



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

سال ششم، شماره‌ی ۲۲، پاییز ۱۳۹۶

صفحات ۱۴۳-۱۱۸

بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری (مطالعه موردی: شهر سرعین)

حبيب ابراهيم پور^۱

ياور بابايي^۲

الناز سخندان^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۹/۱۸

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۹/۲۷

چکیده

این پژوهش به بررسی نقش سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی درک شده به وسیله جامعه میزبان در شهر سرعین انجام شده است. این پژوهش از نوع کاربردی و از نظر روش پژوهش از نوع توصیفی- پیمایشی مبتنی بر پرسشنامه می‌باشد. نمونه آماری به دست آمده با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۸۵ نفر از ساکنین شهر سرعین و روش نمونه‌گیری از نوع تصادفی در دسترس می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری و با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS و SMARTPLS انجام شده است. نتایج تحقیق حاکی از وجود رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با سه متغیر اثرات اقتصادی گردشگری (۰,۳۸۲)، اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری (۰,۵۱۷) و متغیر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار (۰,۳۴۸) می‌باشد. همچنین رابطه اثرات اقتصادی درک شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با توجه به ضریب مسیر (۰,۱۸۹) و مقدار t به دست آمده (۲,۴۶۷)، مورد تایید قرار گرفت. اما رابطه اثرات اجتماعی- فرهنگی درک شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تایید نشد که این امر حاکی از آن است که توسعه گردشگری در حوزه اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری، به گونه‌ای نبوده که بتواند سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعین را با خود همراه کند. همچنین نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی به صورت غیرمستقیم و با نقش میانجی اثرات اقتصادی گردشگری بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر مثبت و معناداری دارد. اما رابطه سرمایه اجتماعی با نقش میانجی اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار در شهر سرعین مورد تایید قرار نگرفت.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، توسعه پایدار، جامعه میزبان، اثرات گردشگری، مشارکت.

^۱ دانشیار گروه مدیریت و اقتصاد، دانشگاه محقق اردبیلی

(Babaei_yavar@yahoo.com)

^۲ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی

^۳ کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

امروزه گردشگری به یکی از بزرگترین و پردرآمدترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل شده و به عنوان بستری جهت ایجاد تغییرات اجتماعی و اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به شمار می‌رود. گردشگری ابزار قدرتمندی برای توسعه ملی است که در بسیاری از کشورهای توسعه یافته درآمد حاصل از این صنعت منبع مهمی برای جبران اعتبارات دیگر بخش‌های زیربنایی جامعه است. گردشگری مقوله‌ای چندبعدی است که با ارکان، عوامل، سازمان‌ها و نهادهای متعدد و همچنین مردم میزبان ارتباط دارد (میرفردی و همکاران، ۱۳۹۳). موفقیت توسعه گردشگری در یک ناحیه نیازمند تعادل میان جنبه‌های محیطی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که گردشگری پایدار را ایجاد می‌کند.

بقا و تداوم جوامع انسانی به کنش‌ها و روابط اعضای آنها وابسته است. سطح و عمق روابط در یک گروه نشان‌دهنده پیوستگی، انسجام و همدلی میان اعضا است. اعضای جامعه یکی از جنبه‌های اجتماعی هستند که مشارکت آنها نقش مهمی در تشویق توسعه گردشگری در یک ناحیه دارد. در این راستا، سرمایه اجتماعی یکی از مهم‌ترین متغیرهای حمایت‌گر مشارکت اجتماعی در بسیاری از فعالیت‌هاست (مکبث^۱ و همکاران، ۲۰۰۴). سرمایه اجتماعی، توانایی بهبود همکاری بین افراد جامعه و هماهنگی در روند توسعه گردشگری جامعه‌محور را دارد (لیو^۲ و همکاران، ۲۰۱۴). سرمایه اجتماعی متغیری است که بستگی به روابط اجتماعی، اعتماد بین‌فردی و تعهدات افراد جامعه دارد. بنابراین می‌توان گفت که عقاید و نگرش‌های جامعه میزبان در شکل‌گیری سرمایه اجتماعی مؤثرند. با عنایت به اینکه یکی از ارکان صنعت گردشگری، جامعه میزبان است، ضروری است ادراکات جامعه میزبان نسبت به اثرات گردشگری نیز مورد بررسی قرار گیرد. اثرات مثبت و منفی گردشگری عاملی برای حمایت و مشارکت ساکنان مقصد از توسعه گردشگری پایدار هستند (کو^۳ و استوارت^۴، ۲۰۰۲). به عبارت دیگر، اگر جامعه میزبان احساس کنند که منافعی که از ناحیه صنعت گردشگری دریافت می‌کنند- در مقایسه با هزینه‌هایی که متحمل می‌شوند- بیشتر باشد، از توسعه گردشگری پایدار حمایت کرده و در طرح‌ها و برنامه‌های این حوزه مشارکت خواهند کرد. از طرف دیگر، اگرچه مطالعات مختلفی به بررسی سرمایه اجتماعی در صنعت گردشگری پرداخته‌اند و نیز مطالعات زیادی اثرات گردشگری و توسعه گردشگری پایدار را مورد مطالعه قرار داده‌اند، با این حال، مطالعات کمی به ارتباط بین سرمایه اجتماعی، اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی گردشگری و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار به صورت هم‌زمان پرداخته‌اند. به منظور برطرف کردن این شکاف مطالعاتی و با توجه به اهمیت جامعه میزبان در توسعه گردشگری پایدار، این پژوهش بر آن است تا به بررسی

¹ Macbeth

² Liu

³ Ko

⁴ Stewart

نقش سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار از دیدگاه جامعه میزبان در شهر سرعین پردازد. بنابراین مسئله اصلی در این پژوهش این است که سرمایه اجتماعی چه تاثیری بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار جامعه میزبان در شهر سرعین دارد؟ در راستای مسئله اصلی، سوالات فرعی مقاله به این شرح می‌باشد:

سرمایه اجتماعی چه تاثیری بر اثرات ادراک‌شده گردشگری (اعم از اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی گردشگری) دارد؟ اثرات ادراک‌شده گردشگری (اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی) چه تاثیری بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار دارند؟ و بالاخره آیا سرمایه اجتماعی با نقش میانجی اثرات گردشگری (به تفکیک اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی) با مشارکت جامعه میزبان در توسعه گردشگری پایدار ارتباط دارد؟ برای پاسخگویی به این سوالات، ۷ فرضیه تنظیم و مورد آزمون قرار می‌گیرد. در این راستا، مقاله حاضر در پنج بخش تنظیم می‌شود. پس از مقدمه بخش دوم به ادبیات موضوع و شرحی از پیشینه تجربی می‌پردازد و با بهره‌گیری از ادبیات، مدل مفهومی تحقیق و فرضیه‌های تحقیق را در راستای پاسخگویی به سوالات پژوهش ارائه می‌نماید. بخش سوم به روش‌شناسی تحقیق اختصاص دارد. بخش چهارم به آزمون مدل و ارائه و تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش می‌پردازد و در بخش پایانی به بحث و نتیجه‌گیری نهایی پرداخته می‌شود.

مبانی نظری

سرمایه اجتماعی

در حوزه سرمایه اجتماعی، سه پژوهشگر به نام‌های بوردیو، پاتنام و کلمن نقش کلیدی داشته‌اند. بوردیو، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع موجود یا بالقوه ناشی از تملک شبکه‌های پایدار و نهادینه شده در روابط مبتنی بر توافق و شناخت دوطرفه می‌داند (میرک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، کلمن چارچوبی ارائه نمود که در آن، سرمایه اجتماعی را منبعی شامل سرمایه انسانی و مالی تلقی و با توجه به عملکرد آن، تعریف کرد. از منظر او، سرمایه اجتماعی جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی را در برمی‌گیرد و اقدامات کنشگران را تسهیل می‌کند. پاتنام سنت‌های مدنی را مورد مطالعه قرار داد و پیشنهاد کرد که وجود سرمایه اجتماعی، دلیلی بر عملکرد و شکل‌گیری نهادهای متنوع و حفظ دموکراسی است. او سرمایه اجتماعی را شبکه‌ای اجتماعی می‌داند که از هنجارهای تقابل و اعتماد به وجود می‌آید (واداپلی^۱، ۲۰۱۲). پوار^۲ (۲۰۰۶) با بررسی تعاریف بوردیو، کلمن، پورتر و ولکاک بیشترین عناصر مشترک را شامل فعالیت جمعی، همکاری، شبکه‌ها، ارتباطات، ارزش‌ها و هنجارهای اشتراک‌گذاری شده، تعامل اجتماعی و اعتماد شناسایی می‌کند.

¹ Vadapalli

² Pawar

سرمایه اجتماعی را می‌توان چنین تعریف کرد: تعاملات اجتماعی که میان افراد براساس هنجارهای اجتماعی شکل می‌گیرد و منجر به اعتماد میان کنش‌گران اجتماعی می‌شود. این تعاملات در شبکه‌های اجتماعی رخ داده یا منجر به تولید شبکه‌های اجتماعی می‌شود و نهایتاً باعث رسیدن به اهداف مشترک کنش‌گران می‌گردد. در این تعریف، چهار رکن اساسی برای سرمایه اجتماعی دیده می‌شود: تعاملات اجتماعی، اعتماد، شبکه‌های اجتماعی و رسیدن به اهداف مشترک. بنابراین برای اینکه موتور این سرمایه روشن شود بایستی تعاملات و روابط اجتماعی شکل بگیرد (شکوهی دولت‌آبادی و مسعود، ۱۳۸۹). اسلانیر (۱۹۹۹) براساس مطالعه خود به این نتیجه رسید که رفتارهای اخلاقی به ارزش‌های اخلاقی و اعتماد اجتماعی بستگی دارد. طبق این برداشت، وی بین ارزش‌ها و شبکه‌ها تمایز قائل می‌شود و عنوان می‌کند که مشکلات جمعی بیش از هر چیز به ارزش‌های اصلی و اعتماد به دیگران بستگی دارد. همچنین وی بیان می‌دارد که دیدگاه سرمایه اجتماعی در خلا ایجاد نمی‌شود. بنابراین بخش دیگر سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی می‌باشد. تحقیقات اسلانیر نشان‌دهنده تقویت ارزش‌ها می‌باشد که در کل حمایت قابل توجهی از شبکه سرمایه اجتماعی وجود دارد و ارزش‌ها (اعتماد) و روابط اجتماعی تاثیر قابل توجهی بر آن دارند.

