



انجمن علمی گردشگری ایران

تحلیل سیمای رفتاری گردشگران در توسعه سرمایه انسانی و اجتماعی جامعه محلی

حبیب ابراهیم پور^۱، ولی نعمتی^۲، نگین پوررستمی^۳

DOI:10.22034/jtd.2024.461070.2926

چکیده

توسعه گردشگری تأثیرات متعدد اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در جامعه محلی دارد. هدف این پژوهش بررسی نقش سیمای رفتاری گردشگران در توسعه سرمایه انسانی و اجتماعی جامعه محلی است. پژوهش از نوع توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری دربردارنده گردشگران شهرستان سرعین و جامعه محلی این شهر است و نمونه آماری دربردارنده ۳۶۷ نفر از گردشگران و به همان تعداد از جامعه محلی شهر سرعین است که به روش نمونه گیری در دسترس انتخاب شده است. داده ها به وسیله پرسش نامه گردآوری شده است. برای روایی پرسش نامه از روایی محتوایی و روایی هم گرا و اگر استفاده شده و پایایی آن نیز از طریق آلفای کرونباخ تأیید شده است. برای آزمون فرضیه های پژوهش از آزمون مدل سازی معادلات ساختاری و برای تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزارهای اس پی اس اس و اسمارت پی ال اس استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان می دهد که سیمای رفتاری گردشگران در سرمایه انسانی (دانش، مهارت، تخصص) و سرمایه اجتماعی (اعتماد، همکاری، شبکه، ارزش) جامعه محلی تأثیر مثبت و معنی داری دارد. بنابر نتایج پژوهش، در مقایسه بین تأثیرپذیری سرمایه انسانی و اجتماعی از گردشگری، سرمایه اجتماعی بیشترین تأثیرپذیری را از سیمای رفتاری گردشگران دارد؛ در نتیجه توجه به گردشگری از حیث توسعه سرمایه اجتماعی واجد اهمیت بیشتری است. براساس نتایج و یافته های پژوهش و با توجه به تأثیر سیمای رفتاری گردشگران در سرمایه انسانی و اجتماعی جامعه محلی، پیشنهاد می شود در سیاست گذاری برنامه های گردشگری افزون بر تأثیر اقتصادی گردشگری به تأثیرات انسانی و اجتماعی گردشگران نیز توجه شود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۱

واژه های کلیدی:

سیمای رفتاری گردشگران، جامعه محلی، سرمایه انسانی، سرمایه اجتماعی

مقدمه و بیان مسئله

امروزه گردشگری مفهوم و جریانی کاملاً متفاوت با گذشته پیدا کرده است و به آن به عنوان امری اقتصادی نگریسته می شود؛ به طوری که امروزه پس از صنایع نفت و خودروسازی پردرآمدترین صنعت دنیا است. کشور ایران از قطب های مهم گردشگری در جهان به شمار می رود و با برخورداری از پیشینه دیرین تمدن و فرهنگ، طبیعت و شرایط اقلیمی گوناگون و عوامل دیگر، از جمله زیارتگاه های متعدد و جاذبه های طبیعی

و انسان ساخت، توانایی قرارگیری در جایگاه مناسب نقاط پرجاذبه گردشگری در سطح منطقه ای و بین المللی را دارا است (Jafari Samimi & Khebreh, 2014). توسعه همه جانبه و علمی صنعت گردشگری نیازمند توجه به منابع انسانی و بحث آموزش و کارآمد کردن نیروی انسانی است. در دیدگاه های سنتی مدیریت توسعه، سرمایه های اقتصادی و فیزیکی و انسانی مهم ترین نقش را ایفا می کردند، اما در دوره کنونی مدیران برای توسعه، در عین حال که به سرمایه های

۱. استاد، مدیریت دولتی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. (نویسنده مسئول: حبیب ابراهیم پور)

۲. استادیار، گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۳. دانش آموخته گردشگری، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.



اقتصادی و فیزیکی و انسانی توجه می‌نمایند، باید نظرشان را بیشتر به سرمایه اجتماعی معطوف سازند (Navabakhsh & Fadavi, 2017).

مدیران امروزه دوره‌ای را تجربه می‌کنند که سرمایه واقعی سازمان‌ها «سرمایه انسانی» است؛ به عبارت دیگر، سازمان‌های پیشرو در عرصه رقابت به یاری انسان‌های هوشمند و دانش‌آفرین است که می‌توانند بر دیگر سازمان‌ها پیشی گیرند (Haji Karimi & Rahimi, 2018). بنابراین، در الگوهای رشد و توسعه، سرمایه انسانی در تعمیق و گسترش فعالیت‌های سازمان‌ها و جذب نیروی انسانی کارآمد نقش مهمی را ایفا می‌کند. از این‌رو از محورهای مهم رشد و توسعه اقتصادی نیروی انسانی شایسته و کارآمد است (Rahimi, 2013). پژوهشگران بسیاری بر این نظرند که تأثیر و تأثرات سرمایه اجتماعی و سرمایه انسانی منطقی و معنی‌دار است و کسانی که از نظر سرمایه انسانی (آموزش، تحصیلات و تجربه کاری) در سطح بالایی هستند سرمایه اجتماعی بیشتری نیز خواهند داشت (Amirkhani & Aghaz, 2011). از طرفی، جوامع برای پیشرفت و بعضاً جلوگیری از انحطاط ناگزیر به شناخت چارچوب سرمایه اجتماعی و آثار آن در جامعه و استفاده از آن به‌عنوان راهکاری برای خروج از انحطاط و رکود نیز هستند (Mehrgan & Deliri, 2013). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی را می‌توان زیربنای توسعه گردشگری در نواحی روستایی به شمار آورد و در این خصوص می‌توان به پیامدهای توسعه گردشگری اشاره نمود که به‌عنوان فعالیتی پررونق می‌تواند سرمایه‌های گوناگون نواحی روستایی را با تحول همراه سازد. بنابراین، در جهت توسعه گردشگری و ارتقای سرمایه اجتماعی در روستاها، بررسی رابطه بین این دو ضروری به نظر می‌رسد (Akbarian & Ronizi, 2013). از این‌رو، با توجه به اهمیت سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی جامعه محلی از طریق سیمای رفتاری گردشگران، در این پژوهش به تحلیل رابطه آن‌ها پرداخته می‌شود. این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش است که سیمای رفتاری گردشگران تا چه میزانی در توسعه سرمایه انسانی و اجتماعی جامعه محلی تأثیرگذار است.

سیمای رفتاری گردشگر:

چنپراسرت و همکاران (2021) بر این نظرند که رفتار گردشگران در تصمیم برای استفاده از خدمات مصرف‌کنندگان، مشتریان و کاربران تأثیر می‌گذارد.

بررسی روند تصمیم‌گیری گردشگران نشان می‌دهد که رفتار گردشگران و تصمیم آن‌ها به میزان دسترسی و در دسترس بودن، مانند زمان کافی و حق زمان برای مکان موجود، پول یا دارایی کافی برای خرید چیزهایی به‌منظور تصمیم‌گیری برای خرید یا استفاده از آن سرویس بستگی دارد. بسیاری از پژوهشگران بر این نظرند که فرایند تصمیم‌گیری گردشگران پیچیده و چندوجهی است. از نظر آن‌ها، رفتار گردشگران نتیجه مستقیم تعاملات مداوم بین فرد و محیط است.

کوهن و همکاران (2014) بر این نظرند که عبارت رفتار سفر و رفتار گردشگر عموماً برای تشریح رفتار مصرف‌کننده خدمات گردشگری به کار می‌رود. مفهوم رفتار مصرف‌کننده در گردشگری پژوهش درباره رفتار مصرف‌کنندگان گردشگری یا رفتار گردشگران است. رفتار گردشگران در واقع دسته‌بندی گردشگران برای پی بردن به ویژگی‌ها، نیازها و رفتارهای مصرف‌کنندگان در آن است. رفتار گردشگران به رفتاری برای ارائه یا تهیه کالا یا خدماتی اشاره دارد که انتظار می‌رود نیازهای خود و دیگران را برآورده سازند. مطالعه رفتار مصرف‌کنندگان یا گردشگران می‌تواند به چنین پرسش‌هایی پاسخ دهد: ۱. گردشگران چه محصولات و خدماتی را می‌خرند؟ ۲. چرا آن‌ها را می‌خرند. ۳. محصول/ خدمت را چه زمانی می‌خرند؟ ۴. محصول/ خدمت را از کجا می‌خرند؟ ۵. هر چند وقت یک بار محصول/ خدمت را می‌خرند؟ ۵. چگونه آن‌ها را ارزیابی می‌کنند؟ (Chanprasert et. al., 2021). رفتار گردشگر جنبه بسیار مهمی است که باید در هر فعالیت بازاریابی بررسی شود؛ بنابراین، در بازاریابی گردشگری نیز تعریف و شناسایی عوامل مؤثر بر مصرف‌کنندگان گردشگر به درک نیازهای فردی و فرایندهای خرید در کل پیچیدگی آن‌ها کمک می‌کند (Fratu, 2011). مواله و همکاران (2022) معتقدند برای شناخت رفتار گردشگر باید به بررسی جنبه‌های اقتصادی و رفتاری (یا جامعه‌شناختی) سفر پرداخت. عوامل متعددی در تقاضا برای سفر به روش‌های پیچیده تأثیر می‌گذارند که به روابط علی پیچیده منجر می‌شود و شناخت آن نیازمند استفاده از طیف گسترده‌ای از روش‌ها و تفاسیر است. از جمله عواملی که رفتار سفر شهری و تقاضای سفر را تعیین می‌کنند می‌توان به عوامل اجتماعی - اقتصادی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، هزینه‌های سفر، شیوه‌های حمل‌ونقل، کیفیت خدمات و الگوهای کاربری زمین اشاره کرد.



