی شدند. مبنای ارزیابی سطح توسعه گردشگری نیز شاخص اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان کهگیلویه و بویراحمد بود. بر این اساس، روستای کریک به‌منزله منطقه گردشگری توسعه‌یافته و روستای دلی بهرام بیگی به‌منزله منطقه گردشگری توسعه‌نیافته مطالعه شدند. طبق



وضعیت موجود متغیرهای مستقل مدل تحقیق و مؤلفه‌های هر یک در جدول ۱ نشان داده شده است. نتایج حاکی از آن است که در روستای توسعه‌یافته میانگین مؤلفه‌های هویت شناختی، هویت ارزشی و هویت عاطفی بالاتر از میانگین روستای توسعه‌نیافته بوده است. لذا، متغیر هویت اجتماعی در روستای توسعه‌یافته از نظر گردشگری وضعیت مطلوب‌تری در قیاس با روستای توسعه‌نیافته دارد و این تفاوت به لحاظ آماری نیز معنی‌دار بوده است. یافته‌های جدول ۱ حاکی از آن است که تمامی ابعاد متغیر ظرفیت فردی، که شامل ابعادی از جمله هویت اجتماعی، نفوذ، رفع نیاز و ارتباط عاطفی مشترک است، در روستای توسعه‌یافته مطلوب‌تر از روستای توسعه‌نیافته است، لکن تفاوت موجود در ابعاد نفوذ، رفع نیاز و ارتباط عاطفی مشترک بین دو روستا معنی‌دار نبوده است. این یافته با یافته‌های برخی مطالعات همسو است که نشان می‌دهد هویت اجتماعی و حس تعلق اجتماعی در روستاهای موفق از نظر گردشگری وضعیت بهتری دارد (Aref et al., 2009a; Sharifuddin et al., 2015). عارف و همکاران (2009a) حس تعلق اجتماعی را با ابعادی چون عضویت، نفوذ (تأثیر)، یکپارچگی و وابستگی احساسی عجین دانستند و نشان دادند حس تعلق اجتماعی عاملی برای توسعه‌یافتگی صنعت گردشگری است (Aref et al., 2009a). ابعاد متغیر ظرفیت سازمانی نیز در روستای توسعه‌گردشگری وضعیت مساعدتری در قیاس با روستای توسعه‌نیافته دارد و به لحاظ آماری نیز این وضعیت تفاوت معنی‌داری دارد. وضعیت ظرفیت اجتماعی در ابعاد گوناگون رهبری جامعه و سرمایه‌های فیزیکی، مالی، انسانی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و طبیعی نیز به طور معنی‌داری در روستای توسعه‌یافته بالاتر از روستای توسعه‌نیافته بوده است. در مجموع، ارزیابی روستا نیز حاکی از تفاوت معنی‌دار روستای توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته است.

سرمایه فیزیکی؛ ظرفیت فردی با متغیر حس تعلق اجتماعی (شامل ابعاد هویت اجتماعی (دارای سه زیرشاخه هویت شناختی، هویت ارزشی، هویت عاطفی)، نفوذ، رفع نیازها/ یکپارچگی، ارتباط عاطفی مشترک) و ظرفیت سازمانی در دو بعد (حمایت داخلی و بیرونی و تجهیز منابع) اندازه‌گیری شد. بخش دوم ارزیابی روستا با ۶ گویه و بخش سوم با ویژگی‌های جمعیت‌شناسی با ۱۲ سؤال باز سنجیده شد. متغیر وابسته توسعه گردشگری پایدار، که بیانگر رویکردی مثبت به منظور کاهش تنش‌ها و برخوردهای ناشی از تعاملات پیچیده میان صنعت گردشگری، گردشگران، محیط و جامعه میزبان گردشگران است (Sharpley & Telfer, 2015). به منظور تحلیل داده‌های گردآوری‌شده از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

یافته‌ها

نتایج توزیع فراوانی پاسخ‌گویان نشان داد که ۳/۶ درصد از افراد مورد مطالعه مجرد و ۹۳/۴ درصد از پاسخ‌گویان متأهل و مابقی ۲/۹ بیوه هستند. میانگین سن سرپرستان خانوار در حدود ۴۷ (با انحراف معیار ۱۴) سال بوده است. این امر حاکی از آن است که اغلب سرپرستان خانوار میان‌سال بودند. به منظور تعیین سطح تحصیلات سرپرستان خانوار، تعداد سال‌های تحصیل آن‌ها ملاک سنجش قرار گرفت. میانگین سطح تحصیلات سرپرستان خانوار مورد مطالعه ۸/۴۲ سال با انحراف معیار ۶/۲۷ سال است. بر مبنای یافته‌های پژوهش، فراوانی خانوارهای ۱ تا ۲ نفره ۲۲/۶ درصد، خانوارهای ۳ تا ۴ نفره ۳۹/۴ درصد، خانوارهای ۵ تا ۶ نفره ۲۹/۹ درصد و خانوارهای بالاتر از ۶ نفره ۸ درصد است. به لحاظ درآمد ماهیانه، ۳۶/۵ درصد از افراد مورد مطالعه درآمدی کمتر از ۵ میلیون ریال در ماه دارند. میانگین درآمد ماهیانه در بین پاسخ‌گویان مورد مطالعه حدود ۱۲,۴۴۴,۱۶۰/۵۸ ریال با انحراف معیار ۰,۱۷/۳۰,۴۱۷,۱۲ ریال ارزیابی شده است.