ناهاپیت^۱ و گوشال^۲ (۱۹۹۸)، سرمایه اجتماعی را مجموعه منابع بالفعل و بالقوه، دسترس‌پذیر و پدید آمده از شبکه روابط تعریف کرده‌اند که فرد یا واحد اجتماعی کسب می‌کند. آنها برای سرمایه اجتماعی، سه بعد در نظر گرفته‌اند: بعد ساختاری، گستره ارتباطات متقابل افراد را در سازمان بیان می‌کند و با الگوهای روابط موجود در سازمان ارتباط دارد. بعد ارتباطی با ماهیت و کیفیت پیوندهای رابطه‌ای ارتباط دارد و از طریق سطوح اعتماد، هنجارهای مشترک، تعهدات و التزام‌های درک‌شده و احساس تعلق متقابل توصیف می‌شود. بعد شناختی به صورت نمایش‌ها، تعابیر و نظام‌های مشترک در میان شرکای رابطه تعریف می‌شود. این بعد را با دو مفهوم زبان و روایت‌های مشترک می‌سنجند. استون^۳ (۲۰۰۱)، معرف‌های سرمایه اجتماعی را به معرف‌های دور و نزدیک طبقه‌بندی می‌کند. معرف‌های نزدیک سرمایه اجتماعی، شامل اجزایی مانند اعتماد، عمل متقابل، شبکه‌های اجتماعی و فعالیت‌های مدنی هستند. معرف‌های دور سرمایه اجتماعی به طور مستقیم به اجزای کلیدی مربوط نیستند و شامل امید به زندگی، وضعیت سلامتی، نرخ جرم، نرخ بیکاری، درآمد خانواده، طلاق و ... هستند.

یکی از نقش‌های تاثیرگذار سرمایه اجتماعی کمک در ایجاد و توسعه گردشگری به ویژه گردشگری پایدار است. ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی در حوزه گردشگری نیز مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. سرمایه اجتماعی در زمینه گردشگری با سهیم شدن در تصمیم‌گیری، روشی برای ارتقا پایداری، تعادل توسعه اقتصادی و اجتماعی، برنامه‌ریزی همه‌جانبه

¹ Nahapiet

² Ghoshal

³ Stone

مقاصد گردشگری، اطمینان از داشتن درکی روشن از مکان، ارزیابی سریع و مؤثر از موقعیت‌های پیچیده، توسعه ارزش‌های عمومی و ضمانت توزیع برابر منابع است (عینالی و همکاران، ۱۳۹۲). بررسی مطالعات و تحقیقات انجام شده بیانگر آن است که تاکنون مؤلفه‌ها و ابعاد مختلفی برای سرمایه اجتماعی ارائه و مورد استفاده قرار گرفته است. جدول (۱) ابعادی را که در مطالعات مختلف برای سرمایه اجتماعی بکار رفته، نشان می‌دهد.

جدول (۱) ابعاد مورد استفاده برای سرمایه اجتماعی در ادبیات تحقیق

نویسندگان	ابعاد مورد استفاده برای سرمایه اجتماعی
ناهابیت و گوشال (۱۹۹۸)	سرمایه ساختاری، ارتباطی و شناختی
وان بنینگن ^۱ و اشمیتز ^۲ (۲۰۱۳)	مشارکت اجتماعی، سازمانی و سیاسی، اعتماد اجتماعی، سازمانی و سیاسی
متیمبو ^۳ (۲۰۱۱)	اعتماد اجتماعی، مشارکت، رهبری مدنی، پیوندهای اجتماعی غیررسمی، تنوع روابط و شبکه‌ها
پارک و همکاران ^۴ (۲۰۱۲)	مشارکت، هنجارها، اعتماد و شبکه‌ها
هارپام و همکاران ^۵ (۲۰۰۲)	فامیل و خویشاوندی، ساختار طبقه در جامعه، شبکه‌ها و پیوندهای اجتماعی، اعتماد و هنجارهای مشترک
برگر - اشمیت ^۶ (۲۰۰۰)	روابط اجتماعی، فعالیت‌ها و مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی، کیفیت روابط اجتماعی، کیفیت نهادهای اجتماعی
غزائی و همکاران (۱۳۹۵)	مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی، همسانی اجتماعی
حبیبی (۱۳۹۵)	اعتماد، انسجام، مشارکت
میرفردی و همکاران (۱۳۹۳)	اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، روابط اجتماعی
ریاحی و همکاران (۱۳۹۲)	انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی
غفاری و معاون (۱۳۹۲)	اعتماد اجتماعی، اعتماد نهادی، اعتماد بین شخصی، اعتماد تعمیم یافته، مبادله، روابط اجتماعی، مشارکت
محمدی و همکاران (۱۳۹۲)	اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، شبکه اجتماعی
اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)	انسجام، مشارکت و اعتماد اجتماعی

منبع: ادبیات پژوهش

همانطور که در جدول (۱) مشخص است، در مطالعات مختلف، هر یک از پژوهشگران، ابعاد مختلفی را برای سرمایه اجتماعی در نظر گرفته‌اند. به نظر می‌رسد، آنچه در تعیین طبقه‌بندی

¹ Van Beuningen

² Schmeets

³ Mthembu

⁴ Park

⁵ Harpham

⁶ Berger-Schmitt

سرمایه اجتماعی اهمیت دارد، اهداف پژوهش، ویژگی‌های مکانی، روش تحلیل و سنجش‌پذیری معیارهاست. در این پژوهش با توجه به اهداف تحقیق و ادبیات تحقیق (با بهره‌گیری از جدول (۱))، شاخص‌های سنجش سرمایه اجتماعی در سه بعد دسته‌بندی گردید. به طور خاص، از پژوهش ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)، ضیایی و همکاران (۱۳۹۲) و میرفردی و همکاران (۱۳۹۳) برای طبقه‌بندی سرمایه اجتماعی استفاده شد که عبارتند از: روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی و تعهد اجتماعی. در ادامه به بررسی هر یک از این ابعاد پرداخته می‌شود.

الف. روابط اجتماعی: سرمایه اجتماعی از طریق روابط و تعاملات متقابل اجتماعی در میان اعضای یک نظام اجتماعی ایجاد می‌شود و به عنوان نتیجه روابط اجتماعی توسعه می‌یابد. سرمایه اجتماعی با توانایی سازمان برای ایجاد تعهد سازمانی کارکنان رابطه مثبت دارد و سازمان می‌تواند از طریق توجه به کارکنان خود و حمایت از آنها، تعلق خاطر و دلبستگی روانی آنها را کسب کند (لینا^۱ و ونبارن^۲، ۱۹۹۹). ارتباطات اجتماعی و مشارکت اجتماعی، سرمایه اجتماعی هستند که باید به توسعه در بخش گردشگری منتج شوند. ارتباطات اجتماعی به تعامل رسمی و غیررسمی میان افراد منجر می‌شود که نتیجه آن سرعت بخشیدن به توسعه مطمئن در مناطق می‌باشد (راچماواتی^۳، ۲۰۱۴). تعاملات و روابط اجتماعی که به وسیله محصولات و منابع گردشگری ایجاد می‌شود برای رضایت گردشگران حیاتی است. بنابراین می‌توان گفت که روابط اجتماعی بخشی از سرمایه اجتماعی است که جامعه میزبان با داشتن آن می‌تواند رضایت‌مندی گردشگران را فراهم نماید که این خود عاملی برای تکرار سفرشان می‌باشد.

ب. اعتماد اجتماعی: اعتماد اجتماعی مهم‌ترین بعد سرمایه اجتماعی و علوم اجتماعی است که تمایل افراد را برای همکاری با گروه‌های مختلف جامعه افزایش می‌دهد. تئوری‌های سرمایه اجتماعی بر اعتماد به دلیل تأثیری که بر جامعه مدنی و دموکراسی دارد، تأکید می‌کنند (یوسلنر^۴، ۱۹۹۹). برطبق استون (۲۰۰۱)، سه نوع اعتماد وجود دارد: الف. اعتماد به آشنا که اعتماد شخصی نامیده می‌شود. ب. اعتماد تعمیم‌یافته که اعتماد به افراد ناآشنا را در برمی‌گیرد؛ و ج. اعتماد مدنی و نهادی که اعتماد به نهادهای رسمی دولتی را در برمی‌گیرد. چلبی (۱۳۷۵) اعتماد را در دو سطح اعتماد بین شخصی و اعتماد تعمیم‌یافته مطرح و تعریف می‌کند. از نظر وی داشتن اعتماد بین شخصی، نشان از اطمینان به نزدیکان و اعضای خانواده، بستگان و دوستان است. به عبارت دیگر این نوع اعتماد بیشتر در روابط فرد با نزدیکان و دوستان و آشنایان وجود دارد. در مقابل، اعتماد عام یا تعمیم‌یافته، داشتن حسن‌ظن نسبت به همه افراد در روابط اجتماعی بدون توجه به تعلق آنها به گروه‌های قومی و قبیله‌ای است که این امر منجر به گسترش روابط برون‌گروهی می‌شود.