شرکت ایفا می‌کند و کاهش سرمایه انسانی به کاهش عملکرد شرکت‌ها منجر می‌شود. از این رو، حمایت از منابع انسانی به منزله سرمایه اصلی صنعت گردشگری بیش از پیش ضروری است و مدیران برای توسعه عملکرد شرکتشان باید روی شیوه‌های منابع انسانی مانند توانایی‌های رهبری، توانایی‌های ارتباطی و توانایی‌های مذاکره سرمایه‌گذاری بیشتری بکنند (Ad-itya et al., 2022).

گردشگری را می‌توان به منزله سازوکاری برای بازسازی سرمایه انسانی تحلیل کرد. سرمایه انسانی از نهاده‌های اساسی برای اقتصادهای انسانی است و دارای ارزش اقتصادی فراوانی است. بنابراین، گردشگری دارای ارزش اقتصادی مضاف بر هزینه‌ها است که می‌تواند به عنوان سرمایه‌گذاری در افزایش سرمایه انسانی یک دارایی تلقی شود. محاسبه ارزش مالی دستاوردهای سرمایه انسانی ابزار سیاسی قدرتمندتری برای بخش گردشگری است و دولت‌ها برای توسعه گردشگری توجه ویژه‌ای به این بخش دارند (Buckley, 2022). بررسی مفاهیم موجود در تعاریف سرمایه انسانی نشان می‌دهد که در بین مفاهیم و شاخص‌های ارائه شده در مباحث و تعاریف سرمایه انسانی مفاهیم دانش و مهارت و تخصص بیشتر به چشم می‌خورد و اغلب از این سه مفهوم برای تعریف، تبیین و سنجش سرمایه انسانی استفاده می‌کنند. تعریف این سه مفهوم به شرح زیر است:

- دانش: دانش به معنی شناخت، درک و آگاهی نظام‌مند و پاسخ به پرسش‌های چپستی، چرایی و چگونگی است.

- مهارت: مهارت اشاره به برتری نسبی برای انجام امور در مقایسه با دیگران دارد و به پرسش‌های «چگونگی» انجام کار و فعالیت پاسخ می‌دهد.

- تخصص: تخصص به معنی برتری مطلق فرد در مقایسه با دیگران در انجام کار و فعالیت‌های مرتبط به حوزه تخصصی است و پاسخ به پرسش «چگونگی» انجام کار و فعالیت است.

درواقع، سرمایه انسانی تخصصی شرکت دانش منحصربه‌فردی است که تنها از طریق اطلاعات ضمنی و پیچیده موجود در شرکت به دست آمده است. این مهارت‌های ممتاز زمانی گسترش می‌یابند که کارکنان را در ارائه راه‌حل‌ها برای مسائل خاص شرکت درگیر کنند و در استفاده بیشتر از شیوه‌های عملی اتی منحصربه‌فرد به آن‌ها یاری رسانند (Naderi et al., 2014).

در نتیجه، الگوی رفتاری افراد در صنعت گردشگری نیز با یکدیگر یکسان نیست؛ زیرا مسافرت یا انتخاب گزینه‌های جایگزین، محل مورد بازدید، مدت سفر، ترکیب افراد، هزینه‌کرد، وسیله حمل و نقل و... همگی از جمله تصمیمات متفاوتی است که افراد در حوزه گردشگری اتخاذ می‌کنند؛ بنابراین، تحلیل الگوهای رفتاری گردشگران می‌تواند به شناخت «چرایی» اتخاذ تصمیمات متفاوت آن‌ها درباره سفر کمک کند و از مهم‌ترین موضوعات مورد بحث الگوهای رفتار گردشگران می‌توان به خواسته‌ها و نیازهای مصرف‌کنندگان (گردشگران)، انگیزه‌ها، توقعات و سلیقه‌ها، عوامل تأثیرگذار در تصمیمات، شیوه انتخاب مقصد و نوع رفتار آن‌ها با ساکنان محلی اشاره کرد (Ziaei, 2013). بررسی تعاریف و نظریه‌های گردشگری نشان می‌دهد که سیمای رفتاری گردشگر همان رفتار عملی گردشگر در میان جامعه محلی و شامل مواردی همچون لباس پوشیدن، نظافت شخصی و پاکیزه نگهداشتن محیط، هم‌ذات‌پنداری و همدردی کردن با مردم، هم‌زبانی (متفق، متحد، زبان یکدیگر را فهمیدن)، احترام متقابل و احترام به آداب و رسوم، تعامل و معاشرت (ارتباط داشتن و معاشرت با مردم)، صحبت کردن (الگو برداری از زبان و چگونگی صحبت کردن با مردم) و غذا خوردن (علاقه‌مند بودن به غذاهای محلی و روش پخت‌وپز) است.

سرمایه انسانی

بخش گردشگری، طی سال‌ها، بخشی جدایی‌ناپذیر از راهبردها و عوامل تعیین‌کننده رشد اقتصادی شده است. رشد ناشی از گردشگری، توسعه سرمایه انسانی ناشی از گردشگری و رشد ناشی از توسعه سرمایه انسانی نقش اساسی و متقابل در رشد اقتصادی ایفا می‌کنند. از آنجاکه بخش گردشگری سهم چشمگیری در درآمدهای رشد اقتصادی دارد، سیاست‌گذاران باید به گردشگری مبتنی بر سرمایه انسانی توجه ویژه‌ای داشته باشند (Fahimi, et. Al, 2018). اودی و همکاران (2012) بر این نظرند که تغییر پارادایم‌های مدیریتی بیانگر این موضوع است که پس از سرمایه فیزیکی (پول، نیروی کار، ماشین‌آلات) سرمایه انسانی (دانش، مهارت‌ها و تجربه‌های کارکنان) مبنای مزیت رقابتی پایدار در سازمان‌ها به شمار می‌رود (Azizi et al., 2022).

کارایی سرمایه انسانی نقش مهمی در عملکرد



سرمایه اجتماعی

برن و ران (1997) بر این نظرند که سرمایه اجتماعی عمدتاً مبتنی بر عوامل فرهنگی و اجتماعی است. وجوه گوناگون پیوندها، همکاری، اعتماد متقابل و ارتباطات میان اعضای یک شبکه موجب تحقق اهداف اعضا می‌شود. علاوه بر این، سرمایه اجتماعی برای برنامه‌های توسعه توفیق‌آفرین است. وجود سرمایه اجتماعی بستر مناسبی برای بهره‌وری سرمایه انسانی، اقتصادی و فیزیکی است و نبود سرمایه اجتماعی اثربخشی سایر سرمایه‌ها را در دستیابی به توسعه منتفی می‌کند و بدون سرمایه اجتماعی، طی کردن راه‌های توسعه و تکامل فرهنگی و اقتصادی ناهموار و مشکل می‌شود. پذیرش این مفهوم به منزله نوعی سرمایه در سطح مدیریت کلان توسعه می‌تواند شناخت جدیدی را از نظام‌های اقتصادی - اجتماعی ایجاد کند و برنامه‌ریزان را در هدایت بهتر جامعه به سمت توسعه یاری رساند (Safar Ali Akbari, 2021). سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌ها، روابط و تعاملات اجتماعی بین افراد یا گروه‌ها می‌تواند بر توانایی فرد برای بهبود اقتصادی تأثیر بگذارد و موجب ارتقای وضعیت اقتصادی آن‌ها و دستیابی به تحرک در بخش گردشگری شود (Norliza & Jamal, 2024).

سرمایه اجتماعی عبارت است از شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای مشترک، همکاری و اعتماد متقابل که همکاری و هماهنگی را برای کسب منافع مشترک تسهیل می‌کند (Eftikhari, 2013). شبکه اجتماعی، به عنوان بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، توصیف‌کننده نوعی روابط شخصی است که افراد با یکدیگر به خاطر سابقه تعاملاتشان برقرار می‌کنند (Nasre Es-fahani et al., 2016).

بنابراین، سرمایه اجتماعی مفهومی جدید، مهم، شایان توجه و پویا تلقی می‌شود که با تأکید بر اهمیت متغیرهای اجتماعی موجود در تحلیل‌های اقتصادی بر غنای علوم اجتماعی می‌افزاید. کاربرد سرمایه اجتماعی و مفید بودن آن در حیطه‌هایی چون توسعه اجتماعی، توسعه اقتصادی و منطقه‌ای و محلی، مطالعات پیرامون جوامع محلی، خانواده، جوانان، مردم‌سالاری، جرم و خشونت و بهداشت عمومی و پایداری زیست‌محیطی به تدریج به اثبات رسیده است. در عین حال، روزبه‌روز محدودیت‌های سرمایه اجتماعی نیز روشن‌تر شده و توجه بیشتری به آن معطوف شده است (Piran et al., 2016).

همان‌گونه که سرمایه فیزیکی جسم یا ماده‌ای واحد نیست و شکل‌های مختلفی دارد، سرمایه اجتماعی نیز به معنای شبکه‌های اجتماعی و هنجارهای ارتباط متقابل با شکل‌ها و اندازه‌های بسیار مختلف و کاربردهای متفاوتی توسعه یافته است؛ مثلاً خانواده نوعی از سرمایه اجتماعی را نشان می‌دهد که با سرمایه اجتماعی فرد در محیط کار، هم‌کلاسی‌های دانشگاه، سازمان‌های داوطلبانه یا گروه‌های اینترنتی که در آن‌ها عضو است تفاوت دارد و این در حالی است که هریک از این‌ها نشان‌دهنده نوعی از سرمایه اجتماعی است که با یکدیگر متفاوت نیز هستند (Mahmoudza-deh, 2018). سرمایه اجتماعی مفهومی کلان است که دربرگیرنده ابعادی مانند اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و هنجارها است (Hazrati & Abolhasan, 2019).