جدول ۱: توصیف قیاسی متغیرهای مورد بررسی بین روستای توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته از نظر گردشگری

| Sig. | آماره t | روستای توسعه‌نیافته | | روستای توسعه‌یافته | | متغیر | میانگین | انحراف معیار |
|-------|---------|---------------------|----------|--------------------|----------|--------------------|---------|--------------|
| | | انحراف معیار | میانگین* | انحراف معیار | میانگین* | | | |
| ۰/۰۰۶ | ۴/۶۲ | ۰/۵۰ | ۴/۴۵ | ۰/۳۵ | ۴/۷۹ | شناختی | ۴/۷۹ | ۰/۳۵ |
| ۰/۰۰۱ | ۴/۳۰ | ۰/۵۱ | ۴/۵۲ | ۰/۳۳ | ۴/۸۴ | ارزشی | ۴/۸۴ | ۰/۳۳ |
| ۰/۰۰۱ | ۵/۰۴ | ۰/۵۸ | ۴/۴۰ | ۰/۳۳ | ۴/۸۱ | عاطفی | ۴/۸۱ | ۰/۳۳ |
| ۰/۰۰۱ | ۵/۲۷ | ۰/۴۷ | ۴/۴۶ | ۰/۳۰ | ۴/۸۱ | هویت اجتماعی | ۴/۸۱ | ۰/۳۰ |
| ۰/۴۰ | ۵/۱۸ | ۰/۶۹ | ۳/۷۳ | ۰/۷۵ | ۴/۳۷ | نفوذ (تأثیر) | ۴/۳۷ | ۰/۷۵ |
| ۰/۳۰ | ۷/۴۷ | ۰/۷۹ | ۳/۲۹ | ۰/۸۱ | ۴/۳۱ | رفع نیازها | ۴/۳۱ | ۰/۸۱ |
| ۰/۷۵ | ۶/۵۲ | ۰/۷۲ | ۳/۶۶ | ۰/۶۵ | ۴/۴۳ | ارتباط عاطفی مشترک | ۴/۴۳ | ۰/۶۵ |
| ۰/۴۳ | ۷/۲۴ | ۰/۵۵ | ۳/۷۸ | ۰/۵۷ | ۴/۴۸ | ظرفیت فردی | ۴/۴۸ | ۰/۵۷ |

| Sig. | آماره t | روستای توسعه نیافته | | روستای توسعه یافته | | متغیر | |
|-------|---------|---------------------|----------|--------------------|----------|----------------------|---------------|
| | | انحراف معیار | میانگین* | انحراف معیار | میانگین* | | |
| ۰/۰۰۱ | ۲۳/۴۳ | ۰/۲۴ | ۱/۶۵ | ۰/۳۸ | ۲/۹۶ | حمایت بیرونی و درونی | ظرفیت سازمانی |
| ۰/۰۰۱ | ۸/۱۵ | ۰/۶۴ | ۲/۸۰ | ۰/۸۱ | ۳/۸۲ | تجهیز منابع | |
| ۰/۰۰۱ | ۱۴/۱۵ | ۰/۳۷ | ۲/۲۲ | ۰/۵۶ | ۳/۳۹ | ظرفیت سازمانی | |
| ۰/۰۰۵ | ۷/۷۴ | ۱/۲۴ | ۲/۸۳ | ۰/۸۶ | ۴/۲۵ | رهبری جامعه | ظرفیت اجتماعی |
| ۰/۰۲۷ | ۶/۲۳ | ۰/۷۶ | ۳/۷۵ | ۰/۶۱ | ۴/۴۹ | سرمایه انسانی | |
| ۰/۰۱۹ | ۸/۳۳ | ۰/۸۱ | ۳/۲۴ | ۰/۶۱ | ۴/۲۷ | سرمایه فرهنگی | |
| ۰/۰۱۶ | ۴/۳۴ | ۰/۶۶ | ۴/۱۸ | ۰/۴۸ | ۴/۶۲ | سرمایه طبیعی | |
| ۰/۰۲ | ۱۰/۳۷ | ۰/۶۲ | ۳/۲۱ | ۰/۶۹ | ۴/۳۸ | سرمایه سیاسی | |
| ۰/۰۰۱ | ۱۸/۷۵ | ۰/۳۸ | ۱/۷۴ | ۰/۸۱ | ۳/۷۹ | سرمایه مالی | |
| ۰/۰۰۱ | ۹/۹۳ | ۰/۴۷ | ۳/۸۵ | ۰/۲۹ | ۴/۵۳ | سرمایه اجتماعی | |
| ۰/۰۰۱ | ۱۹/۲۶ | ۰/۰۰ | ۳/۱۲ | ۰/۰۰ | ۵/۰۰ | سرمایه فیزیکی | |
| ۰/۰۰۳ | ۱۵/۰۶ | ۰/۴۵ | ۳/۲۴ | ۰/۴۵ | ۴/۴۱ | ظرفیت اجتماعی | |
| ۰/۰۰۱ | ۵/۷۴ | ۴/۵۵ | ۲۵/۷۵ | ۲/۸۸ | ۲۹/۵۰ | ارزیابی روستا | |