¹ Leana

² Van Buren

³ Rachmawati

⁴ Uslaner

ج. **تعهد اجتماعی:** هر فردی عضو گروه و جامعه‌ای است و به خاطر این عضویت، هنجارها و ارزش‌ها و نقش‌هایی را می‌پذیرد. میزان احساس مسئولیت افراد نسبت به این نقش‌ها را تعهد اجتماعی می‌گویند. به عبارت دیگر، تعهد اجتماعی را می‌توان، میزان پایبندی افراد به نقش‌های اجتماعی‌شان نامید (ایمان و مرادی، ۱۳۸۸). تعهد اجتماعی عاملی برای ارضای متقابل نیازهای اعضای جامعه و در نتیجه افزایش همبستگی و انسجام آنان و ایجاد حس وفاداری نسبت به جامعه می‌باشد و سبب آمادگی افراد برای ایثار و فداکاری در جامعه می‌شود (کوشمن^۱، ۱۹۹۲). تعهد به عنوان یک قصد و نیت برای تداوم روابط ارزشمند اجتماعی بین افراد جامعه عمل می‌کند (گیلیند^۲ و بیلو^۳، ۲۰۰۲). سطح تعهد در جهت ظرفیت جامعه دو جنبه ضروری دارد: وجود اعضای از جامعه که ذینفعان مشترک برای منافعد و تمایل این اعضا به مشارکت فعال در این نقش. به عبارت دیگر، تعهد می‌تواند به عنوان تمایل افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها در جامعه برای برعهده گرفتن مسئولیت آنچه که در جامعه رخ می‌دهد، تعریف شود (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲).

مشارکت در توسعه گردشگری پایدار

طبق راهنمای سال ۲۰۰۵ برنامه زیست‌محیطی سازمان ملل^۴ و سازمان جهانی جهانگردی^۵، گردشگری پایدار، نوعی گردشگری است که حساب کامل اثرات اقتصادی، اجتماعی و محیطی حال و آینده را دارد و به نیازهای بازدیدکنندگان، صنعت گردشگری، محیط و جامعه میزبان توجه می‌کند. طبق این تعریف می‌توان مشاهده کرد که مفهوم توسعه گردشگری پایدار، بیشترین تاکید را بر جامعه میزبان دارد. به منظور دستیابی به توسعه گردشگری، جامعه میزبان باید هم‌زمان با حفظ یکپارچگی فرهنگی و محیطی منتفع شود. با استناد به تعریف سازمان جهانی جهانگردی، پیش‌نیاز توسعه گردشگری پایدار، تلفیق و هماهنگی اهداف اقتصادی، زیست‌محیطی، اجتماعی و فرهنگی است. این امر متضمن تأمین منافع درازمدت جامعه میزبان، گردشگران و حفاظت از منابع طبیعی و میراث فرهنگی است (لن^۶، ۱۹۹۴). اصطلاح جامعه میزبان به معنی همه افراد و بخش‌های خصوصی و عمومی است که به صورت بالقوه هم به طور مثبت و هم به طور منفی به وسیله اثرات توسعه گردشگری در حدود ناحیه مقصد تحت تاثیر قرار می‌گیرند (میرنز^۷، ۲۰۱۰).

برای دستیابی به توسعه گردشگری پایدار، جامعه محلی باید در ارکان اقتصادی، اجتماعی و محیطی مشارکت کند. مشارکت جامعه محلی به صورت گسترده‌ای در توسعه گردشگری پایدار

¹ Cushman

² Gilliland

³ Bellow

⁴ United Nations Environment Programme (UNEP)

⁵ World Tourism Organization (WTO)

⁶ Lane

⁷ Mearns

پذیرفته شده است (کل^۱، ۲۰۰۶). توسان^۲ (۲۰۰۰) می‌نویسد که مشارکت اجتماعی در فرایند توسعه گردشگری، الگویی انعطاف‌پذیر و انطباقی است که اجازه می‌دهد جامعه محلی در مقاصد مختلف گردشگری و در سطوح مختلف توسعه در فرایند تصمیم‌گیری توسعه گردشگری مشارکت کنند که شامل به اشتراک گذاشتن منافع و تعیین نوع و مقیاس توسعه گردشگری در محل‌شان می‌باشد.

دراک^۳ (۱۹۹۱) تشریح می‌کند که جامعه محلی می‌تواند در هر مرحله توسعه شامل برنامه‌ریزی، اجرا و اشتراک‌گذاری منافع مشارکت کند. مشارکت در فرایند برنامه‌ریزی شامل شناسایی مسائل، فرمول‌بندی جایگزین‌ها، برنامه‌ریزی فعالیت‌ها و تخصیص منابع می‌باشد. مشارکت در مرحله اجرا شامل مدیریت و اجرای برنامه‌ها یا فعالیت‌های توسعه می‌باشد. اشتراک‌گذاری منافع روشی است که جامعه محلی منافع اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی را از این پروژه، چه به صورت انفرادی چه به صورت جمعی دریافت می‌کنند. برطبق سارینین^۴ (۲۰۰۶)، مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری سطح بالای کنترل فعالیت‌های گردشگری را سبب می‌شود و اشتراک‌گذاری منافع اقتصادی در درآمدهای مستقیم، استخدام، بهبود زیرساخت‌ها و ... بین آنها صورت می‌گیرد.

دلایل متعددی برای مشارکت جامعه در توسعه گردشگری وجود دارد: نخست، مردم محلی به صورت مثبت و منفی به وسیله اثرات گردشگری در جامعه تحت تاثیر قرار می‌گیرند. آنها باید به درستی در برنامه‌ریزی فعالیت‌هایی که زندگی روزانه‌شان را تحت تاثیر قرار می‌دهد، مشارکت کنند (سیمونز^۵، ۱۹۹۴). دوم، ساکنان محلی به صورت فزاینده‌ای به عنوان بخش ضروری جو مهمان‌نوازی یک منطقه دیده می‌شوند (سیمونز، ۱۹۹۴). مشارکت در گردشگری ممکن است رضایت محلی ایجاد کند و مردم محلی را به حمایت از فعالیت‌های گردشگری تشویق کند. سوم، مردم محلی می‌توانند منبع عالی اطلاعاتی باشند که برای دیگران قابل دسترس نیست. مردم محلی می‌توانند توسعه متناسب گردشگری را با سبک و سرعتی که مطابق با نیازها و اشتیاق‌های آنهاست، شناسایی کنند (گارود^۶، ۲۰۰۳). چهارم، مشارکت اجتماعی می‌تواند اطمینان دهد که منافع توسعه گردشگری به صورت عادلانه در سراسر جامعه توزیع شده است (بروهمن^۷، ۱۹۹۶). پنجم، مشارکت اجتماعی در فعالیت‌های گردشگری می‌تواند فخر و مباهات مردم به فرهنگ و جامعه خود را افزایش دهد و نیز فرصت‌هایی برای آنها جهت ملاقات بازدیدکننده‌ها ایجاد کند (کل، ۲۰۰۶) و ششم، مشارکت اجتماعی در تصمیم‌گیری می‌تواند به توسعه خوداتکایی اجتماعی منجر شود. مشارکت فعال نه تنها

¹ Cole

² Tosun

³ Drake

⁴ Saarinen

⁵ Simmons

⁶ Garrod

⁷ Brohman

روحیه وابستگی را از بین می‌برد بلکه سطح آگاهی، خوداطمینانی آنها و کنترل فرایند توسعه را افزایش می‌دهد (کومار^۱، ۲۰۰۲).

در مجموع، ایده گردشگری پایدار جامعه‌محور معتقد است که ساکنان محلی باید توسعه صنعت گردشگری را از طریق درگیر شدن در گردشگری و اهداف و استراتژی‌های توسعه آن کنترل کنند. آنها همچنین باید در اجرای استراتژی‌ها و نیز امکانات و خدمات عملیاتی زیرساخت‌های گردشگری برای مدیریت اثربخش منابع محلی و توزیع بهتر مزایای توسعه گردشگری مشارکت کنند.

اثرات گردشگری

هرگاه فعالیت‌های گردشگری ارتباط نزدیکی با جامعه محلی داشته باشد، گردشگری می‌تواند موجب تغییر در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، محیطی و اقتصادی مقصد گردد (بیتون^۲، ۲۰۰۶). زمانی که جامعه‌ای تحت تاثیر گردشگری قرار می‌گیرد، افراد به صورت طبیعی سعی می‌کند که تغییرات منفی توسعه گردشگری را حداقل کرده و اثرات مثبت را افزایش دهند. مشارکت جامعه در مورد توانمندسازی مردم محلی با هدف تعیین امیدها و نگرانی‌ها برای توسعه گردشگری در منطقه خود صورت می‌گیرد. در طرح توسعه، اطمینان یافتن از اینکه توسعه اقتصادی تاثیر بسیار زیادی در ساختار شغلی جامعه محلی داشته باشد، بسیار مهم است. طبق گزارش بخش گردشگری سازمان همکاری اقتصادی آسیا پاسیفیک (۲۰۱۰)، گردشگری جامعه محور باید قادر باشد شغل تولید کند، درآمدها را افزایش دهد و فقر را در جوامع کاهش دهد. مشارکت جامعه میزبان در بخش گردشگری فرصت‌هایی را برای آنها جهت بهبود رفاه اقتصادی و کیفیت زندگی از طریق فرصت‌های افزایش یافته به واسطه توسعه فعالیت‌های گردشگری مانند حمل و نقل، اقامت، صنایع دستی و ... فراهم می‌آورد.

اثرات اقتصادی گردشگری مختلفی در مقصد، شناسایی شده است. برای مثال، گردشگری فرصت‌های استخدام و درآمد افراد جامعه را افزایش داده، استاندارد زندگی را بهبود می‌بخشد، درآمدهای مالیاتی را افزایش داده و زیرساخت‌ها را بهبود می‌بخشد و نیز از اثرات منفی اقتصادی می‌توان به تورم، وابستگی اقتصادی، فقر، بار مالیاتی و... اشاره کرد (اندریک^۳ و همکاران^۴، ۲۰۰۵؛ لای^۴ و نیپال^۵، ۲۰۰۶؛ لیپ^۶، ۲۰۰۷؛ آکیس^۷ و همکاران، ۱۹۹۶؛ کیم^۸ و همکاران، ۲۰۱۳ و توسان، ۲۰۰۲).