۱. «اعتماد اجتماعی» یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است که در «بعد ذهنی - شناختی» قرار می‌گیرد و دارای سه سطح کلان (اعتماد عمومی)، میانی (اعتماد اجتماعی - نهادی) و خرد (اعتماد بین‌فردی) است. افراد براساس ذهنیت‌ها و باورهایی که درباره دیگران دارند ارتباطات خود را شکل می‌دهند، ادامه می‌دهند یا قطع می‌کنند.

۲. «هنجار اجتماعی» یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است که در «بعد ذهنی - شناختی» قرار می‌گیرد و دارای دو سطح کلان (هنجارهای تعمیم‌یافته) و میانی (هنجارهای همکاری متقابل) است. هنجارهای اجتماعی درواقع حق کنترل یک فعالیت‌اند که از یک فرد (عامل) به دیگران انتقال می‌یابند. هنگامی که یک فعالیت خروجی‌ها و بازخوردهای مشابهی برای مجموعه‌ای از افراد در پی دارد، هنجارهای اجتماعی رخ می‌نمایند.

۳. «شبکه اجتماعی» نیز یکی دیگر از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است که در «بعد عینی رفتاری» قرار می‌گیرد و دارای دو سطح میانی (روابط اجتماعی - انجمنی) و خرد (روابط و پیوندهای بین‌فردی) است. شبکه‌های اجتماعی شهری، مانند شورای محله، انجمن‌ها، گروه‌های ورزشی، گروه‌های موسیقی، گروه‌های توده‌محور نشان‌دهنده تعاملات و روابط قوی افقی هستند. شبکه‌های اجتماعی شهری افزایش‌دهنده ارزش‌های بالقوه موجود در میان افراد گروه است و به برخی هنجارهای اجتماعی شکل می‌دهد. درواقع، هنجارهای انعطاف‌پذیر توسط شبکه روابط تقویت می‌شوند.



سرمایه طبیعی، فیزیکی، انسانی، مالی، نوآوری و سرمایه مستقیم خارجی، با نسبتی نزدیک به آن، موجب افزایش درآمد کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته از محل گردشگری می‌شود. نتایج بررسی نقش گردشگری در بهبود شاخص‌های سرمایه اجتماعی سکونتگاه‌های روستایی نشان داد که شاخص تشکیل انجمن و نهادهای حمایتی، نگرش مثبت مردم به گردشگران، تمایل مردم به ورود گردشگر از جمله شاخص‌های سرمایه اجتماعی است که در اثر ورود و رفت‌وآمد گردشگران بهبود یافته است (Safar Ali Akbari, 2021). نتایج پژوهش الگوسازی شبکه‌های اجتماعی در رفتار گردشگران با رویکرد ساختاری - تفسیری نشان داد که محیط کلان، بازاریابی، عوامل مدیریتی و فردی و گروهی تأثیر اساسی برای بهبود فرایندهای گردشگری، ارزش آفرینی و کسب سود دارد و از این مؤلفه‌ها می‌توان به‌منزله الگویی برای توسعه گردشگری استفاده کرد (Minaei et al., 2018). نتایج بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل به ورود گردشگر نشان داد که متغیرهای سرمایه اجتماعی از جمله اعتماد، انسجام و مشارکت تأثیر مثبت و معنی‌داری در تمایل ورود گردشگران دارد و این متغیرها موجب افزایش تعداد گردشگران در مناطق گردشگری می‌شود (Habibi, 2016). رحمانی و مظاهری (2014)، در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر مهاجرت بر انباشت سرمایه انسانی و رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه (1975-2000)»، نتیجه گرفته‌اند که چشم‌انداز مهاجرت اثری مثبت و معنی‌داری بر انباشت سرمایه انسانی دارد. همچنین خود مهاجرت بالفعل نیز در هر دوره اثر منفی بر انباشت سرمایه انسانی دارد. اکبریان (2013)، در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی»، نتیجه گرفته است که رابطه مستقیم و معنی‌دار آماری بین توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی وجود دارد. جعفری صمیمی و خیره (2014)، در پژوهشی با عنوان «اثر گردشگری بر توسعه انسانی»، نتیجه گرفته‌اند که تعداد ورود گردشگران خارجی اثر مثبت و معنی‌داری بر توسعه انسانی کشورها دارد؛ از این رو، توسعه این صنعت به‌منظور دستیابی به اهداف توسعه اقتصادی و انسانی برای هر کشوری ضروری به نظر می‌رسد. مهرگان و دلیری (2013)، در پژوهشی با عنوان «بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و توسعه انسانی در استان‌های ایران»، به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه اجتماعی اثرات مثبتی بر توسعه انسانی در استان‌های ایران دارد و از سوی دیگر، توسعه انسانی سبب شکل‌گیری

۴. «مشارکت» نیز یکی دیگر از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است که در «بعد عینی رفتاری» قرار می‌گیرد و دارای سه سطح کلان، میانی (مشارکت رسمی) و خرد (مشارکت غیررسمی) است. مشارکت رسمی در سطوح مختلف دارای اشکال متفاوتی است و از شرکت در انتخابات ریاست جمهوری، مجلس، شورای شهر و محله گرفته تا هرگونه همکاری (کمک فکری یا کمک مالی) با نهادهای مدنی و گروه‌های اجتماعی متغیر است. مشارکت غیررسمی نیز شامل هرگونه همکاری داوطلبانه در مراسم‌های مذهبی، کمک به دوستان و همسایگان است (Alambaz, 2018).

العموش و همکاران (2022) باور دارند سرمایه اجتماعی مفهومی است که در گردشگری به رسمیت شناخته شده و اهمیت روزافزونی یافته است. سرمایه اجتماعی به شبکه‌ها، روابط و تعاملات اجتماعی بین افراد، گروه‌ها و جوامع اشاره دارد که در آن سرمایه اجتماعی نقش مهمی در شکل دادن به روابط بین گردشگران، ساکنان محلی، مشاغل و سایر ذی‌نفعان ایفا می‌کند (Norliza & Jamal, 2024). لی و وو (2020) بر این نظرند که رابطه گردشگر - مقصد می‌تواند در چارچوب تحلیلی سرمایه اجتماعی گنجانده شود (Lin et al., 2022). این تجربه کلی موجب افزایش تعداد گردشگران می‌شود و به رفاه ساکنان و بازدیدکنندگان یکسان کمک می‌کند. سرمایه اجتماعی که شبکه‌ها را در بر می‌گیرد از طریق روابط و تعاملات اجتماعی بین افراد یا گروه‌ها می‌تواند در توانایی فرد برای بهبود تأثیر بگذارد و به بهبود وضعیت اقتصادی آن‌ها و دستیابی به تحرک صعودی در بخش گردشگری منجر شود (Norli-za & Jamal, 2024).

پیشینه پژوهش

بررسی پیشینه داخلی نشان می‌دهد که پژوهش‌های متعددی در زمینه رفتار گردشگران و سرمایه انسانی و اجتماعی انجام شده است. نتایج پژوهش علیزاده جورکویه و همکاران (2023) نشان می‌دهد که خصوصیت محیط گردشگری، خصوصیت فرهنگ غذایی و خصوصیت شخصی گردشگران در تمایلات رفتاری گردشگران تأثیرگذار است. این عوامل با نسبت‌های متفاوت در جذب گردشگر و جهت‌دهی به تمایلات رفتاری گردشگران تأثیر دارد. اخباری آزاد و همکاران (2022)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر انواع سرمایه بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جهان»، به این نتیجه رسیدند که هر میزان افزایش انباشت



و تقویت لایه‌های سرمایه اجتماعی در استان‌ها می‌شود. عمومی و ساعی (2013) با بررسی تأثیر توسعه سرمایه اجتماعی در ارتقای انسجام اجتماعی و ملی به این نتیجه رسیدند که توسعه سرمایه اجتماعی توانایی افزایش انسجام اجتماعی و ملی را دارد. رزمی و شرکت بزازان (2012)، در پژوهشی با عنوان «بررسی اثر سرمایه اجتماعی بر توسعه انسانی در ایران»، به این نتیجه دست یافته‌اند که اثری منفی و قابل توجه از موارد قضایی بر سطح شاخص توسعه منابع انسانی (HDI) وجود دارد و شاخص مشارکت انتخابات به‌طور آماری اثر قابل توجهی بر شاخص توسعه انسانی ایران ندارد. شاطریان و همکاران (2013) در بررسی خود با عنوان «تحلیلی بر نقش سرمایه‌های انسانی در توسعه شهر کاشان» به این نتیجه رسیدند که همه متغیرها، به‌جز رسانه‌های جمعی، ارتباط معنی‌داری با توسعه شهری دارند. علیای (2011) در بررسی خود با عنوان «علل توسعه‌نیافتگی ایران از منظر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی» نشان دادند که سرمایه اجتماعی و انسانی در توسعه‌نیافتگی سکونت‌گاه‌های روستایی منطقه بررسی شده تأثیر می‌گذارد.