* دامنه میانگین برای متغیرها و مؤلفه‌های سه‌گانه ظرفیت بین ۱-۵ و برای متغیر ارزیابی روستا بین ۱-۳۶ است.

(Aref & Redzuan, 2009). وجود رابطه معنی‌دار در سطح خطای کمتر از یک درصد بین ظرفیت فردی با توسعه گردشگری ($r=0.78$) نشان می‌دهد پاسخ‌گویانی که ظرفیت فردی یا حس تعلق اجتماعی بالایی دارند در روستاهای توسعه‌یافته‌تری نیز سکونت دارند. این یافته با یافته شریف‌الدین و همکاران (Sharifuddin et al., 2015) و عارف و همکاران (Aref et al., 2009b: 126) همسو است. همبستگی ظرفیت سازمانی با توسعه گردشگری ($r=0.78$) نیز در سطح خطای کمتر از یک درصد معنی‌دار شده است. نتایج مطالعه عارف و همکاران (Aref et al., 2010) نیز با یافته پژوهش حاضر حاکی از رابطه معنی‌داری ظرفیت سازمانی با توسعه گردشگری همسو است.

همبستگی بین متغیرهای سطوح ظرفیت‌سازی با توسعه گردشگری

نتایج حاصل از رابطه همبستگی بین متغیرهای سطوح گوناگون ظرفیت جامعه با توسعه گردشگری شهرستان دنا با استفاده از ضرایب همبستگی اسپیرمن در جدول ۲ نشان داد رابطه مثبت و معنی‌داری بین ظرفیت اجتماعی با توسعه گردشگری در سطح خطای کمتر از یک درصد ($r=0.78$) وجود دارد. به عبارت دیگر، با افزایش ظرفیت اجتماعی میزان توسعه‌یافتگی روستاهای گردشگری نیز افزایش یافته است. مرور پیشینه نگاشته‌ها نیز بیانگر رابطه معنی‌دار بین ظرفیت جامعه با توسعه گردشگری است (Aref et al., 2010).

جدول ۲: ماتریس ضرایب همبستگی بین سازه‌های مؤثر در توسعه گردشگری

| توسعه گردشگری | ظرفیت سازمانی | ظرفیت فردی | ظرفیت اجتماعی | |
|---------------|---------------|------------|---------------|---------------|
| | | | ۱ | ظرفیت اجتماعی |
| | | ۱ | ۰/۸۳** | ظرفیت فردی |
| | ۱ | ۰/۷۱** | ۰/۸۸** | ظرفیت سازمانی |
| ۱ | ۰/۸۱** | ۰/۵۴** | ۰/۷۸** | توسعه گردشگری |

** معنی‌دار در سطح $P < 0.01$



به‌ازای یک واحد تغییر در وضعیت ظرفیت اجتماعی، ظرفیت فردی، و ظرفیت سازمانی لگاریتم نسبت بخت یا شانس توسعه روستاهای گردشگری، به‌ترتیب ۶۷۱۲/۶۹، ۰/۰۱ و ۲۰/۲۱ اضافه می‌شود. بنابراین، از نتایج مدل رگرسیون لجستیک چنین استنباط می‌شود که در صورت بهبود ظرفیت اجتماعی و ظرفیت سازمانی می‌توان توسعه گردشگری روستاها را انتظار داشت. برای تعیین میزان کارایی مدل رگرسیون لجستیک حاصل از این تحلیل، از شاخص درصد صحت گروه‌بندی استفاده شد. این شاخص میزان توانایی و دقت مدل رگرسیون لجستیک را در طبقه‌بندی صحیح دو گروه روستاهای توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته نشان می‌دهد. بر مبنای یافته‌های جدول ۵، مدل مذکور ۹۴/۹ درصد از روستاهای مورد مطالعه را به‌طور صحیح طبقه‌بندی کرده است. همان‌طور که در این جدول دیده می‌شود، دقت مدل درباره طبقه‌بندی صحیح روستای گردشگری توسعه‌یافته اندکی بیشتر از روستای گردشگری توسعه‌نیافته است، به‌گونه‌ای که تابع مذکور ۹۵/۶ درصد روستای گردشگری توسعه‌یافته را در گروه واقعی خود قرار داده است، درحالی‌که این درصد درخصوص روستای گردشگری توسعه‌نیافته ۹۴/۲ درصد است.