¹ Kumar

² Beeton

³ Andereck

⁴ Lai

⁵ Nepal

⁶ Lepp

⁷ Akis

⁸ Kim

علاوه بر اثرات اقتصادی، صنعت گردشگری اثرات اجتماعی- فرهنگی در مقصد بر جای می‌گذارد. مقصود از اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری، تغییراتی است که در زندگی مردم، هنر، عادات، رسوم و معماری مقصد، رخ می‌دهد و این تغییرات بیشتر به سبب تماس مستقیم ساکنان مقصد و گردشگران صورت می‌گیرد. مطالعاتی که به بررسی اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری پرداخته‌اند نشان می‌دهند که صنعت گردشگری دارای اثرات مثبتی از قبیل بهبود خدمات اجتماعی، حمل و نقل، امکانات تفریحی و فعالیت‌های فرهنگی، تقویت احساس غرور نسبت به سنت‌ها و فرهنگ محلی، تجدید حیات فرهنگی از طریق محافظت از سایت‌های فرهنگی و حفظ سنت‌ها و فرهنگ محلی، بهبود کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی و اثرات اجتماعی- فرهنگی منفی از قبیل تغییر فرهنگی، تغییر در سبک زندگی، زندگی اجتماعی و ارزش‌ها و باورهای جامعه، افزایش جرم و جنایت و نیز ازدحام و سر و صدا می‌باشد (شلدون^۱ و آبنوجا^۲، ۲۰۰۱؛ آکیس و همکاران، ۱۹۹۶؛ مک‌کول^۳ و مارتین^۴، ۱۹۹۴؛ دیر^۵ و همکاران، ۲۰۰۷؛ کیم و همکاران، ۲۰۱۳؛ توسان، ۲۰۰۲؛ آندریک و همکاران، ۲۰۰۵ و کل، ۲۰۰۶). اثرات گردشگری عاملی برای حمایت و مشارکت جامعه میزبان از توسعه گردشگری پایدار است. جامعه مقصد به عنوان مکانی همراه با عناصر طبیعی و انسانی است که تجارب گردشگری در آن رخ می‌دهد و محصولات گردشگری تولید می‌شود (سینگ^۶ و همکاران، ۲۰۰۳). اگر مردم میزبان، منافع مالی و غیرمالی از ناحیه صنعت گردشگری دریافت کنند، به احتمال زیاد در طرح‌ها و برنامه‌های این حوزه مشارکت خواهند کرد.

پیشینه تجربی پژوهش

- زائو^۷ و زو^۸ (۲۰۱۷)، در مطالعه‌ای به تجزیه و تحلیل اثرات سرمایه اجتماعی بر کارآفرینی کارگاه‌های تولیدی کوچک و خرد از طریق سرمایه ساختاری، ارتباطی و شناختی پرداختند. نتایج کار آنها نشان داد که هر سه بعد سرمایه اجتماعی تاثیر مثبتی بر رفتار کارآفرینی در کارگاه‌های تولیدی خرد و کوچک دارد. نتایج، پایه نظری بر کارآفرینی کارگاه‌های خرد و کوچک ارائه و منبع مطمئنی برای تداوم مطالعات صنایع خرد و کوچک تولیدی فراهم کرد.

- اسفندانی^۹ و همکاران (۲۰۱۶) با هدف بررسی اثر سرمایه اجتماعی در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در میان مدیران پارک علم و فناوری دانشگاه تهران مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۶ انجام دادند. پس زمینه‌های نظری این تحقیق مشتمل بر شبکه‌های اجتماعی و سرمایه اجتماعی (از جمله

¹ Sheldon

² Abenoja

³ McCool

⁴ Martin

⁵ Dyer

⁶ Singh

⁷ Zhao

⁸ Zhu

⁹ Esfandabadi

جنبه‌های شناختی، رابطه‌ای و ساختاری) است. نتایج نشان داد که سرمایه اجتماعی به طور مثبت بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تاثیر می‌گذارد.

- هوانگ^۱ و استوارت^۲ (۲۰۱۶)، در پژوهشی در کره جنوبی، سرمایه اجتماعی را به عنوان نوع خاصی از ارتباطات شخصی گسترش می‌دهد که اقدام جمعی اجتماع مقصد را برای توسعه گردشگری روستایی تشویق می‌کند. نتایج نشان داد که کیفیت شبکه اجتماعی فردی با تمایل به مشارکت در توسعه گردشگری در ارتباط است. علاوه بر این، در مقایسه با روابط شخصی انفرادی میان ساکنان، شبکه‌های اجتماعی موجود، برای افزایش اقدام جمعی ساکنان حیاتی هستند.

- بلور^۳ (۲۰۱۵) مطالعه‌ای در آفریقای جنوبی با هدف بررسی نقش سرمایه اجتماعی و رابطه آن با مدیریت منابع طبیعی جامعه‌محور، انجام داد. به منظور دستیابی به این هدف، روش‌های پژوهشی ترکیبی برای ارزیابی نقش‌ها و روابط سرمایه اجتماعی در سطوح مختلف استفاده شد. نتایج کیفی نقش عمده سرمایه اجتماعی در ایجاد اشکال مختلف اعتماد در سطح پروژه را نشان داد. از سوی دیگر، نتایج کمی بدست آمده از تحلیل عاملی اکتشافی، تعدادی از ابعاد سرمایه اجتماعی در سطح خانوار بدست آمد. نقش مهم رهبران سنتی در حفظ و بسیج سرمایه اجتماعی یکی از ویژگی‌های متقاطع نتایج این مطالعه بود. به طور کلی، یافته‌های این مطالعه، از نقش سرمایه اجتماعی در بهبود نتایج اقدام جمعی حمایت می‌کنند.

- راچماواتی (۲۰۱۴) در پژوهشی در اندونزی، تشریح می‌کند که سرمایه اجتماعی در یک مقصد گردشگری بر توسعه اکوتوریسم در یک سایت خاص تاثیر می‌گذارد. نتایج این پژوهش نشان داد که بین شبکه‌بندی، مشارکت اجتماعی و توسعه اکوتوریسم ارتباط مثبت وجود دارد، ولی اعتماد و هنجار ارتباطی با توسعه اکوتوریسم ندارند.

- لیو و همکاران (۲۰۱۴)، در پژوهشی به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تشویق ساکنان مناطق گردشگری طبیعی جامعه‌محور به رفتارهای زیست‌محیطی پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد سرمایه اجتماعی به عنوان عامل میانجی در بهبود رفتار زیست‌محیطی ساکنان عمل می‌کند و منجر به توسعه گردشگری طبیعی جامعه‌محور می‌شود. همچنین، سرمایه اجتماعی هم نتیجه و هم محرک توسعه گردشگری طبیعی جامعه‌محور است.

- نوردین^۴ و همکاران (۲۰۱۴) در مطالعه‌ای در جزیره لنکاوی مالزی، به توانمندسازی جامعه محلی از طریق کارآفرینی گردشگری پرداخت. هدف آنها از این مطالعه توانمندسازی اقتصادی از جمله سطح درآمد، ایجاد فرصت‌های شغلی و بهبود استاندارد زندگی از طریق کارآفرینی

¹ Hwang

² Stewart

³ Blore

⁴ Nordin

گردشگری بود که نتایج نیز نشان داد فعالیت‌های کارآفرینی گردشگری به طور مثبتی در سطح درآمد، فرصت‌های شغلی و استاندارد زندگی جامعه میزبان مشارکت دارد.

- کیم^۱ و همکاران (۲۰۱۴)، در مطالعه ای موانع مشارکت جامعه محلی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری جامعه محور را در کشورهای در حال توسعه، با تمرکز بر دهکده‌ای در لائوس مورد بررسی قرار داد. موانع اصلی مشارکت جامعه محلی که در این پژوهش شناخته شد شامل: سطح تحصیلات پایین و فقدان دانش درباره گردشگری، شرایط زندگی فقیرانه و فقدان حمایت مالی، مشغله‌های روزانه و فقدان زمان کافی برای مشارکت در گردشگری، ادراکات جامعه محلی از گردشگری به عنوان کسب و کاری فصلی با درآمد پایین و اختلافات قدرت، نهادهای بازدارنده و بی‌اعتمادی محلی به مقامات می‌باشد. در پژوهشی مشابه، پایمین و همکاران^۲ (۲۰۱۴)، موانع مشارکت اجتماعی را در گردشگری روستایی در منطقه‌ای در مالزی مورد ارزیابی قرار دادند. نتایج تحقیق آنها نشان داد که موانع اصلی مشارکت اجتماعی در گردشگری شامل: دانش محدود درباره گردشگری، فقدان سرمایه، عدم توانایی ارتباط خوب از طریق زبان انگلیسی، فقدان اطلاعات درباره توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه، و مشوق‌ها یا حمایت‌های محدود دولت از توسعه گردشگری می‌باشد.

- پونگ‌پان‌رات^۳ و چانترادون^۴ (۲۰۱۲)، در تحقیقی با عنوان "ساز و کار سرمایه اجتماعی در طرح مشارکت اجتماعی گردشگری در جزیره سامویی تایلند" دریافته‌اند که عناصر سرمایه اجتماعی موجب مشارکت بیشتر در میان افراد محلی شده و سطح تحصیلات افراد می‌تواند عملکرد حیاتی برای موفقیت طرح فعالیت‌های گردشگری محلی داشته باشد.

- غزانی و همکاران (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای به نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران پرداختند. نتایج این پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین دیدگاه روستاییان درباره سرمایه اجتماعی و امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد وجود دارد.

- حبیبی (۱۳۹۵)، در مطالعه‌ای به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل ورود گردشگر در شهرستان مریوان پرداخت. نتایج این پژوهش نشان داد که بین مولفه‌های سرمایه اجتماعی و تحصیلات و گرایش آنها به ورود گردشگر رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین جنسیت و وضعیت شغلی افراد و میزان گرایش آنها به ورود گردشگر رابطه معناداری وجود دارد.