پیشینه خارجی درباره مفاهیم موردنظر بررسی شده است که به نتایج برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. نورلیزا و جمال (2024) با بررسی سرمایه اجتماعی و تحرک اقتصادی در گردشگری به این نتیجه رسیدند که چهار مفهوم محوری توسعه جامعه، سازگاری جامعه، مشارکت جامعه و کیفیت زندگی راهکار اصلی توسعه سرمایه اجتماعی، ذی‌نفعان و جوامع محلی به شمار می‌روند. آرموتچو و همکاران (2023)، در پژوهشی با عنوان «رفتار گردشگران: بازاریابی دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی»، به این نتیجه رسیدند که رضایت و تعاملات بازاریابی دیجیتال نقش تعیین‌کننده‌ای در قصد بازدید از مقصد گردشگری دارد. شناخت دیدگاه گردشگران درباره انتخاب مقصد برای سیاست‌گذاران، کسب‌وکارها و بازاریابان بسیار مهم است زیرا به تدوین راهبردهای مناسب برای افزایش بازدید از مقصد کمک می‌کند. بر این اساس، راهکارهایی برای تشویق گردشگران به اشتراک‌گذاری تجربیات و سطح رضایت خود از طریق کانال‌های بازاریابی دیجیتال با ارتقای کیفیت محصولات و خدمات ارائه دادند. لین و همکاران (2022)، با بررسی «تأثیر تعامل گردشگر به گردشگر در رفتار مسئولانه گردشگر: شواهدی از چین»، به این نتیجه رسیدند که درحالی‌که دلبستگی به مقصد را می‌توان با اشتراک‌گذاری اطلاعات گردشگری

بهبود بخشید، از نظر تفاوت‌های نسلی، گردشگران نسل Y چینی بیشتر از گردشگران نسل X چین در اشتراک‌گذاری اطلاعات گردشگری درگیرند. علاوه‌بر این، رابطه بین خودافشایی و هنجارهای گروهی درک شده برای گردشگران نسل X قابل توجه است اما برای گردشگران نسل Y جالب توجه نیست. بوای (2022) در پژوهش «ارزیابی مدل جدید رفتار گردشگران براساس تئوری توسعه‌یافته رفتار برنامه‌ریزی شده» به این نتیجه رسیدند که تصویر مقصد موجب افزایش تمایل گردشگران به سفر می‌شود و به‌نوبه خود رفتار گردشگران را جهت می‌دهد. بنابراین، مقامات محلی باید در ارائه تصویر مثبت از مقصد بکوشند تا از این طریق قصد سفر و پیش‌بینی بهتر رفتار گردشگر مفید برای جامعه محلی افزایش یابد. چای آن اویی و همکاران (2015) در پژوهشی با عنوان «تنوع در سرمایه انسانی و اجتماعی»، که به ارتباط بین ترکیب هیئت‌مدیره ۸۵ شرکت گردشگری در چین، هنگ‌کنگ، مالزی و سنگاپور و عملکرد شرکت‌ها پرداخته‌اند، به این نتیجه رسیدند که تنوع در سرمایه با عملکرد شرکت‌ها رابطه معنی‌داری دارد. لیو و همکاران (2014) با بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تشویق رفتارهای طرفدار محیط‌زیست ساکنان در اکوتوریسم مبتنی بر جامعه به این نتیجه رسیدند که منافع اقتصادی در رفتار طرفدار محیط‌زیست ساکنان تأثیر مستقیم دارد و سطح بالای سرمایه اجتماعی، به‌خصوص نوع شناختی، ابزاری برای تشویق رفتارهای طرفدارانه محیط‌زیست ساکنان است.

بررسی پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که رفتار گردشگر، با ابعاد و مؤلفه‌ها و ویژگی‌های متعدد، سرمایه انسانی و اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و با توجه به اهمیت گردشگری در توسعه انسانی و اجتماعی این مورد توجه پژوهشگران و نظریه‌پردازان بوده است. تعمق و تأمل در این مفاهیم ترکیب‌بندی مفهومی این پژوهش را فراهم آورد و مفاهیم اصلی و فرعی پژوهش را شکل داد. این پژوهش با ایجاد سازه مفهومی سه‌گانه، مدل مفهومی مرکب از سیمای رفتاری گردشگران، سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی را ترسیم و بررسی می‌کند.

مدل مفهومی پژوهش

سیمای رفتاری گردشگر در این پژوهش همان رفتار بروز داده‌شده گردشگر در میان جامعه محلی است که با مفاهیم لباس پوشیدن، نظافت شخصی،



یافته‌های پژوهش و بحث و بررسی

آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی پژوهش: یافته‌های آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد که ۱۴/۴ درصد از گردشگران پاسخ‌دهنده دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۲۳/۲ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۲۰/۴ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۳۲/۴ درصد دارای تحصیلات لیسانس و ۹/۵ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بودند و ۲۱/۲۵ درصد از پاسخ‌دهندگان جامعه محلی دارای تحصیلات زیر دیپلم، ۲۵/۰۷ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۱۴/۷۱ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۳۰/۵۲ درصد دارای تحصیلات لیسانس و ۸/۴۵ درصد دارای تحصیلات فوق لیسانس و بالاتر بودند. از گردشگران مورد بررسی در پژوهش، ۲۳۹ نفر (۶۵/۱ درصد) مرد و ۱۲۸ نفر (۳۴/۹ درصد) زن و از افراد جامعه محلی، ۱۷۶ نفر (۴۷/۹۶ درصد) زن و ۱۹۱ نفر (۵۲/۰۴ درصد) مرد بودند. از جامعه گردشگری، ۴۲ نفر (۱۱/۴ درصد) کمتر از ۲۰ سال، ۱۱۰ نفر (۳۰ درصد) بین ۲۰ تا ۲۹ سال، ۱۰۲ نفر (۲۷/۸ درصد) بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۷۵ نفر (۲۰/۴ درصد) بین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۳۸ نفر (۱۰/۴ درصد) بیشتر از ۵۰ سال و از جامعه محلی، ۷ نفر (۱/۹۱ درصد) کمتر از ۲۰ سال، ۱۲۹ نفر (۳۵/۱۵ درصد) بین ۲۰ تا ۲۹ سال، ۱۲۶ نفر (۳۴/۳۳ درصد) بین ۳۰ تا ۳۹ سال، ۵۹ نفر (۱۶/۰۸ درصد) بین ۴۰ تا ۴۹ سال و ۴۶ نفر (۱۲/۵۳ درصد) بیشتر از ۵۰ سال داشتند. توصیف سیمای جمعیت‌شناختی جامعه آماری در پژوهش با متغیرهای تحصیلات، سن و جنسیت صورت گرفت. هدف پژوهشگران دستیابی به وضعیت توصیفی ترکیب جنسیتی، سنی و تحصیلی در پاسخ به پرسش‌ها بوده و تأثیر آن‌ها در نتیجه بررسی و در رابطه بین متغیرها بررسی نشده است.

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش: بر اساس آمار توصیفی متغیرهای پژوهش از نظر شاخص‌های آماری، میانگین سیمای رفتاری گردشگران با متغیرهای احترام متقابل، تعامل و معاشرت صحبت کردن، غذا خوردن، لباس پوشیدن، نظافت شخصی، هم‌ذات‌پنداری و هم‌زبانی برابر با ۳/۵۳ (با انحراف استاندارد ۰/۵۷)، میانگین سرمایه انسانی با متغیرهای دانش، مهارت و تخصص برابر با ۳/۶۵ (با انحراف معیار ۰/۷۱) و میانگین سرمایه اجتماعی همکاری، شبکه، اعتماد و ارزش ۳/۶۶ (با

هم‌ذات‌پنداری، هم‌زبانی، احترام متقابل، تعامل و معاشرت، صحبت کردن و غذا خوردن تعریف می‌شود. این مفاهیم از پژوهش ضیایی (۲۰۱۳) اقتباس شده است و به‌عنوان متغیر مستقل در این پژوهش لحاظ شده است. متغیرهای وابسته سرمایه انسانی با مفاهیم دانش، مهارت و تخصص از پژوهش نادری و همکاران (۲۰۱۵) و امیرخانی و همکاران (۲۰۱۰) و سرمایه اجتماعی با مفاهیم اعتماد، همکاری، شبکه و ارزش از پژوهش حضرتی و تنهایی (۲۰۰۹) و نصر اصفهانی و همکاران (۲۰۱۶) اقتباس شده و متغیرهای وابسته در نظر گرفته شده است. براساس این سه متغیر، مدل مفهومی پژوهش شکل گرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش توصیفی-پیمایشی است. متغیرها و اجزای مدل پژوهش با روش مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی متون شناسایی و تعریف شده است. جامعه مورد بررسی تمامی گردشگران داخلی شهر سرعین بوده‌اند. براساس داده‌های میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان سرعین، شمار گردشگران سرعین در بازه زمانی تابستان حدود ۲۰ هزار نفر (به‌عنوان جامعه آماری گردشگران) تخمین زده شد و جمعیت ثابت شهر سرعین نیز حدود ۸ هزار نفر (به‌عنوان جامعه آماری جامعه محلی) بوده است. حجم نمونه با روش نمونه‌گیری کوکران تعیین شد. با توجه به حجم نمونه برآورده شده و با توجه به احتمال تکمیل نشدن پرسش‌نامه‌ها توسط گردشگران و جامعه محلی، پرسش‌نامه‌ها بین ۴۷۰ نفر از افراد محلی و ۴۷۰ گردشگر سرعین توزیع شد که در نهایت، پس از حذف پرسش‌نامه‌های ناقص یا کامل اما فاقد ارزش بررسی، ۳۶۷ پرسش‌نامه قابل بررسی از هر گروه (گردشگر و جامعه محلی) به‌عنوان حجم نمونه عملیاتی پژوهش برای گردشگران و همچنین، جامعه محلی در نظر گرفته شد. از دو پرسش‌نامه (پرسش‌نامه محقق‌ساخته) به‌عنوان ابزار گردآوری اطلاعات استفاده شد. به‌منظور انجام محاسبات آماری، پاسخ به پرسش‌ها و آزمون فرضیه‌ها، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM)^۱ و از نرم‌افزارهای اسپس‌اس ۲۴، اکسل ۱۰ و اسمارت‌پی‌ال‌اس ۲ استفاده شده است.