مدل پیش‌بینی‌کننده تعیین‌کننده‌های توسعه‌یافتگی روستاهای گردشگری

برای پیش‌بینی تعیین‌کننده‌های توسعه‌یافتگی روستاهای گردشگری از مدل رگرسیون لجستیک بهره گرفته شد. این مدل نشان می‌دهد کدام متغیرها بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری دارند. در این پژوهش، براساس مدل رگرسیون لجستیک، سه تعیین‌کننده ظرفیت اجتماعی، ظرفیت فردی و ظرفیت سازمانی به‌منزله سازه‌های مؤثر در پیش‌بینی و تخمین توسعه‌یافتگی و توسعه‌نیافتگی روستاهای گردشگری وارد مدل شد. بر مبنای یافته‌های حاصل مندرج در جدول ۳، براساس مقدار R^2 تقریبی Cox & Snell و Nagelkerke، پیش‌بینی‌کننده‌های ظرفیت اجتماعی، ظرفیت فردی، و ظرفیت سازمانی بین ۶۵ درصد تا ۸۷/۰ درصد از تغییرات واریانس متغیر وابسته توسعه گردشگری روستایی را تبیین می‌کنند. بر مبنای نتایج جدول ۴ نیز، ضرایب رگرسیون لجستیک برای تعیین‌کننده‌های ظرفیت اجتماعی، ظرفیت فردی، و ظرفیت سازمانی به‌ترتیب ۸/۸۱، ۴/۳۸- و ۳/۰۰ محاسبه شد. به عبارت دیگر، در صورت ثابت بودن شرایط،

جدول ۳: نتایج حاصل از رگرسیون لجستیک سازه‌های مؤثر در توسعه گردشگری روستایی

| سطح معنی‌داری | Nagelkerke R ² | Cox & Snell R ² | مدل الف |
|---------------|---------------------------|----------------------------|---------|
| ۰/۰۰۱ | ۰/۸۷ | ۰/۶۵ | |

الف. متغیر وابسته: توسعه گردشگری، پیش‌بینی‌کننده: باقی‌مانده و متغیرهای ظرفیت اجتماعی، ظرفیت فردی، و ظرفیت سازمانی

جدول ۴: ضرایب رگرسیونی مدل، تعیین اثر تعیین‌کننده‌های توسعه گردشگری روستایی

| متغیر | ضریب B | SE | Wald | Df | Sig. | Eb |
|---------------|--------|------|-------|----|-------|---------|
| ظرفیت اجتماعی | ۸/۸۱ | ۲/۵۵ | ۱۱/۹۳ | ۱ | ۰/۰۰۱ | ۶۷۱۲/۶۹ |
| ظرفیت فردی | -۴/۳۸ | ۱/۳۹ | ۹/۸۸ | ۱ | ۰/۰۰۲ | ۰/۰۱ |
| ظرفیت سازمانی | ۳/۰۰ | ۱/۳۷ | ۴/۸۱ | ۱ | ۰/۰۲۸ | ۲۰/۲۱ |
| ثابت | -۲۲/۶۹ | ۵/۵۰ | ۱۷/۰۰ | ۱ | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۰۱ |

جدول ۵: نتایج گروه‌بندی حاصل از مدل رگرسیون در روستاهای توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته از نظر گردشگری

| سطح توسعه‌یافتگی گردشگری | پیش‌بینی‌شده | | آمار صحت پیش‌بینی |
|----------------------------------|--------------|-------------|-------------------|
| | توسعه‌نیافته | توسعه‌یافته | |
| توسعه‌نیافته | ۶۵ | ۴ | ۹۴/۲ |
| مشاهده‌شده | ۳ | ۶۵ | ۹۵/۶ |
| درصد صحت موارد درست پیش‌بینی شده | | | ۹۴/۹ |