- رومیانی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی به تحلیل اثرات سرمایه اجتماعی بر روی توسعه پایدار روستایی در دهستان رومشگان غربی کوه‌دشت پرداختند. آنها دریافته‌اند که در میان ابعاد سرمایه

¹ Kim

² Paimin

³ Pongponrat

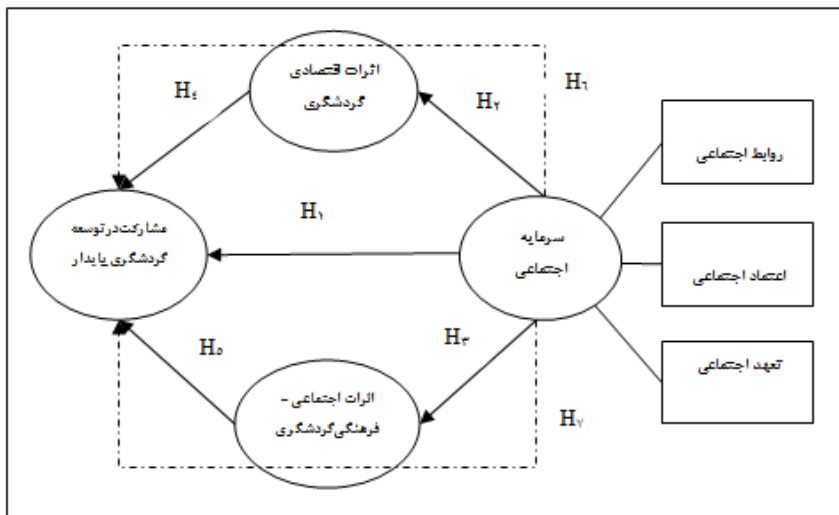
⁴ Chantradoan

اجتماعی، بین ابعاد اعتماد و مشارکت با توسعه پایدار رابطه مثبت و بین نهادهای محلی و توسعه پایدار رابطه منفی وجود دارد. ولی بین بعد انسجام و توسعه پایدار هیچ رابطه‌ای وجود ندارد.

- ضیایی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری در منطقه پاسارگاد پرداختند. آنها دریافتند که ظرفیت جوامع محلی پیرامون پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری به جز مؤلفه تعهد، وضع مطلوبی ندارد. لذا ظرفیت‌سازی و ایجاد بستر مناسب جهت نیل به توسعه پایدار گردشگری در این نواحی ضروری است.

مدل مفهومی

برای بررسی رابطه بین سرمایه اجتماعی و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات گردشگری، با مرور ادبیات تحقیق، شکل (۱) به عنوان چارچوبی کلی برای مشخص نمودن روابط میان متغیرهای تحقیق مدل‌سازی شد. این مدل شامل متغیر مستقل سرمایه اجتماعی با ابعاد روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی و تعهد اجتماعی است و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. همچنین، متغیر میانجی در این مدل شامل اثرات اقتصادی و اثرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری می‌باشد. هدف، بررسی تاثیر مستقیم و غیرمستقیم سرمایه اجتماعی (از طریق متغیر میانجی اثرات گردشگری) بر متغیر مشارکت در توسعه گردشگری است.



شکل (۱) مدل مفهومی تحقیق

منبع: تحقیق حاضر

فرضیه‌های تحقیق

- در راستای اهداف پژوهش فرضیه‌های زیر مورد آزمون و تحلیل قرار می‌گیرند:
- H₁: سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر مستقیم دارد.
- H₂: سرمایه اجتماعی بر اثرات اقتصادی درک‌شده از گردشگری تاثیر مستقیم دارد.
- H₃: سرمایه اجتماعی بر اثرات اجتماعی- فرهنگی درک‌شده از گردشگری تاثیر مستقیم دارد.
- H₄: اثرات اقتصادی درک‌شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر مستقیم دارد.
- H₅: اثرات اجتماعی- فرهنگی درک‌شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر مستقیم دارد.
- H₆: سرمایه اجتماعی با نقش میانجی اثرات اقتصادی درک‌شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر غیرمستقیم دارد.
- H₇: سرمایه اجتماعی با نقش میانجی اثرات اجتماعی- فرهنگی درک‌شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر غیرمستقیم دارد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر با توجه به هدف از نوع کاربردی و با توجه به نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی- پیمایشی است و برحسب ماهیت داده‌ها از نوع تحقیقات کمی می‌باشد. به لحاظ موضوعی این پژوهش از نوع مطالعات گردشگری و توسعه پایدار می‌باشد که در تابستان سال ۱۳۹۵ در شهرستان سرعین انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، ساکنین شهر سرعین می‌باشد. برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید که براساس آن حجم نمونه تعداد ۳۸۵ نفر بدست آمد که از روش نمونه‌گیری تصادفی در دسترس استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌های میدانی از ابزار پرسشنامه استفاده گردید. برای طراحی پرسشنامه از مطالعات مختلف براساس شرایط و موقعیت جامعه استفاده شد. در این رابطه برای سرمایه اجتماعی (۱۳ سوال) از مطالعات ناهاپیت وگوشال (۱۹۹۸)، وان بنینگن و اشمیتز (۲۰۱۳)، پارک و همکاران (۲۰۱۲)، استون (۲۰۰۱)، برگر- اشمیت (۲۰۰۰)، غزانی و همکاران (۱۳۹۵)، میرفردی و همکاران (۱۳۹۳) و ضیایی و همکاران (۱۳۹۲) استفاده شد. برای اثرات گردشگری ادراک‌شده (۱۵ سوال) از مطالعات کیم و همکاران (۲۰۱۳)، هوانگلی^۱ (۲۰۱۲)، اندریک و همکاران (۲۰۰۵)، لیپ (۲۰۰۷) و لای و نپال (۲۰۰۶) استفاده شد و برای متغیر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار (۶ سوال) از پژوهش هوانگلی (۲۰۱۲) استفاده شد. به منظور اطمینان از انطباق سوالات برگرفته از مطالعات پیشین با محتوای سرمایه اجتماعی و دیگر متغیرهای پژوهش، در جامعه میزبان از نظر اساتید دانشگاه، صاحب‌نظران و متخصصان امر (شامل اساتید گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه محقق اردبیلی، ۲ نفر از دانشجویان دکتری در رشته مدیریت جهانگردی و ۴ نفر از خبره‌های فعال در صنعت گردشگری

^۱ Hung Lee

شهر سرعین) استفاده نموده و پس از اخذ نظرات آنها، اقدامات اصلاحی در پرسشنامه صورت گرفت. سپس تعداد ۳۰ نمونه به صورت پیش‌آزمون برای تعیین روایی و پایایی پرسشنامه جمع‌آوری شد. نتایج نشان از روایی و پایایی مناسب پرسشنامه دارد (جدول (۲)).

روش‌های آماری مورد استفاده در این پژوهش، تحلیل همبستگی با استفاده از نرم‌افزار SPSS و مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) به کمک روش حداقل مربعات جزئی (PLS) و با نرم‌افزار SMARTPLS نسخه ۲ می‌باشد. مدل‌سازی معادلات ساختاری روشی است که برای نشان دادن، تخمین و آزمون فرضیه‌ها درباره روابط بین متغیرهای مشاهده شده و نهفته به کار می‌رود. مدل‌سازی معادلات ساختاری شامل دو مرحله یعنی مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری است. در مرحله اول، یعنی مدل اندازه‌گیری، به بررسی روایی و پایایی متغیرهای نهفته تحقیق با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی (CFA) پرداخته می‌شود. در این مرحله از مقدار t و روایی سازه (AVE) برای بررسی روایی متغیرها و از پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی ابزارهای اندازه‌گیری، استفاده می‌شود. چنانچه مقدار t بارهای عاملی در سطح یک یا پنج درصد معنی‌دار و مقدار روایی سازه بالاتر از ۰/۵ باشد و مقدار پایایی ترکیبی بالاتر از ۰/۶ و ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ باشد، روایی و پایایی ابزارهای تحقیق مناسب و مورد قبول است. برطبق موارد مطروحه، جدول (۲) نشان می‌دهد که پایایی و روایی پرسشنامه، مناسب و قابل قبول است. در مرحله دوم، با استفاده از مدل ساختاری به ارزیابی فرضیه‌ها در مورد روابط بین متغیرهای نهفته پژوهش پرداخته می‌شود.

یافته‌های تحقیق

ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخ‌دهندگان نشان می‌دهد که از مجموع ۳۸۵ نفر، ۲۲۳ نفر مرد (درصد ۵۷/۸) و ۱۶۲ نفر زن (درصد ۴۲/۲) هستند. به لحاظ سنی، ۶۴ نفر (درصد ۱۶/۷) زیر ۲۰ سال، ۱۵۱ نفر (درصد ۳۹/۲) بین ۲۰ تا ۳۰ سال، ۱۰۶ نفر (درصد ۲۷/۵) بین ۳۰ تا ۴۰ سال، ۵۳ نفر (درصد ۱۳/۷) بین ۴۰ تا ۵۰ سال و ۱۱ نفر (درصد ۳/۹) بالای ۵۰ سال سن داشته‌اند. از نظر سطح تحصیلات، تعداد ۴۹ نفر (درصد ۱۲/۷) کمتر از دیپلم، ۱۶۹ نفر (درصد ۴۳/۹) دیپلم، ۳۴ نفر (درصد ۸/۸) فوق دیپلم، ۱۱۳ نفر (درصد ۲۹/۴) لیسانس، ۱۲ نفر (درصد ۳/۱) فوق لیسانس و ۸ نفر (درصد ۲/۸) دارای مدرک دکتری می‌باشند. به لحاظ شغلی، ۵۷ نفر (درصد ۱۴/۷) کارمند، ۱۵ نفر (درصد ۳/۹) کشاورز، ۲۶ نفر (درصد ۶/۹) کارگر، ۱۲۸ نفر (درصد ۳۳/۳) بخش خدمات، ۴۲ نفر (درصد ۱۰/۸) شغل آزاد، ۴۵ نفر (درصد ۱۱/۸) خانه‌دار و ۷۲ نفر (درصد ۱۸/۶) دانشجو هستند. همچنین، ۶۸ نفر از افراد (درصد ۱۷/۶) کمتر از ۱۰ سال، ۶۸ نفر (درصد ۱۷/۶) بین ۱۰ تا ۲۰ سال و ۲۴۹ نفر (درصد ۶۴/۷) بالای ۲۰ سال در شهرستان سرعین سکونت داشته‌اند.