انحراف استاندارد ۰/۷) بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که میانگین همه متغیرها بیشتر از متوسط است.

بررسی مدل اندازه‌گیری: نتایج تجزیه و تحلیل بارهای عاملی و ضرایب t بین تمامی پرسش‌ها و متغیرهای مکنون نشان می‌دهد که مقدار بار عاملی و ضریب t برای تمامی پرسش‌ها به ترتیب بیشتر از ۰/۴ و ۱/۹۶ بوده است که نشان از مطلوبیت مقادیر دارد. نتایج تجزیه و تحلیل ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای بررسی همسانی درونی مدل اندازه‌گیری در روش پی‌ال‌اس از معیار مدرن‌تری به نام پایایی ترکیبی نشان می‌دهد که مقدار پایایی ترکیبی برای هر سازه بیشتر از ۰/۷ است که بیانگر پایداری درونی مطلوب برای مدل اندازه‌گیری است؛ از این رو، مقدار ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی برای سازه‌های پژوهش پذیرفتنی است (جدول ۱).

جدول ۱: نتایج ضریب آلفای کرونباخ و ضریب پایایی ترکیبی

ضریب پایایی ترکیبی	ضریب آلفای کرونباخ	سازه‌های پژوهش
(CR>0.7)	(Alpha>0.7)	
950/0	945/0	سیمای رفتاری گردشگران
944/0	938/0	سرمایه انسانی
946/0	940/0	سرمایه اجتماعی

سنجش روایی تشخیصی^۱ (روایی هم‌گرا^۲ و روایی واگرا^۳): نتایج مربوط به بررسی روایی هم‌گرا نشان می‌دهد که این معیار برای سیمای رفتاری گردشگران 58/0، برای سرمایه انسانی 69/0 و برای سرمایه اجتماعی 75/0 است. با توجه به اینکه سازه‌های پژوهش بیشتر از مقدار بحرانی 5/0 است، مطلوبیت مدل‌های اندازه‌گیری تأیید می‌شود.

نتایج بررسی روایی واگرا نشان می‌دهد که مقدار جذر AVE متغیرهای مکنون در این پژوهش در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس از مقدار همبستگی میان آن‌ها در خانه‌های پایین و چپ قطر اصلی بیشتر است. از این رو می‌توان گفت سازه‌ها (متغیرهای مکنون) در

مدل تعامل بیشتری با پرسش‌های خود دارند. به بیان دیگر، روایی واگرای مدل در حد مناسبی است (جدول ۳).
آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری: نتایج ارزیابی کیفیت مدل اندازه‌گیری با شاخص اشتراک یا روایی متقاطع برای دستیابی به ظرفیت مدل مسیر در پیش‌بینی متغیرهای مشاهده‌پذیر از طریق مقادیر متغیر مکنون نشان می‌دهد که این شاخص برای همه متغیرهای پژوهش مثبت و میانگین کل آن برابر 65/0 است که نشان از کیفیت مناسب مدل‌های اندازه‌گیری دارد. در نتیجه، همه معیارهایی که برای بررسی مدل اندازه‌گیری استفاده شده است مناسب بودن بخش اندازه‌گیری مدل را نشان می‌دهد، به این معنی که پرسش‌نامه پژوهش از روایی مناسبی برخوردار است.
بررسی مدل ساختاری: به منظور بررسی مناسب بودن مدل ساختاری از ضرایب معنی‌داری Z ، معیار R^2 ، معیار اندازه تأثیر f^2 و معیار Q^2 استفاده شده است. نتایج بررسی برازش مدل ساختاری با ضرایب معنی‌داری Z نشان می‌دهد که در سطح معنی‌داری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره 64/1، 96/1 و 58/2 مقایسه می‌شود. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، مقادیر t برای تمامی پرسش‌ها بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی‌دار است. همچنین، مقادیر t برای تمامی مسیرهای موجود در مدل بزرگ‌تر از ۱/۹۶ و در سطح ۹۵ درصد معنی‌دار است (نمودار 1 و 2).

دومین معیار بررسی مدل ساختاری ضرایب R^2 مربوط به متغیرهای مکنون درون‌زا در مدل است و نشان‌دهنده تأثیر یک متغیر برون‌زا در یک متغیر درون‌زا است که سه مقدار ۰/۱۹، 33/0 و 67/0 به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی R^2 در نظر گرفته می‌شوند. هرچه R^2 مربوط به سازه‌های درون‌زای یک مدل بیشتر باشد، نشان از برازش بهتر مدل دارد. با توجه به نمودار ۳ و 4 (اعداد درون دایره‌ها)، مقادیر R^2 برای متغیرهای درون‌زای سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی به ترتیب برابر 315/0 و 693/0 و در حد قابل قبول و مطلوبی هستند؛ به عبارتی، ارتباط ساختاری نسبتاً قوی دارند.

سومین معیار بررسی مدل ساختاری Q^2 است. این معیار قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را مشخص می‌کند؛ بدین معنی که اگر در یک مدل روابط بین سازه‌ها به‌درستی تعریف شده باشند، سازه‌ها قادر خواهند بود تأثیر کافی در شاخص‌های یکدیگر بگذارند و از این راه فرضیه‌ها به‌درستی تأیید

1. Discriminant Validity
2. Convergent Validity
3. Divergent Validity



آزمون فرضیه‌ها

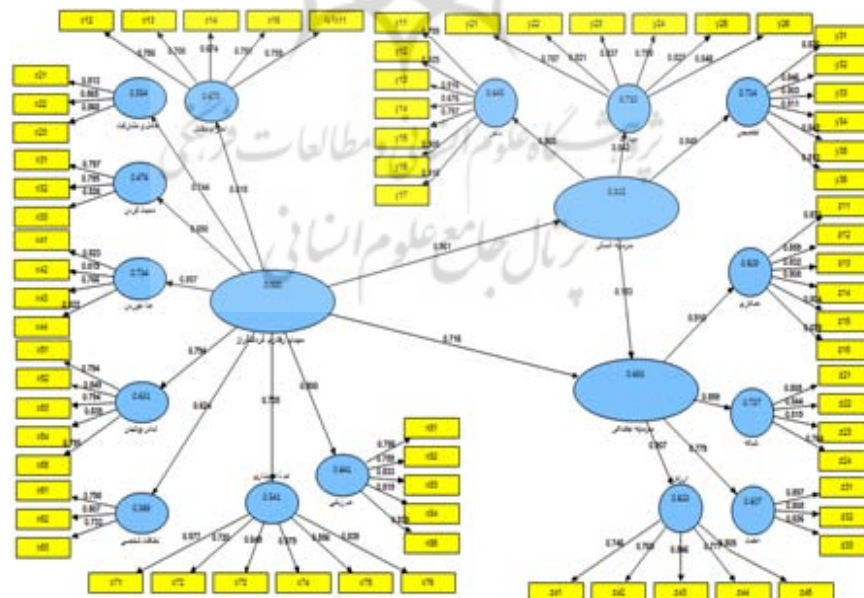
سیمای رفتاری گردشگران، با مقدار آماره t بیشتر از $2/58$ و ضریب بتای $561/0$ و با احتمال 99 درصد، تأثیر معنی‌داری در توسعه سرمایه انسانی جامعه محلی سرعت دارد (فرضیه نخست)؛ بدین مفهوم که با افزایش یک انحراف استاندارد در سیمای رفتاری گردشگران سرمایه انسانی به اندازه $561/0$ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. سیمای رفتاری گردشگران، با ضریب بتای $716/0$ تأثیر معنی‌داری در توسعه سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعت دارد (فرضیه دوم)؛ به این معنی که با افزایش یک انحراف استاندارد در سیمای رفتاری گردشگران سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعت به اندازه $716/0$ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت. سرمایه انسانی، با ضریب بتای $183/0$ تأثیر معنی‌داری در سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعت دارد (فرضیه سوم)؛ به این معنی که با افزایش یک انحراف استاندارد در سرمایه انسانی سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعت به اندازه $183/0$ انحراف استاندارد افزایش خواهد یافت؛ بنابراین، با توجه به تحلیل‌های انجام‌شده از لحاظ آماری، فرضیه مطرح‌شده مبنی بر تأثیر سرمایه انسانی در سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعت با احتمال 99 درصد معنی‌دار است (جدول ۲).

شوند. مقدار $Q^2 Q^2$ درخصوص همه سازه‌های درون‌زاسه مقدار $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ را به‌عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی تعیین می‌کند.

چهارمین معیار بررسی مدل ساختاری اندازه تأثیر $f^2 f^2$ است. برای تعیین شدت رابطه میان متغیرهای مکنون، مقادیر معیار اندازه اثر $0/02$ ، $0/15$ و $0/35$ بود که به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و بزرگ یک سازه بر سازه دیگر دارد.

در نتیجه، معیارهای $f^2 f^2$ و $Q^2 Q^2$ و $R^2 R^2$ سازه‌های پژوهش نشان از مناسب بودن میزان تأثیر متغیرهای مستقل در متغیر وابسته و همچنین نشان از قدرت پیش‌بینی مطلوب مدل درخصوص این سازه دارد. بنابراین، تمامی معیارهای سنجش مدل ساختاری برازش مطلوب مدل ساختاری را نشان می‌دهند.