نتیجه گیری

این پژوهش به واکاوی عوامل توسعه‌دهنده گردشگری روستایی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان دنا، استان کهگیلویه و بویراحمد در ابعاد سطوح مختلف ظرفیت جامعه پرداخت. نتایج نشان داد ابعاد مختلف سه‌گانه ظرفیت فردی، اجتماعی و سازمانی در روستای توسعه‌یافته گردشگری وضعیت مطلوب‌تری در قیاس با روستای توسعه‌نیافته از نظر گردشگری داشته است. در بین ابعاد سه‌گانه مزبور نیز، ظرفیت سازمانی وضعیت ضعیفی دارد. این امر ناشی از ضعف حمایت بیرونی و درونی از گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه بوده است. در حال، برای توسعه گردشگری از کانال تقویت حمایت بیرونی و درونی لازم است سرمایه‌داران خصوصی خارج از روستا، نهادهای محلی (مانند تشکلهای مردمی)، نهادهای عمومی غیردولتی (مانند دهیاری و شورای روستا) و دولتی (مانند میراث فرهنگی و بنیاد مسکن) به سرمایه‌گذاری برای توسعه گردشگری در این روستاها تشویق شوند. برای این منظور، توصیه می‌شود با اجرای قواعد و قوانین اعتبارات خرد و قوانین و مقررات غیرسخت‌گیرانه بانکی قدرت دستیابی مردم محلی به منابع مالی افزایش یابد. بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری در پرداخت تسهیلات و وام اولویت را به فعالیتهای مرتبط با توسعه گردشگری می‌دهند و تسهیلات برای این نوع فعالیتهای را با سرعت بیشتری تأمین می‌کنند. دولت بسترهای لازم برای ایجاد تأسیسات زیربنایی گردشگری و مراکز خدماتی، فرهنگی و رفاهی در روستا را فراهم کند تا هزینه سرمایه‌گذاری در روستا کاهش یابد و سرمایه‌داران خصوصی انگیزه بیشتری برای سرمایه‌گذاری در روستا داشته باشند. همچنین، دولت با سیاست‌های تشویقی مثل معافیت مالیاتی و بیمه سرمایه‌گذاران زمینه را برای افزایش سرمایه‌گذاری خارجی در روستا فراهم کند و مجوزهای لازم برای سرمایه‌گذاری در زمینه توسعه گردشگری در روستا را به سهولت صادر کند. برای توسعه گردشگری با توجه به آنکه منابع به‌طور مناسبی به‌منظور توسعه گردشگری در روستای توسعه‌نیافته آماده‌سازی نشده‌اند، پیشنهاد می‌شود برای تقویت تجهیز منابع متولیان گردشگری با بهره‌گیری از انواع ابزار تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی از قبیل بروشور، جاذبه‌های روستاهای

مورد مطالعه را به گردشگران معرفی کنند، با دعوت از آموزشگران متخصص و برگزاری کلاس در زمینه گردشگری و آموزش راه‌اندازی مشاغل کوچک و زودبازده برای ساکنان، فرصت‌های روستاییان برای فعالیت پویا به‌منظور توسعه گردشگری را گسترش دهند.

یکی از ملاک‌های مهم در مؤلفه تجهیز منابع ظرفیت سازمانی بالاخص در روستای توسعه‌نیافته دسترسی مردم به دانش مورد نیاز برای توسعه گردشگری است و بهره‌گیری از این دانش برای بهبود سرمایه‌انسانی ساکنان نیازمند حداقلی از سواد است که مردم را قادر به درک محتوای دانش ارائه‌شده کند. این در حالی است که مطابق یافته‌های توصیفی حدود نیمی از پاسخ‌گویان یا فاقد تحصیلات (۲۴ درصد) بوده یا تحصیلات راهنمایی و پایین‌تر (۲۶/۳ درصد) داشتند که نشان از پایین بودن سطح تحصیلات سرپرستان خانوار روستاهای مورد مطالعه است. برای حداکثر بهره‌برداری از دانش گردشگری و گسترش دانش و مهارت به‌منظور توسعه گردشگری، لازم است فرصتی فراهم شود که روستاییان کم‌سواد یا بی‌بهره از سواد خواندن و نوشتن بتوانند از برنامه‌های آموزشی توسعه گردشگری در قالب فیلم، سخنرانی، جلسات بحث و گفت‌وگو و نیز از طریق رسانه‌های جمعی مثل رادیو و تلویزیون استفاده کنند.

یافته‌های تحلیل رگرسیون همچنین نشان داد ظرفیت اجتماعی با مؤلفه‌های رهبری جامعه، سرمایه‌انسانی، سرمایه فرهنگی، سرمایه طبیعی، سرمایه سیاسی، سرمایه اجتماعی، سرمایه مالی، سرمایه فیزیکی بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری دارد. حال آنکه وضعیت ابعاد این سرمایه در روستای توسعه‌نیافته نامطلوب ارزیابی شد. بنابراین، برای دستیابی به توسعه گردشگری باید به تقویت مؤلفه‌های گوناگون ظرفیت اجتماعی پرداخته شود. برای این منظور، پیشنهادها زیر ارائه می‌شود:

✓ تدوین جشنواره‌های فرهنگی و برپایی نمایشگاه به‌خصوص در فصول گردشگرپذیر و تعطیلات توسط سازمان میراث فرهنگی با همکاری نهادهای عمومی غیردولتی نظیر دهیاری و مشارکت شورا و نهادهای مردمی برای معرفی جاذبه‌های گردشگری روستاها و صنایع دستی، موسیقی،



✓ ایجاد بازارچه‌ها، غرفه‌های فروش و مراکز عرضه مستقیم تولیدات روستایی از جمله محصولات کشاورزی و صنایع دستی در مجاورت جاذبه‌های تاریخی و مناظر طبیعی به منظور ایجاد اشتغال، کاهش واسطه‌ها و جذب گردشگر و همچنین معرفی پتانسیل‌های صنایع دستی روستا.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

ابراهیم‌پور، حبیب، بابایی، یاور و سخندان، الناز (۱۳۹۶). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶(۲۲)، ۱۴۳-۱۱۸. <https://doi.org/10.22080/JTPD.2017.1714>

امین‌بیدختی، علی‌اکبر و شریفی، نوید (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر. مطالعات مدیریت گردشگری، ۷(۱۷)، ۱۲۱-۱۴۹. <https://doi.org/10.1001.1.23223294.1391.7.17.5.7>

حبیبی، فاتح (۱۳۹۵). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل به ورود گردشگر (مطالعه موردی: شهرستان مریوان). مطالعات شهری، ۵(۱۸)، ۳۷-۵۰.