جدول (۲) شاخص‌های روایی همگرا، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR)، میانگین پاسخ‌ها و شاخص نیکویی برازش مدل (GOF) را نشان می‌دهد. آلفای کرونباخ میزان بارگیری همزمان متغیرهای مکنون یا سازه را در زمان افزایش یک متغیر آشکار اندازه‌گیری می‌کند و پایایی ترکیبی، نسبت مجموع بارهای عاملی متغیرهای مکنون به مجموع بارهای عاملی بعلاوه واریانس خطا می‌باشد. تمامی مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ و پایایی ترکیبی از مقدار ۰/۶ بزرگترند و این نشان‌دهنده پایایی بالای پرسشنامه هستند.

روایی همگرا نیز در این تحقیق استفاده شده است. روایی همگرا به این معناست که نشانگرهای هر سازه، تفکیک مناسبی را به لحاظ اندازه‌گیری نسبت به سازه‌های دیگر مدل فراهم آورند. به عبارت ساده‌تر، هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری کند و ترکیب آنها به گونه‌ای باشد که تمام سازه‌ها به خوبی از یکدیگر تفکیک شوند. با کمک شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) مشخص شد که تمام سازه‌های مورد مطالعه دارای میانگین واریانس استخراج شده بالاتر از ۰/۵ هستند و نیز طبق شکل (۳) تمامی مقادیر بارهای عاملی در سطح ۵ درصد بالای ۱/۹۶ و معنادار هستند. بنابراین نتیجه می‌گیریم که روایی متغیرهای پژوهش مناسب و رضایت‌بخش می‌باشد. شاخص نیکویی برازش، سازش بین کیفیت مدل ساختاری و مدل اندازه‌گیری شده را نشان می‌دهد و برابر است با:

$$GOF = \sqrt{AVE} \times \sqrt{R^2(1)}$$

که در آن \sqrt{AVE} و $\sqrt{R^2}$ جذر میانگین AVE و R^2 می‌باشد. بالا بودن شاخص مقدار GOF از ۰/۴، برازش مدل را نشان می‌دهد. مقدار شاخص برازش برابر ۰/۶۰۲ است که از مقدار ۰/۴ بزرگ‌تر است بنابراین برازش مدل مناسب است. به بیان ساده‌تر داده‌های این پژوهش با ساختار عاملی و زیربنای نظری تحقیق برازش مناسبی دارد که بیانگر همسو بودن سوالات با سازه‌های نظری است.

جدول (۲) شاخص روایی همگرا، پایایی و آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

GOF	میانگین پاسخ‌ها	آلفای کرونباخ	R ²	پایایی ترکیبی	روایی سازه	متغیرهای پنهان
۰/۶۰۲	۴/۲۳۷	۰/۸۷۵	۰/۵۱۶	۰/۹۰۲	۰/۵۷۳	اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری
	۳/۶۱۴	۰/۸۸۲	۰/۳۸۲	۰/۹۰۸	۰/۵۸۶	اثرات اقتصادی گردشگری
	۳/۵۷۳	۰/۸۱۷	۰/۷۰۵	۰/۸۸۱	۰/۶۵۱	اعتماد اجتماعی
	۳/۵۶۷	۰/۸۸۷	۰/۸۰۹	۰/۹۲۲	۰/۷۴۸	تعهد اجتماعی
	۳/۹۱۳	۰/۸۶۰	۰/۳۴۸	۰/۸۸۸	۰/۵۷۲	مشارکت در توسعه گردشگری پایدار
	۳/۷۲۴	۰/۷۴۳	۰/۷۹۰	۰/۸۲۹	۰/۵۱۱	روابط اجتماعی
	۳/۶۸۸	۰/۹۰۵	۰/۰۰۰	۰/۹۲۱	۰/۶۷۸	سرمایه اجتماعی

منبع: محاسبات تحقیق حاضر

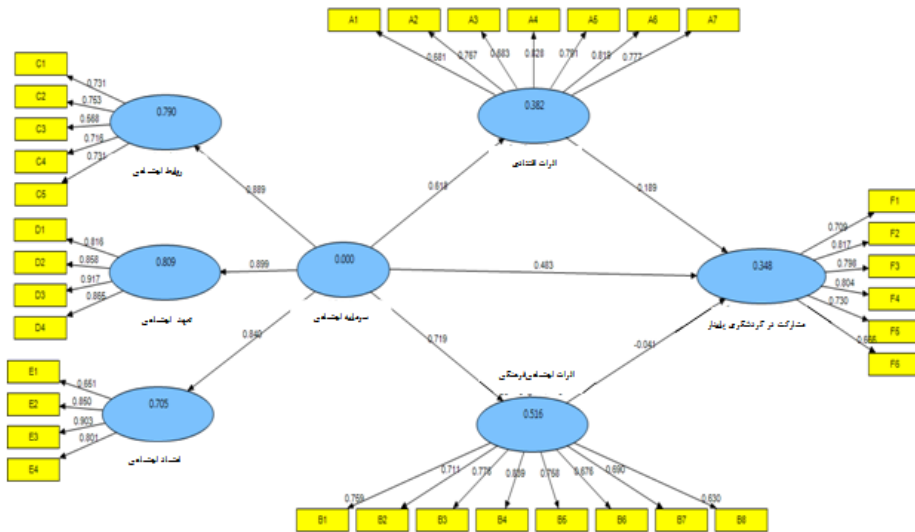
در جدول (۳) ضرایب همبستگی پیرسون متغیرها نشان داده شده‌اند. همانطور که مشاهده می‌شود تمامی ضرایب همبستگی در سطح خطای ۵ درصد مثبت و معنادار هستند. در بین ابعاد سرمایه اجتماعی، روابط اجتماعی با ضریب ۰/۵۳۶ دارای بیشترین ارتباط همبستگی با مشارکت در توسعه گردشگری پایدار می‌باشد. همچنین با بررسی ارتباط همبستگی اثرات گردشگری با متغیرهای دیگر مشاهده می‌شود که ارتباط همبستگی اثرات اقتصادی درک شده با هر یک از ابعاد سرمایه اجتماعی و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار به مراتب بیشتر از ارتباط اثرات اجتماعی- فرهنگی درک شده با هر یک از این متغیرهاست. بنابراین می‌توان اهمیت بیشتر اثرات اقتصادی گردشگری را نسبت به اثرات اجتماعی- فرهنگی از نگاه جامعه‌میزبان در سریع مشاهده کرد.

جدول (۳) ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیرهای پنهان	(۱)	(۲)	(۳)	(۴)	(۵)	(۶)
۱) اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری	1					
۲) اثرات اقتصادی گردشگری	۰/۵۱۲	1				
۳) اعتماد اجتماعی	۰/۵۷۹	۰/۵۵۴	1			
۴) تعهد اجتماعی	۰/۶۱۸	۰/۵۲۹	۰/۶۱	1		
۵) روابط اجتماعی	۰/۶۹۵	۰/۵۴۶	۰/۵۲۷	۰/۷۲	1	
۶) مشارکت در توسعه پایدار گردشگری	۰/۴۰۴	۰/۴۶۷	۰/۵۱۳	۰/۴۶	۰/۵۳۶	1

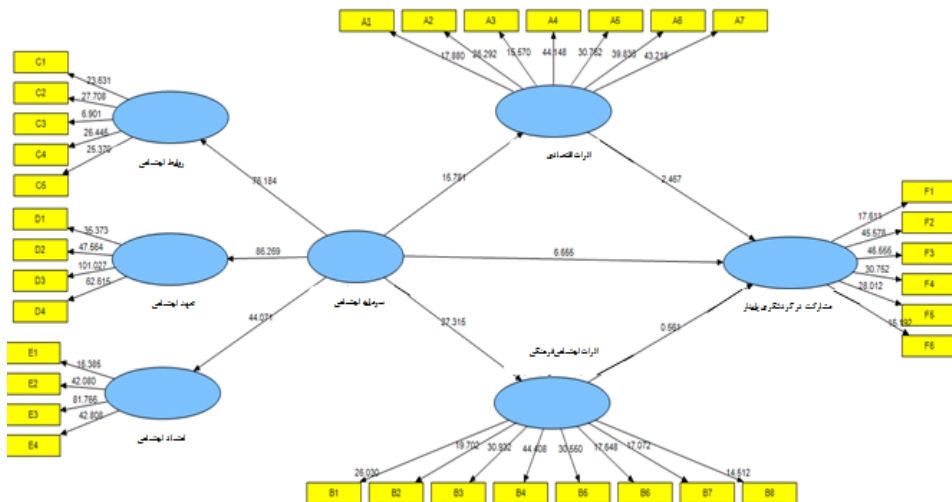
منبع: محاسبات تحقیق حاضر

با پیاده‌سازی نتایج بدست آمده بر روی مدل مفهومی تحقیق، شکل (۲) حاصل می‌شود که مدل معادلات ساختاری را در حالت تخمین ضرایب استاندارد نشان می‌دهد. در این مدل متغیر سرمایه اجتماعی، برونزا و متغیرهای اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی گردشگری، میانجی و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار، درونزایی باشد. در این نمودار اعداد و یا ضرایب به دو دسته تقسیم می‌شوند. دسته اول تحت عنوان معادلات اندازه‌گیری هستند که روابط بین متغیرهای پنهان (بیضی) و متغیرهای آشکار (مستطیل) می‌باشند (بارهای عاملی). دسته دوم معادلات ساختاری هستند که روابط بین متغیرهای اصلی تحقیق می‌باشند و برای آزمون فرضیات استفاده می‌شوند (ضرایب مسیر).