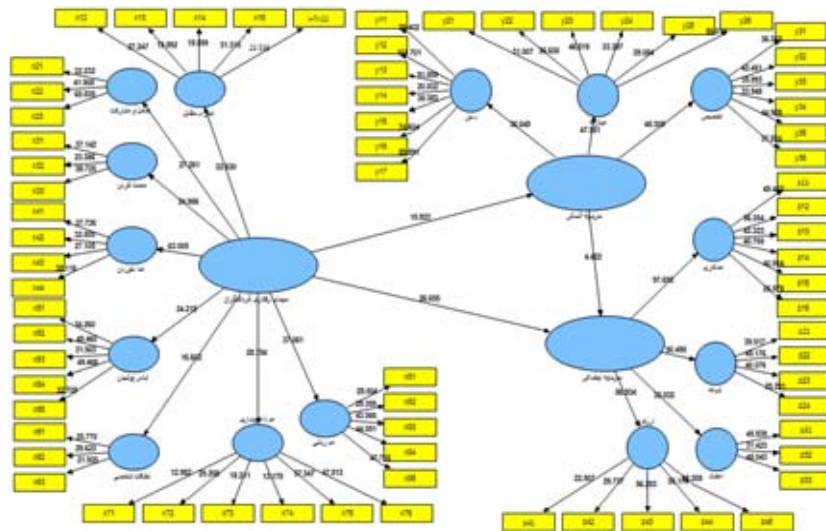
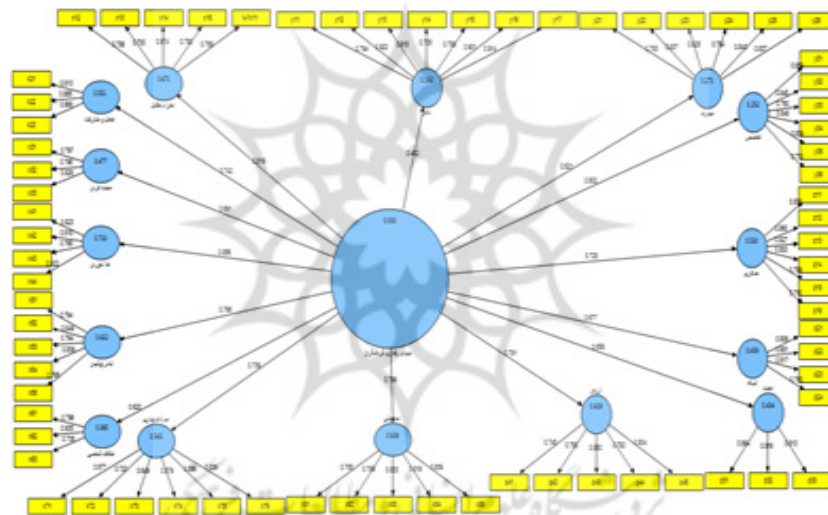
بررسی مدل کلی: برای بررسی برازش مدل کلی از معیار GOF استفاده شده است. معیار GOF با سه مقدار $0/01$ ، $0/25$ و $0/36$ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF به دست آمد و مقدار میانگین مقادیر اشتراکی ($Communalities$) مقدار $0/647$ و میانگین مقادیر $R^2 R^2$ مقدار $0/629$ شد. مقدار معیار GOF معادل $0/638$ به دست آمد که نشان از برازش قوی مدل کلی پژوهش دارد.



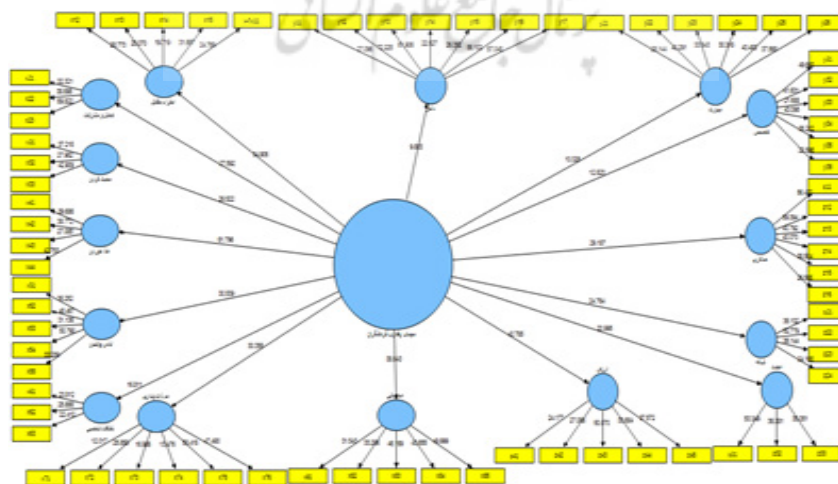
نمودار ۱: مدل مفهومی پژوهش به همراه ضرایب استاندارد شده بار عاملی برای بررسی فرضیات اصلی^۲

1. Goodness Of Fit

۲. در نمودارهای 1 تا 4، دایره بزرگ آبی ابعاد و دایره‌های کوچک شاخص‌ها هستند. مستطیل زرد رنگ پرسش‌های پرسش‌نامه است: X پرسش‌های سیمای رفتاری گردشگران، Y پرسش‌های متغیر سرمایه انسانی و Z پرسش‌های سرمایه اجتماعی است.

نمودار ۲: مدل مفهومی پژوهش به همراه ضرایب t -Values برای فرضیات اصلی

نمودار ۳: مدل مفهومی پژوهش به همراه ضرایب استاندارد شده بار عاملی برای فرضیات فرعی

نمودار ۴: مدل مفهومی پژوهش به همراه ضرایب t -Values برای فرضیات فرعی

جدول ۲: بررسی فرضیه نخست

فرضیه اول	ضریب مسیر	آماره t	اندازه تأثیر مستقیم	نتیجه آزمون
فرضیه اول	۰/۵۶۱	۱۵/۹۲۳	۰/۵۶۱	تأیید شد
فرضیه دوم	۰/۷۱۶	۲۶/۶۵	۰/۷۱۶	تأیید شد
فرضیه سوم	۰/۱۸۳	۴/۴۲	۰/۱۸۳	تأیید شد

خوبی قرار دارد که بیانگر تأیید فرضیه‌های فرعی است. بنابر نتایج بررسی فرضیه‌های فرعی (جدول ۳)، همه فرضیه‌های فرعی و اصلی پژوهش با توجه به داده‌های گردآوری‌شده به لحاظ آماری معنی‌دار و مورد تأیید است. با توجه به مقادیر ضریب مسیر محاسبه‌شده بین سیمای رفتاری گردشگران و هفت متغیر وابسته موجود در مدل مفهومی فرعی پژوهش، می‌شود گفت که بیشترین تأثیر سیمای رفتاری گردشگران در توسعه جامعه محلی سریع و کمترین تأثیر سیمای رفتاری گردشگران در دانش جامعه محلی سریع است (جدول ۳).

به‌منظور بررسی فرضیه‌های فرعی، دوباره مدل‌سازی در نرم‌افزار اسمارت‌پی‌ال اس ۲ صورت گرفت که در آن سیمای رفتاری گردشگران (با ۸ سازه مرتبه اول) به‌عنوان متغیر مستقل و خرده‌مقیاس‌های سرمایه انسانی (دانش، مهارت و تخصص) و خرده‌مقیاس‌های سرمایه اجتماعی (همکاری، شبکه، اعتماد و ارزش) به‌عنوان متغیرهای وابسته وارد مدل شدند و معیارهای Q^2Q^2 و R^2R^2 و GOF برای سازه‌های مدل اجرا شد. نتایج تجزیه و تحلیل نشان می‌دهد که مدل کلی از مطلوبیت مناسب برخوردار است ($GOF=0.56$) و پیش‌بینی متغیرهای وابسته توسط متغیر مستقل سیمای رفتاری گردشگران در حد

جدول ۳: نتایج آزمون فرضیه‌های فرعی پژوهش

فرضیات	میزان تأثیر	آماره t	نتیجه آزمون
H1 سیمای رفتاری گردشگران بر توسعه دانش جامعه محلی اثر دارد	۰/۴۴	۹/۸۴	تأیید شد
H2 سیمای رفتاری گردشگران بر توسعه مهارت جامعه محلی اثر دارد	۰/۵۲	۱۳/۳۲	تأیید شد
H3 سیمای رفتاری گردشگران بر توسعه تخصص جامعه محلی اثر دارد	۰/۵۰	۱۲/۸۳	تأیید شد
H4 سیمای رفتاری گردشگران بر توسعه اعتماد جامعه محلی اثر دارد	۰/۷۲	۲۰/۹۹	تأیید شد
H5 سیمای رفتاری گردشگران بر توسعه همکاری جامعه محلی اثر دارد	۰/۶۷	۲۹/۱۸	تأیید شد
H6 سیمای رفتاری گردشگران بر توسعه شبکه جامعه محلی اثر دارد	۰/۶۵	۲۴/۷۶	تأیید شد
H7 سیمای رفتاری گردشگران بر توسعه ارزش جامعه محلی اثر دارد	۰/۷۸	۴۰/۷۸	تأیید شد

شخصی، هم‌ذات‌پنداری و هم‌زبانی می‌شود سرمایه انسانی بیشتری را در جامعه محلی سریع ایجاد کرد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سیمای رفتاری گردشگران در توسعه سرمایه اجتماعی جامعه محلی سریع تأثیر معنی‌داری دارد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش محمدزاده (۲۰۱۸) هم‌خوانی دارد. بنابراین، با افزایش کیفیت سیمای رفتاری گردشگران از طریق احترام متقابل، تعامل و معاشرت، نظافت شخصی و... می‌شود

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سیمای رفتاری گردشگران در توسعه سرمایه انسانی جامعه محلی سریع با احتمال ۹۹ درصد تأثیر معنی‌داری دارد. این نتیجه با نتایج یافته‌های پژوهش رحمانی و مظاهری (۲۰۱۳) و جعفری صمیمی و خبره (۲۰۱۴) هم‌خوانی دارد؛ بنابراین، با افزایش کیفیت سیمای رفتاری گردشگران از طریق احترام متقابل، تعامل و معاشرت، صحبت کردن، غذا خوردن، لباس پوشیدن، نظافت