سنایی مقدم، سروش، محمدی یگانه، بهروز و رضایی، میثم (۱۳۹۵). سنجش اولویت‌بندی جاذبه‌های گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد براساس جذب گردشگر. فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، ۶(۲۱)، ۱-۱۸. <https://sid.ir/paper/214252/fa>

شارپلی، ریچارد و تلفر، دیوید جی (۱۳۹۴). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه، ترجمه حمید ضرغام بروجنی، زهرا نکویی، نیلوفر عباس‌پور و مسلم شجاعی. تهران: مهکامه.

ضیایی، محمود، امین‌بیدختی، علی‌اکبر و قربانی، فاطمه (۱۳۹۲). ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری. مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۲۴)، ۸۸-۵۹. <https://doi.org/10.1001.1.23223294.1393.8.24.3.0>

پوشاک محلی و غذاهای محلی به گردشگران. ✓ احداث موزه مردم‌شناسی از هنرهای دستی و سنتی، صنایع دستی و آداب و رسوم روستاییان در روستا با تعامل بخش خصوصی و دولتی برای آشنایی گردشگران با آداب، فرهنگ، سنت و رسم و رسوم مردم روستا و فراهم کردن زمینه ایجاد صلح، همبستگی و احترام به جامعه محلی و احیای هویت فرهنگی و افزایش خودباوری روستاییان.

✓ سامان‌دهی فعالیت‌های مربوط به صنایع و هنرهای دستی از طریق ارائه آموزش‌های لازم برای بهبود کیفیت آن‌ها با حفظ اصالت فرهنگی‌شان و تنوع‌بخشی به آن‌ها برای مقبولیت طیف وسیع‌تری از گردشگران با دعوت از استادان خبره در این زمینه و انجام هماهنگی‌های لازم توسط سازمان میراث فرهنگی و نهادهای عمومی و مردمی. همچنین، اختصاص اعتبارات مالی کم‌بهره برای ایجاد کارگاه‌های صنایع دستی به منظور تجاری‌سازی تولید این محصولات.

✓ آموزش نیروی متخصص از بین مردم محلی برای طراحی و بلاگ‌ها، وبگاه‌های اینترنتی و نحوه تهیه فیلم‌های کوتاه از روستا برای معرفی جاذبه‌های گردشگری و بارگذاری فیلم‌های کوتاه از جاذبه‌های گردشگری روستا و اطلاعات مکتوب و مصور این جاذبه‌ها از طریق این سامانه‌ها و نیز سازمان‌دهی گروهی کاری برای ایده‌پردازی و به‌روزرسانی این وبگاه‌ها. همچنین، پخش فیلم‌های کوتاه از جاذبه‌های روستا از طریق صداوسیما استان و سراسری و ارسال آن به جشنواره‌های منطقه‌ای و ملی و در صورت امکان فراملی.

✓ ایجاد اردوگاه و امکانات خدماتی رفاهی جانبی (از قبیل سرویس‌های بهداشتی، آلاچیق، سکوی نصب چادر، فضاهای مخصوص پیاده‌روی، اجاق، آب‌خوری، نیمکت‌های نشیمن) هماهنگ با ویژگی‌های آب‌وهوایی و جغرافیایی روستا به منظور استفاده گردشگران و همچنین ساکنان روستا با مشارکت همه‌جانبه روستاییان از قبیل مشورت فکری، مشارکت مالی، نیروی کار، که برای این منظور توصیه می‌شود از طریق نشست‌ها و جلسه‌های متعدد مسئولان دولتی با نهادهای عمومی غیردولتی نظیر دهیاری، رهبران غیررسمی روستا و مردم روستا برنامه‌ریزی‌ها و هماهنگی‌های لازم انجام شود.