سرمایه اجتماعی بیشتری را در جامعه محلی سرعین ایجاد کرد. همچنین، بنابر یافته‌های پژوهش، سرمایه انسانی در سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعین تأثیر معنی‌داری دارد. این یافته‌ها با نتایج پژوهش مهرگان و دلیری (۲۰۱۳) مبنی بر تأثیر متقابل سرمایه انسانی و اجتماعی تا حدودی هم‌خوانی دارد. بنابراین، با افزایش سرمایه انسانی جامعه محلی سرعین از طریق افزایش دانش، مهارت و تخصص می‌توان سرمایه اجتماعی بیشتری در این مقصد گردشگری ایجاد کرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج مطالعه و بررسی تأثیر سیمای رفتاری گردشگران در توسعه سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی نشان داد که مواجهه و تعامل گردشگران و جامعه محلی تأثیر و تأثر متقابل دارد و گردشگری، افزون‌بر تأثیرات اقتصادی در مقصد یا جامعه محلی، موجب توسعه سرمایه انسانی از جمله دانش، مهارت و تخصص افراد جامعه محلی و سرمایه اجتماعی می‌شود. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود در جهت آگاه‌سازی مردم محلی از تأثیرات انسانی و اجتماعی گردشگران در کنار تأثیرات اقتصادی تلاش‌هایی صورت گیرد و بستر لازم برای پشتیبانی از برنامه‌های توسعه سرمایه انسانی و اجتماعی در بین افراد جامعه محلی فراهم شود. سرمایه اجتماعی عاملی مهم در دستیابی به توسعه پایدار گردشگری به شمار می‌رود و سرمایه‌گذاری در این حوزه دستیابی به توسعه را تسهیل و هزینه‌های لازم برای دستیابی به آن را تا حد زیادی کاهش می‌دهد؛ بنابراین، لازم است هنگام برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری در مقاصد به نقش افراد جامعه محلی به‌منزله سرمایه انسانی و اجتماعی در فرایند توسعه پایدار توجه لازم صورت گیرد. همچنین، لازم است تشویق و توانمندسازی شاخص‌های سرمایه انسانی و به تبع آن تقویت روابط اجتماعی میان واحدها و افراد در جهت همکاری‌های گروهی بین سازمان‌های مرتبط با گردشگری و در بین جوامع محلی در سیاست‌گذاری‌های گردشگری مورد توجه قرار گیرد. در کنار این‌ها، احیای ارزش‌های ملی، مذهبی و ناحیه‌ای، که ریشه در فرهنگ و سنت‌های هر ناحیه دارد، می‌تواند به غنای فرهنگی و اجتماعی آن بخش منجر شود و قدرت جامعه برای مقابله با بحران‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را افزایش دهد. از محدودیت‌هایی که پژوهش با آن مواجه بود آشنایی کم جامعه محلی با مفاهیم سرمایه انسانی و اجتماعی بود که توضیح و تبیین آن برای جامعه آماری

دشوار می‌شد. همچنین، به‌علت تعدد متغیرها و پرسش‌های پژوهش، تمایل به پاسخ‌گویی جامعه آماری را کم می‌کرد که پژوهشگران به طرق مختلف باید این محدودیت را برطرف می‌کردند. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، افزون‌بر سیمای رفتاری، سیمای جمعیت‌شناختی، شخصیتی و فرهنگی (قومیتی) گردشگران و تأثیر آن در سرمایه انسانی و اجتماعی مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

- اخباری آزاد، میر علی‌اکبر، شاه‌آبادی، ابوالفضل و حق‌خواه، داود (۱۴۰۱). تأثیر انواع سرمایه بر توسعه صنعت گردشگری در کشورهای منتخب جهان. پژوهشنامه بازرگانی، ۲۶ (۱۰۳)، ۷۷-۱۰۵.
<https://doi.org/10.22034/ijts.2021.246914>
- افتخاری، رضوان (۱۳۹۲). رابطه بین سرمایه اجتماعی و توسعه پایدار گردشگری در روستای ایبانه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- اکبری‌ان رونی‌زی، سعیدرضا (۱۳۹۲). بررسی رابطه توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان سولقان). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲ (۶)، ۷۵-۹۲.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_549_122.html?lang=fa
- امیرخانی، طیه و آغاز، عسل (۱۳۹۰). توسعه سرمایه اجتماعی در پرتو سرمایه انسانی: شرکت ملی پتروشیمی، پژوهش‌های مدیریت در ایران، ۱۵ (۱)، ۳۱-۵۰.
 20.1001.1.2322200.1390.15.1.2.2
- پیران، پرویز، موسوی، میرطاهر و شایانی، ملیحه (۱۳۸۵). کارپایه مفهومی و مفهوم‌سازی سرمایه اجتماعی (با تأکید بر شرایط ایران). فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، ۶ (۲۳)، ۹-۴۴.
<http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-1961-fa.html>
- جعفری صمیمی، احمد و خبره، شیما (۱۳۹۲). اثر گردشگری بر توسعه‌ی انسانی. برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۲ (۷)، ۲۶-۱۱.
https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_587.html?lang=fa



علمباز، ستوده (۱۳۸۸). تجدید حیات بافت‌های فرسوده شهری معطوف به سرمایه اجتماعی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.

علیایی، محمدصادق (۱۳۹۰). علل توسعه نیافتگی ایران از منظر سرمایه انسانی و سرمایه اجتماعی. جغرافیا، ۳۰(۹)، ۱۴۵-۱۶۱.

علیزاده جورکویه، ابراهیم، دلفروز، نرگس، شبکو منصاف، سید محمود و رحمتی غفرانی، یلدا (۱۴۰۲). طراحی مدل عوامل تأثیرگذار در تمایلات رفتاری گردشگران غذا در استان گیلان با استفاده از نظریه داده بنیاد. گردشگری و توسعه، ۱۲(۲)، ۴۹-۶۵. <https://doi.org/10.22034/jtd.2022.325175.2552>

عمویی، حامد و ساعی، احمد (۱۳۹۲). تأثیر توسعه سرمایه اجتماعی بر ارتقای انسجام اجتماعی و ملی. علوم سیاسی، ۲۴(۹)، ۷-۳۸.

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

محمودزاده، سیدمجتبی (۱۳۹۰). الگوی اثرگذاری سرمایه اجتماعی بر عملکرد سازمان. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی.

مهرگان، نادر و دلیری، حسن (۱۳۹۲). بررسی ارتباط میان سرمایه اجتماعی و توسعه انسانی در استان‌های ایران. پژوهش‌های اقتصادی، ۱۵(۲)، ۱۳۶-۱۱۷. <http://ecor.modares.ac.ir/article-۱۳۶-۱۱۷-fa.html>

مینایی، رضا، نامیان، فرشید، معروفی، فخرالدین و علیرضا مرادی (۱۳۹۸). الگوسازی شبکه‌های اجتماعی در رفتار گردشگران با رویکرد ساختاری-تفسیری. گردشگری و توسعه، ۸(۳)، ۱۸۳-۱۶۵. https://www.itsairanj.ir/article_100352.html?lang=fa

نادری، ابوالقاسم، حیدری کبریتی، طیبه و امیری، عبدالرضا (۱۳۹۴). ارتباط بین سرمایه انسانی و عملکرد سازمانی: مورد پژوهی شعب شرکت بیمه آسیا. پژوهش‌های رهبری آموزشی، ۲(۵)، ۳۰-۱. <https://doi.org/10.22054/jrlat.2017.11125.1190>

حاجی کریمی، عباسعلی و رحیمی، فرج‌الله (۱۳۸۹). تأثیر سرمایه‌گذاری منابع انسانی بر مزیت رقابتی: نقش میانجی سرمایه انسانی. چشم انداز مدیریت دولتی، ۱(۲)، ۳۹-۲۵.

حضرتی صومعه، زهرا و ابوالحسن تنهایی، حسین (۱۳۸۸). بررسی نظری پژوهش‌های سرمایه اجتماعی در جامعه ایران. فصلنامه علوم رفتاری، ۱(۱)، ۲۹-۵۲.

رحمانی، تیمور و مظاهری ماربری، مرتضی (۱۳۹۳). بررسی تأثیر مهاجرت بر انباشت سرمایه انسانی و رشد اقتصادی در کشورهای در حال توسعه (۱۹۷۵-۲۰۰۰). فصلنامه پژوهش‌های رشد و توسعه اقتصادی، ۵(۱۷)، ۶۱-۷۴. <https://doi.org/10.22034/jtd.2022.325175.2552>

رخشانی، جاوید (۱۳۹۲). بررسی نقش تعدیل گر هوش سرعینی در رابطه بین سرمایه انسانی و شایستگی کارکنان (مورد مطالعه: ادارات کل تبلیغات اسلامی شمال غرب کشور). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل، اردبیل.

شاطریان، محسن، اشنویی، امیر و گنجی‌پور، محمود (۱۳۹۱). تحلیلی بر نقش سرمایه‌های انسانی در توسعه شهر کاشان. برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۲(۸)، ۴۳-۵۲. https://jzpm.marvdasht.iau.ir/html?lang=fa_۱۴_article

صفری علی‌اکبری، مسعود (۱۴۰۰). بررسی نقش گردشگری در بهبود شاخص‌های سرمایه اجتماعی سکونتگاه‌های روستایی (روستاهای هدف گردشگری شهرستان پاوه). جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۱(۴۵)، ۱۲۳-۱۳۵. <https://doi.org/10.22034/jgeoq.2021.141773>

ضیایی، محمود (۱۳۸۸). جغرافیای گردشگری. انتشارات پیام نور، چاپ اول.