- development and planning in Shiraz, Iran. *Journal of Human Ecology*, 33(3), 197-201. <https://doi.org/10.1080/09709274.2011.11906360>
- Aref, F., & Redzuan, M. R. B. (2009). Community capacity building for tourism development. *Journal of Human Ecology*, 27(1), 21-25. <https://doi.org/10.1080/09709274.2009.11906187>
- Aref, F., Redzuan, M. R., & Emby, Z. (2009a). Assessing community leadership factor in community capacity building in tourism development: A case study of Shiraz, Iran. *Journal of Human Ecology*, 28(3), 171-176. <https://doi.org/10.1080/09709274.2009.11906235>
- Aref, F., Redzuan, M., & Emby, Z. (2009b). Assessing sense of community dimension of community capacity building in tourism development in Shiraz, Iran. *European Journal of Social Sciences*, 7(3), 126-132.
- Aref, F., Redzuan, M. R., & Gill, S. S. (2010). Community capacity building: A review of its implication in tourism development. *Journal of American Science*, 6(1), 172-180.
- Balint, P. J. (2006). Improving community-based conservation near protected areas: The importance of development variables. *Environmental Management*, 38(1), 137-148. <https://doi.org/10.1007/s00267-005-0100-y>
- Bartlett, J. E., Kotrlík, J. W., & Higgins, C. C. (2001). Organizational research: Determining appropriation sample size in survey research. *Information Technology, Learning and Performance Journal*, 19(1), 43-50.
- Bennett, N., Lemelin, R. H., Koster, R., & Budke, I. (2012). A capital assets framework
- عینالی، جمشید و رومیانی، احمد (۱۳۹۲). ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم (مطالعه موردی: دهستان حصار ولیعصر - شهرستان بوئین زهرا). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲(۶)، ۷۴-۵۲.
- غزالی، عزت‌اله، بیژنی، مسعود و چیدری، محمد (۱۳۹۵). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، ۱۲(۱)، ۶۹-۵۳. <https://doi.org/20.1008.1.1.20081758.1395.12.1.4.5>
- میرفردی، اصغر، مختاری، مریم، حیدری، علی و دانش‌پذیر، هومان (۱۳۹۳). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر میزان گرایش به ورود گردشگر (مورد مطالعه: شهر یاسوج). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۱۰)، ۱۲۵-۱۰۶.

منابع

Ahmeti, F. (2013). Building community capacity for tourism development in transitional countries: Case of Kosovo. *European Journal of Scientific Research*, 115(4), 536-543. <https://ssrn.com/abstract=2623058>

Amin Bidakhti, A. A., & Sharifi, N. (2012). Examining the relationship between social capital and the tourism boom in the Caspian Sea coastal areas. *Tourism Management Studies*, 7(17), 93-110. <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1391.7.17.5.7> [In Persian].

Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>

Aref, F. (2017). Capacity development of community organizations for tourism





- doi.org/10.22080/JTPD.2017.1714 [In Persian]
- Einali, J., & Romiani, A. (2013). The role of social capital in rural tourism development with emphasis second home case study; Hesar Valiasr county, Boeinzahra township. *Tourism Planning and Development*, 2(6), 52-74. [In Persian]
- Ghazani, E., Bijani, M., & Chizari, M. (2016). The role of social capital in community-based ecotourism (CBET) development as perceived by rural people in Mazandaran province. *Iran Agricultural Extension and Education Journal*, 12(1), 53-69. <https://doi.org/20.1001.1.20081758.1395.12.1.4.5> [In Persian]
- Goodman, R. M., Speers, M. A., McLeroy, K., Fawcett, S., Kegler, M., Parker, E., Smith, S. R., Sterling, T. D., & Wallerstein, N. (1998). Identifying and defining the dimensions of community capacity to provide a basis for measurement. *Health Education and Behavior*, 25(3), 258-278. <https://doi.org/10.1177/109019819802500303>
- Habibi, F. (2016). A study of the effect of social capital on the tendency toward tourist arrival (Case Study: City of Marivan). *Urban Planning*, 5(18), 37-50. [In Persian]
- Hummelbrunner, R., & Miglbauer, E. (1994). Tourism promotion and potential in peripheral areas: The Austrian case. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(1-2), 41-50. <https://doi.org/10.1080/09669589409510682>
- Hwang, D., & Stewart, W. P. (2016). Social capital and collective action in rural tourism. *Journal of Travel Research*, 56(1), 81-93. <https://doi.org/10.1177/0047287515625128>
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. for appraising and building capacity for tourism development in aboriginal protected area gateway communities. *Tourism Management*, 33(4), 752-766. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.009>
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: Applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2), 6-13. <https://doi.org/10.1108/166605370780000309>
- Chavis, D. M., & Wandersman, A. (1990). Sense of community in the urban environment: A catalyst for participation and community development. *American Journal of Community Psychology*, 18(1), 55-81. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-8646-7_14
- Chhabra, D. (2008). Baby boom generation perceptions of casino gambling impacts within social exchange theory settings. *Anatolia*, 19(1), 71-88. <https://doi.org/10.1080/13032917.2008.9687054>
- Dredge, D. (2002). Networks, conflict and collaborative communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 562-581. <https://doi.org/10.2167/jost567.0>
- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., & Scott, N. (2009). Destination and enterprise management for a tourism future. *Tourism Management*, 30(1), 63-74. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.04.002>
- EbrahimPour, H., Babaei, Y., & Sokhandan, E. (2017). Examining the role of social capital on the participation of host communities in the sustainable tourism development with the mediator role of tourism effects (Case study: Sareyn). *Journal of Tourism Planning and Development*, 6(22), 118-143. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.009>

85. <https://doi.org/10.5539/ijps.v8n2p76>
- Mirfardi, A., Mokhtari, M., Haidari, A., & Daneshpazir, H. (2014). A study of the effect of social capital on the tendency of tourists in visiting a place (Case study: city of Yasooj). *Tourism Planning and Development*, 3(10), 106-125. [In Persian]
- Mohamad, N. H., & Hamzah, A. (2015). Social identity and community resilience towards tourism development in Mabul Island, Semporna Sabah, Malaysia. *International Journal of Built Environment and Sustainability*, 2(4), 230-238. <https://doi.org/10.11113/ijbes.v2.n4.101>
- Nilsson, P. A. (2007). Stakeholder theory: The need for a convenor: The case of Billund. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(2), 171-184. <https://doi.org/10.1080/15022250701372099>
- Palmer, A., Koenig-Lewis, N., & Jones, L. E. M. (2013). The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism. *Tourism Management*, 38, 142-151. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.02.019>
- Provia, K., Ronald, K., & Michelle, K. (2017). Community capacity building, local community involvement in tourism activities and community welfare in Uganda. *Journal of Tourism, Hospitality and Sports*, 27, 15-29.
- Sanaie Moghaddam, S., Mohammadi Yeganeh, B., & Rezaie, M. (2017). Evaluation and prioritization of tourist attractions in Kohgiluyeh and Boyer Ahmad province based on tourist attraction potentials. *Geographical Journal of Tourism Space*, 6(21), 1-18. <https://sid.ir/paper/214252/fa> [In Persian]
- Annals of Tourism Research*, 22(1), 186-204. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00067-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00067-3)
- Jones, S. (2005). Community-based ecotourism: The significance of social capital. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 303-324. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2004.06.007>
- Khodadadi, M. (2016). A new dawn? The Iran nuclear deal and the future of the Iranian tourism industry. *Tourism Management Perspectives*, 18, 6-9. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.019>
- Khosravi, S., Mohamed, B., & Nair, V. (2015a). Community capacity for conserving natural resources in ecotourist destinations: A review of the concept. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 4(2), 235-256.
- Khosravi, S., Shafaei, F., & Mohamed, B. (2015b). Assessing the community capacity for environmental stewardship (in Langkawi Malaysia). *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*, 20(2), 148-164.
- Laverack, G. (2006). Evaluating community capacity: Visual representation and interpretation. *Community Development Journal*, 41(3), 266-276. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsi047>
- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., & Liang, Z. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Tourism Management*, 41, 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.016>
- Liu, Y., & Cheng, J. (2016). Place identity: How tourism changes our destination. *International Journal of Psychological Studies*, 8(2), 76-





- Smith, N., Baugh Littlejohns, L., & Thompson, D. (2001). Shaking out the cobwebs: Insights into community capacity and its relation to health outcomes. *Community Development Journal*, 36(1), 30-41. <https://doi.org/10.1093/cdj/36.1.30>
- Sorensen, T., & Epps, R. (1996). Leadership and local development: Dimensions of leadership in four central Queensland towns. *Journal of Rural Studies*, 12(2), 113-125. [https://doi.org/10.1016/0743-0167\(95\)00052-6](https://doi.org/10.1016/0743-0167(95)00052-6)
- Wang, S., Zhou, L., Lee, S., & King, C. (2014). Analysis of Residents' Social Identity, Tourism Engagement, and Propensity for Tourism Advocacy. *Advances in Hospitality and Leisure*, 10, 109-129. <https://doi.org/10.1108/S1745-354220140000010006>
- WTTC (2015). *Travel & Tourism: Economic Impact 2015 Iran*. London: World Travel & Tourism Council.
- Ziaei, M., Amin Bidokhti, A. A., & Qorbani, F. (2014). Assessment of the Local Community Capacity for the Sustainable Development of Tourism. *Tourism Management Studies*, 8(24), 59-88. <https://doi.org/20.1001.1.23223294.1393.8.24.3.0> [In Persian]
- Sharifuddin, N. S. M., Zahari, M. S. M., Aizuddin, M., & Hanafiah, M. H. (2015). Is the sense of community towards participation in tourism development among the minorities in multiracial countries the same? World Academy of Science, Engineering and Technology, *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 8(11), 3695-3703.
- Sharpley, R. (2002). Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus. *Tourism Management*, 23(3), 233-244. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(01\)00078-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(01)00078-4)
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2015). Tourism and Development in the Developing World translated by Zargham Boroujeni, H., Nekouie, Z., Abbaspour, N., & Shojaie, M. Tehran: Mahkameh. [In Persian]
- Siyamiyan Gorji, A., Garcia, F. A., & Mercadé-Mele, P. (2023). Tourists' perceived destination image and behavioral intentions towards a sanctioned destination: Comparing visitors and non-visitors. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101062. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101062>