عزیزی، ماشالله، کمالی، نقی و داوودی، رسول (۱۴۰۱). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های سرمایه انسانی در نظام آموزش و پرورش ایران به منظور ارائه مدل مناسب. پژوهش‌های سیاسی و بین‌المللی، ۱۳(۵۱)، ۳۹۱-۴۱۰. <https://sanad.iau.ir/Journal/jpir/Article/945306>



- Grounded Theory. *Journal of Tourism and Development*, 12(2), 49-65. <https://doi.org/10.22034/jtd.2022.325175.2552> [In Persian]
- Amirkhani, T., & Aghaz, Asal (2011). Increasing Human Capital: Step toward Social Capital Development (A Case Study: National Petrochemical Company). *Management Research in Iran*, 15(1), 31-50. https://mri.modares.ac.ir/article_12.html?lang=en [In Persian]
- Amoie, H., & Saie, A. (2013). The Effect of Social Capital Development on the Social Solidarity and National Integrity Promotion. *Political Science Quarterly*, 9(24), 7-38. [In Persian]
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Haywantee R. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Acta Psychologica*, 240, 104025. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025>
- Azizi, M., Kamali, N., & Davoodi R. (2022). Identifying The Dimensions and Components of Human Capital in the Iranian Education System in order to Provide an Appropriate Model. *Journal of Political and International Researches*, 13(51), 410-391 [In Persian]
- Buckley, R. (2022). Economic Value of Tourism Through Human Capital Gains, *Journal of Travel Research*, 62(8), 1864-1868. <https://doi.org/10.1177/00472875221146782>
- Bui, T.T.B. (2022). An evaluation of the new tourist behavior model based on the extended theory of planned behavior. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 8(2), 48-57. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7358733>
- Chanprasert, S., Chummee, P., & Kaewchur, P. (2021). Tourists' Behavior and Factors Affecting their Decision for Visiting Ayothaya
- نصراصفهانی، علی، فرخی، مجتبی و امیری، زینب (۱۳۹۵). تأثیر سرمایه اجتماعی بر توانمندسازی کارکنان (مورد مطالعه: پرستاران بیمارستان شریعتی تهران). *جامعه‌شناسی کاربردی*, ۲۷(۲)، ۱۱۱-۱۲۶. <https://doi.org/10.22108/jas.2016.20494>
- نوابخش، مهرداد و فدوی، جمیله (۱۳۸۷). بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی و نقش آن در توسعه شهری: مطالعه موردی منطقه ۵ تهران. *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*, ۲(۱)، ۲۵-۴۷. <https://ensani.ir/file/download/article/20120329160011-5078-10.pdf>
- Aditya, A., Aji, A., Cindy O. & Wahyun, H. (2022). Human Capital Downturn Effect on Firm Performance in Tourism and Hospitality Industry, *Journal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 17(2), 207-218. <https://doi.org/10.37301/jmubh.v17i2.20812>
- Akbarian Ronizi, S. R. (2013). Correlation Analysis Between Tourism Development and Social Capital in Rural Area Case study: Soleghan District (Tehran County). *Journal of Tourism Planning and Development*, 2(6), 75-92. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_549_122.html?lang=fa [In Persian]
- Akhbari Azad, M. A. A., Shahabadi, A., & Haghkhah, D. (2022). The Effect of Types of Capital on the Development of Tourism Industry in the Selected Countries. *Iranian Journal of Trade Studies*, 26(103), 77-106. <https://doi.org/10.22034/ijts.2021.246914>
- Alambaz, S. (2018). Revitalization of dilapidated urban tissues focused on social capital, master's thesis, Shahid Beheshti University, pp. 16-29 [In Persian].
- Alizadeh Jurkuyeh, I., Delafrooz, N., Shabgo Monsef, S. M., & Rahmati Ghofrani, Y. (2023). Designing A Model of Factors Affecting the Behavioral Intentions of Food Tourists in Guilan Province Using



- Behavioral Sciences*, 1(1), 29-52. <https://sid.ir/paper/190418/en> [In Persian]
- Jafari Samimi, A., & Khebreh, S. (2014). Tourism Impact on Human Development. *Journal of Tourism Planning and Development*, 2(7), 11-24. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_587.html?lang=en [In Persian]
- Lin, H., Gao, J., & Tian, J. (2022). Impact of tourist-to-tourist interaction on responsible tourist behaviour: Evidence from China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 24, 100709. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100709>
- Liu, J. Qu, H. Huang, D. Chen, G. Yue, X. Zhao, X. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Journal of Tourism Management*, 41, 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.08.016>
- Mahmoudzadeh, S. M. (2018). *The model of social capital influence on the performance of the organization*. Doctoral thesis, Allameh Tabatabai University. [In Persian]
- Mehrgan, R., & Deliri, H. (2013). The Relationship between Social Capital and Human Development in the Provinces of Iran. *Journal of Economic Research*, 15(2), 117-136. <http://ecor.modares.ac.ir/article-18-1631-en.html> [In Persian]
- Minaei, R., Namamian, F., Maroofi, F., & Moradi, M. (2019). Social Networks Modeling in Tourist Behavior with ISM (Interpretive Structural Modeling approach). *Journal of Tourism and Development*, 8(3), 165-183. https://www.itsairanj.ir/article_100352.html?lang=en [In Persian]
- Mwale, M., Luke, R., & Pisa, N. (2022). Factors that affect travel behaviour in Floating Market, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(8), 2966-2974..
- Cohen, S. A., Prayag, G., & Moital, M. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 17(10), 872-909. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Eftikhari, R. (2013). The relationship between social capital and sustainable development of tourism in Abyaneh village, master's thesis, Allameh Tabatabai University. [In Persian]
- Fahimi, A., Akadiri, S. S., Seraj, M. & Akadiri, C. (2018). Testing the role of tourism and human capital development in economic growth. A panel causality study of micro states, *Tourism Management Perspectives*, 28, 62-70. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.004>
- Habibi, F. (2016). Investigating the role of social capital in the willingness of tourists to enter, case study: Marivan city, *Urban Studies*, 5(18), 37-50 [In Persian]..
- Fratu D. (2011). Factors of influence and changes in the tourism consumer behavior. **January Bulletin of the Transilvania University of Braşov**, 4(53), 119-128. https://webbut.unitbv.ro/index.php/Series_V/article/view/6283
- Haji Karimi, A. A., & Rahimi, F. (2018). The effect of human resource investment on competitive advantage: the mediating role of human capital. *Public Administration Perspective*, 1(2), 25-39 [In Persian]
- Hazrati Someeh, Z., & Abolhasan Tanhaie, H. (2019). Theoretical Study of social capital researches in the Iranian society, *Journal of*

- Piran, P., Moosavi, M., & Shiani, M. (2016). Conceptual work and conceptualization of social capital. *Refahj*, 6(23), 44-59. <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-1961-fa.html> [In Persian]
- Rahmani, T., & Mazaheri Marbari, M. (2014). Investigating the Effect of Migration on Human Capital Accumulation and Economic Growth in Developing Countries (1975-2000). *Economic Growth and Development Research*, 5(17), 74-61. https://egdr.journals.pnu.ac.ir/article_1251.html?lang=en [In Persian]
- Rakhshani, J. (2013). investigating the moderating role of intellectual intelligence in the relationship between human capital and employee competence (case study: general Islamic propaganda departments in the northwest of the country), master's thesis, Islamic Azad University of Ardabil, Ardabil. [In Persian]
- Razmi, M. J., & Sherkat Bazazan, S. (2012). Investigating the effect of social capital on human development in Iran, *International Journal of Financial and Economic Issues*, 2(4), 459-448. <https://www.econjournals.com/index.php/ijefi/article/view/288>
- Safar Ali Akbari, M. (2021). nvestigating the role of tourism in improving social capital indicators of rural settlements (villages of tourism destination of Paveh County). *Geography (Regional Planning)*, 11(45), 123-135. <https://doi.org/10.22034/jgeoq.2021.141773> [In Persian]
- Shaterian, M., Ashnoye, A., & Ganjipour, M. (2013). An analysis of the role of human capital in the development of Kashan city. *Regional planning*, 2(8), 43-52. [In Persian]
- Ziyai, M. (2013). *Geography of Tourism*. Payame Noor Publications, first edition. [In Persian]
- developing cities: A methodological review. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 16, 100623. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100683>
- Naderi, A., Heydari Kobriti, T., & Amiri, A. (2014). Relationship between Human Capital and Organizational Performance: The Case of Asia Insurance Company. *Research on Educational Leadership and Management*, 2(5), 1-30. <https://doi.org/10.22054/jrlat.2017.11125.1190> [In Persian]
- Nasre Esfahani, A., Farrokhi, M., & Amiri, Z. (2016). The Impact of Social Capital on Employee Empowerment (Case study: Shariati Hospital Nurses). *Journal of Applied Sociology*, 27(2), 111-126. <https://doi.org/10.22108/jas.2016.20494> [In Persian]
- Navabakhsh, M., & Fadavi, J. (2017). Investigating the dimensions of social capital and its role in urban development: a case study of District 5 of Tehran. *Journal of Social Sciences*, 2(1), 25-47. [In Persian]
- Norliza A. & Jamal Salamiah A. (2024). Social capital and economic mobility in tourism: a systematic literature review, *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2321665>
- Oliaei, M. S. (2011). The Role of Rural Underdevelopment with Respsct to Social and Human Capital. Case Study: Suburb of Divandarreh. *Geography*, 9(30), 145-162. <https://sid.ir/paper/150179/en> [In Persian]
- Ooi, C., Hooy, C., & Som, A. (2015). Diversity in human and social capital: Empirical evidence from Asian tourism firms in corporate board composition. *Tourism Management*, 48, 139-153. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.002>