شکل (۲) مدل در حالت تخمین ضرایب استاندارد

شکل (۳) مدل معادلات ساختاری و تحلیل عاملی تاییدی را در حالت قدر مطلق معناداری ضرایب (t-value) نشان می‌دهد. این مدل در واقع تمامی معادلات اندازه گیری و معادلات ساختاری را با استفاده از آماره t، آزمون می‌کند. بر طبق این مدل، ضریب مسیر در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار می‌باشد اگر مقدار آماره t از ۱/۹۶ بیشتر باشد.



شکل (۳) مدل تحقیق در حالت قدر مطلق معناداری ضرایب

جدول (۴) ضرایب مسیر (بتا)، آماره t ، ضریب تعیین و نتیجه فرضیه‌های تحقیق را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج بدست آمده از مقادیر ضرایب مسیر و آماره t ، رابطه مثبت و معنادار سرمایه اجتماعی با سه متغیر اثرات اقتصادی گردشگری، اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری و متغیر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار مورد تایید قرار گرفت. به نحوی که سرمایه اجتماعی ۳۴ درصد از تغییرات مشارکت در توسعه گردشگری پایدار و ۵۱ درصد از اثرات اجتماعی- فرهنگی و ۳۸ درصد از تغییرات اثرات اقتصادی را توضیح می‌دهد. فرضیه "اثرات اقتصادی درک شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر مستقیم دارد"، با ضریب مسیر ۰/۱۸۹ و مقدار t ، ۲،۴۶۷ تایید گردید. ولی فرضیه "اثرات اجتماعی- فرهنگی درک شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر مستقیم دارد"، به دلیل اینکه مقدار t کمتر از ۱/۹۶ بدست آمد، تایید نشد. طبق نتایج به دست آمده، فرضیه "اثر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با متغیر میانجی اثرات اقتصادی گردشگری" دارای ضریب مسیر ۰/۱۱۷ است و مقدار t آن خارج از بازه بحرانی است. در نتیجه، این فرضیه تایید می‌گردد. اما فرضیه "سرمایه اجتماعی با نقش میانجی اثرات اجتماعی- فرهنگی درک شده بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار تاثیر غیرمستقیم دارد"، با توجه به مقدار t به دست آمده (۱/۰۱۸) که کمتر از ۱/۹۶ محاسبه شده است، تایید نشد.

جدول (۴) ضرایب مسیر (بتا)، آماره t ، ضریب تعیین و نتیجه فرضیه‌های تحقیق

جهت	وضعیت فرضیه	R ²	ضرایب		فرضیات تحقیق
			T	بتا	
رد			۰/۵۶۲	-۰/۰۴۱	H ₅ : اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری -> مشارکت در توسعه گردشگری پایدار
+	تأیید	۰/۳۴۸	2.467	0.189	H ₄ : اثرات اقتصادی گردشگری -> مشارکت در توسعه گردشگری پایدار
+	تأیید		۶/۶۵۵	۰/۴۸۳	H ₁ : سرمایه اجتماعی -> مشارکت در توسعه گردشگری پایدار
+	تأیید	۰/۵۱۷	۲۷/۳۱۵	۰/۷۱۹	H ₃ : سرمایه اجتماعی -> اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری
+	تأیید	۰/۳۸۲	۱۵/۷۸۱	۰/۶۱۸	H ₂ : سرمایه اجتماعی -> اثرات اقتصادی گردشگری
رد			۱/۰۱۸	۰/۰۲۹۵	H ₇ : سرمایه اجتماعی -> اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری -> مشارکت در توسعه گردشگری پایدار
+	تأیید		۳/۹۰۷	۰/۱۱۷	H ₆ : سرمایه اجتماعی -> اثرات اقتصادی گردشگری -> مشارکت در توسعه گردشگری پایدار

$|t| > 1.96$ Significant at $P < 0.05$, $|t| > 2.58$ Significant at $P < 0.01$,

منبع: تحقیق حاضر

بحث

این تحقیق، با هدف بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت جامعه میزبان در توسعه گردشگری پایدار، با نقش میانجی اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی گردشگری در شهرستان سرعین انجام شد. در این راستا، هفت فرضیه مورد آزمون قرار گرفت. در فرضیه اول به بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار پرداخته شد که نتایج پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری بین سرمایه اجتماعی و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار وجود دارد به طوری که ۳۴ درصد از تغییرات متغیر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار به وسیله سرمایه اجتماعی ایجاد می‌شود که نشان از رابطه مثبت و مستقیم بین این دو متغیر است. همچنین بررسی ابعاد سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد که براساس جدول (۳) در سطح ۹۵ درصد همبستگی مثبت و معناداری بین ابعاد سرمایه اجتماعی و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار وجود دارد. به طوری که به ترتیب روابط اجتماعی، اعتماد اجتماعی و تعهد اجتماعی دارای بیشترین ارتباط همبستگی با مشارکت در توسعه گردشگری پایدار می‌باشند. این نتیجه با پژوهش راجماواتی (۲۰۱۴) که طبق آن سرمایه اجتماعی که از طریق مشارکت و همکاری جامعه محلی ایجاد می‌شود، در توسعه اکوتوریسم ضروری می‌باشد، هم‌راستاست. همچنین با نتایج جونز^۱ (۲۰۰۵) که به ارتباط بین سرمایه اجتماعی و عملیات اکوتوریسم در گامبیا پرداخته و همچنین مطالعات پونگ‌پان‌رات و چانترادون (۲۰۱۲)، اکبریان رونیزی (۱۳۹۲) و غزانی و همکاران (۱۳۹۵) مطابقت و هم‌راستایی دارد.

در فرضیه دوم و سوم رابطه سرمایه اجتماعی با اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی درک‌شده از گردشگری مورد سنجش قرار گرفت. نتایج نشان داد که رابطه مثبت و مستقیمی بین سرمایه اجتماعی و اثرات اقتصادی درک‌شده گردشگری و نیز بین سرمایه اجتماعی و اثرات اجتماعی- فرهنگی درک‌شده گردشگری وجود دارد. همچنین برطبق جدول (۳) نیز همبستگی مثبت و معنادار در سطح ۹۵ درصد بین ابعاد سرمایه اجتماعی و اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی درک‌شده وجود دارد. در فرضیه چهارم، تأثیر اثرات اقتصادی درک‌شده از گردشگری بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین اثرات اقتصادی درک‌شده و مشارکت در توسعه گردشگری ارتباط مثبت و مستقیمی وجود دارد. این نتایج با نتایج پژوهش دراک (۱۹۹۱) که به نقش جامعه محلی در توسعه اکوتوریسم پرداخته و پروژه اکوتوریسم را شامل ۳ مرحله برنامه ریزی، اجرا و اشتراک‌گذاری منافع (منافع اقتصادی و اجتماعی، سیاسی و فرهنگی) پرداخته، همسویی دارد و نیز با پژوهش اندریک و همکاران (۲۰۰۵)، لیپ (۲۰۰۷)، لای و نیپال (۲۰۰۶)، آکیس و همکاران (۱۹۹۶)، دیر و همکاران (۲۰۰۷) مطابقت دارد که به نگرش‌ها و ادراکات جامعه میزبان از اثرات گردشگری پرداختند. با این حال، نتایج فرضیه پنجم

^۱ Jones

که در آن تاثیر اثرات اجتماعی- فرهنگی درک شده از گردشگری بر مشارکت در گردشگری پایدار مورد آزمون قرار گرفت، نشان داد که بین اثرات اجتماعی- فرهنگی درک شده و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار ارتباطی وجود ندارد و به این ترتیب فرضیه پنجم تایید نگردید. این نتایج با پژوهش کل (۲۰۰۶) که به عوامل دستیابی به گردشگری پایدار پرداخته و مشارکت اجتماعی در فعالیت‌های گردشگری را عاملی برای بهبود اثرات فرهنگی و اجتماعی می‌داند، و نیز با مطالعات اندریک و همکاران (۲۰۰۵)، لیپ (۲۰۰۷)، لای و نیال (۲۰۰۶) و کیم (۲۰۱۳) مطابقت ندارد.

در فرضیه ششم تاثیر غیرمستقیم سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات اقتصادی درک شده سنجیده شد که نتایج نشان از تایید این رابطه دارد. در واقع، این نتیجه نشان داد که سرمایه اجتماعی موجود در جامعه محلی سریعین و با توجه به ادراک آنها از اثرات اقتصادی که توسعه گردشگری در سریعین ایجاد می‌کند از مشارکت در توسعه گردشگری پایدار استقبال می‌کنند. سرمایه اجتماعی لازمه الگوی توسعه گردشگری است و برای توسعه این الگو، وجود سرمایه‌های مختلف از جمله منابع اجتماعی مانند میزان آگاهی ساکنان محلی، وجود اعتماد و یکدلی ساکنان از توسعه گردشگری، نحوه رفتار ساکنان محلی با گردشگران برای اشتیاق آنها برای سرمایه‌گذاری و توسعه مستقیم و غیرمستقیم ضروری است (اکبریان رونیزی، ۱۳۹۲). سرمایه اجتماعی در مقیاس محلی، شامل منابعی در اجتماعات است که از طریق سطح بالای اعتماد، عمل و کنش متقابل، هنجارهای مشترک رفتاری، تعهدات و التزامات و تعلقات مشترک، شبکه‌های رسمی و غیررسمی و کانال‌های اطلاعاتی موثر بوجود می‌آید (کای^۱، ۲۰۰۶).

در فرضیه هفتم این پژوهش، تاثیر غیرمستقیم سرمایه اجتماعی بر مشارکت در توسعه گردشگری پایدار با نقش میانجی اثرات اجتماعی- فرهنگی درک شده مورد تحلیل قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که این ارتباط برقرار نیست. بنابراین، فرضیه هفتم مورد تایید قرار نگرفت.

نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری به عنوان صنعتی پاک برای اقتصاد کشورها شناخته می‌شود که بیشترین تبادلات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی را در جامعه ایجاد می‌کند. در کنار عوامل مؤثر بر توسعه، امروزه سرمایه اجتماعی را به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی مورد نیاز برای رشد و توسعه جوامع تلقی می‌کنند؛ بنابراین در این تحقیق، تأثیر سرمایه اجتماعی بر مشارکت جامعه میزبان در توسعه گردشگری پایدار، با نقش میانجی اثرات اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی گردشگری در شهرستان سریعین مورد بررسی و پژوهش قرار گرفته شد. در این راستا، برای دستیابی به اهداف پژوهش، هفت فرضیه مورد آزمون قرار گرفت. همه فرضیات به جز دو فرضیه در حوزه اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری، مورد تایید قرار گرفت. نتایج نشان داد، رابطه اثرات اقتصادی گردشگری و سرمایه

^۱ Kay A.

اجتماعی و مشارکت در توسعه گردشگری پایدار مورد تایید قرار گرفت. بدین ترتیب در حوزه اقتصادی توسعه گردشگری در شهر سرعین مناسب بوده و مورد توجه و حمایت جامعه میزبان قرار گرفته است. این به نوبه خود باعث افزایش مشارکت جامعه محلی در برنامه‌ها و فعالیت‌های گردشگری پایدار می‌شود. با این حال، نتایج حاکی از آن است که رابطه اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری با مشارکت در توسعه گردشگری پایدار و همچنین رابطه غیرمستقیم سرمایه اجتماعی با نقش میانجی اثرات اجتماعی- فرهنگی با مشارکت در توسعه گردشگری پایدار مورد تایید قرار نگرفت. این نشان داد که در حوزه اثرات اجتماعی- فرهنگی گردشگری، توسعه‌ای که اتفاق افتاده به گونه‌ای نبوده که بتواند سرمایه اجتماعی جامعه محلی سرعین را با خود همراه کند. بنابراین می‌توان گفت که توسعه گردشگری در سرعین به لحاظ اجتماعی- فرهنگی هم‌راستا با نیازها و خواسته‌های جامعه محلی نبوده و باید در برنامه‌ریزی‌های آتی به این امر توجه شود، به این دلیل که توجه به جامعه محلی و مشارکت و همکاری هر چه بیشتر آنها در توسعه گردشگری حیاتی است. طبق ادبیات و نیز نتایج این تحقیق ملاحظه می‌شود که از یک طرف سرمایه اجتماعی خود لازم‌ه توسعه گردشگری است و از طرف دیگر توسعه گردشگری در مقصد از عوامل مؤثر در ایجاد سرمایه اجتماعی است. این رابطه دوسویه اهمیت و لزوم توجه به جامعه محلی و مشارکت و همکاری هر چه بیشتر آنها را در توسعه گردشگری را نشان می‌دهد.

منابع

۱. اکبری‌ارونیزی، سعیدرضا (۱۳۹۲). بررسی رابطه توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان سولقان تهران). **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، سال ۲، شماره ۶: ۹۲-۷۵.
۲. ایمان، محمدتقی؛ مرادی، گلمراد (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین رضایت اجتماعی و هویت ملی با تعهد اجتماعی جوانان (مورد مطالعه: شهر شیراز). **مجله جامعه‌شناسی کاربردی**، سال ۲۰، شماره ۲: ۱۷۴-۱۵۵.
۳. چلبی، مسعود (۱۳۷۵). **جامعه‌شناسی نظم: تحلیل و تشریح نظری نظم اجتماعی**، (چاپ اول)، تهران، نشر نی.
۴. حبیبی، فاتح (۱۳۹۵). بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تمایل به ورود گردشگر (مطالعه موردی: شهرستان مریوان)، **فصلنامه مطالعات شهری**، شماره ۱۸: ۵۰-۳۷.
۵. رومیانی، احمد؛ عنابستانی، علی اکبر؛ ولانی، محمد (۱۳۹۴). تحلیلی بر اثرات سرمایه اجتماعی بر روی توسعه پایدار روستایی دهستان رومشگان غربی- شهرستان کوهدشت، **فصلنامه علمی- پژوهشی فضایی جغرافیایی**، سال ۱۵، شماره ۵۲: ۱۱۵-۹۷.
۶. شکوهی دولت‌آبادی، محمود؛ مسعود، محمود (۱۳۸۹). پیاده راه عاملی برای افزایش سرمایه اجتماعی، **نشریه انجمن علمی معماری و شهرسازی ایران**، دوره ۱، شماره ۱: ۶۶-۵۵.
۷. ضیایی، محمود؛ امین بیدختی، علی اکبر؛ قربانی، فاطمه (۱۳۹۲). ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری، **فصلنامه مطالعات گردشگری**، سال ۸، شماره ۲۴: ۸۸-۵۹.
۸. عینالی، جمشید؛ فراهانی، حسین؛ رومیانی، احمد (۱۳۹۲). ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم (مطالعه موردی: دهستان حصار ولیعصر شهرستان بوئین‌زهرا)، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، دوره ۲، شماره ۶: ۷۴-۵۲.
۹. غزانی، عزت‌الله؛ بیژنی، مسعود؛ چیذری، محمد (۱۳۹۵). نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران، **مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران**، جلد ۱۲، شماره ۱: ۶۹-۵۳.
۱۰. غفاری، غلام‌رضا؛ معاون، زهرا (۱۳۹۲). سهم سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی در میزان تمایل به گردشگری در دو سایت حافظیه و تخت جمشید شیراز، **مجله جامعه‌پژوهی فرهنگی**، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۴، شماره ۱: ۱۲۷-۱۱۳.
۱۱. میرفردی، اصغر؛ مختاری، مریم؛ حیدری، علی؛ دانش‌پذیر، علی (۱۳۹۳). بررسی تاثیر سرمایه اجتماعی بر میزان گرایش به ورود گردشگر (مورد مطالعه: شهر یاسوج)، **مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری**، سال ۳، شماره ۱۰: ۱۲۵-۱۰۶.

۱۲. میرک‌زاده، علی‌اصغر؛ شیری، نعمت‌الله؛ هدایتی‌نیا، سعید (۱۳۹۲). تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی، *مجله تحقیقات اقتصادی و توسعه کشاورزی* ایران، دوره ۴۵، شماره ۲: ۲۴۶-۲۳۵.

13. Akis, S., Peristianis, N. and Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus, **Tourism Management**, Vol. 17, Issue. 7, PP: 481-494.

14. Andereck, K. L., Valentine, K. M., Richard, C. K. and Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts, **Annals of tourism Research**, 32 (4):1056-1076.

15. Beeton, S. (2006). **Community development through tourism**, In: Land link Press, Australia.

16. Berger-Schmitt, R. (2000). **Social cohesion as an Aspect of the Quality of societies: concept and Measurement**, Center for Survey Research and Methodology (ZUMA).

17. Blore, M. L. (2015). **The role of social capital in community-based natural resource management: A case study from South Africa**, MSc dissertation, University of Pretoria, <http://hdl.handle.net/2263/48954>.

18. Brohman, J. (1996). New Directions in Tourism for Third World Development, **Annals of Tourism Research**, 23(1): 48-70.

19. Cole, S. (2006). Information and Empowerment: The keys to Achieving Sustainable Tourism, **Journal of Sustainable Tourism**, 14(6): 629- 644.

20. Cushman, J. W. (1992). The Organizational Dynamics of Teacher Workplace Commitment: A study of urban elementary and middle schools, **Educational Administration Quarterly**, 28 (1): 5- 42.

21. Drake, S. P. (1991). **Local Participation in Ecotourism Projects**, Washington DC: Island Press.

22. Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. and Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, **Tourism Management**, 28(1): 409- 422.

23. Esfandabadi, H. M., Farsi, J. Y., Mobaraki, M. H. and Esfandabadi A. R. M. (2016). The Effect of Social Capital on Opportunity Recognition in Entrepreneurs as Mediated by the Social Network: A Case of Managers in the Science and Technology Park of the University of Tehran. **Arabian Journal of Business and Management**, Review, 6:199, doi:10.4172/2223-5833.1000199.

24. Garrod, B. (2003). Local Participation in the Planning and Management of Ecotourism: A Revised Model Approach, **Journal of Ecotourism**, 2(1): 33-53.

25. Gilliland, D. I. and Bellow D. C. (2002). Two side to Attitudinal Commitment: The Effect of Calculative and loyalty Commitment on Enforcement Mechanism in Distribution Channels, **Journal of Academy Marketing, Science**, 30(1): 24- 43.

26. Harpham, T. and Grant, E. (2002). Measuring social capital within health surveys: Key issues, **Health policy and planning**, 17(1): 106-111.

27. Hung Lee, T. (2012). Influence Analysis of Community Resident Support for Sustainable Tourism Development, **Tourism Management**, 34(1): 37- 46.

28. Hwang, D. H., Stewart, P. W. and Ko, D. W. (2012). Community-based action to influence tourism development, **Journal of Travel Research**, 51(3): 328-341.

29. Hwang, D. and Stewart W. P. (2016). Social Capital and Collective Action in Rural Tourism, **Journal of Travel Research**, 56(1):81- 93.
30. Jones, S. (2005). Community-based ecotourism: The significance of social capital, **Annals of Tourism Research**, 32 (2): 303-324.
31. Kay, A. (2006). Social capital: the social economy and community development, **Community Development Journal**, 41(2): 160-173.
32. Kim, k., Uysal, M. and Sirgy, J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents, **Tourism Management**, Vol. 13, June 2013, PP:527-540.
33. Kim, S., Park, E. and Phandanouvong T. (2014). Barriers to Local Residents' Participation in Community-Based Tourism: Lessons from Houay Kaeng Village in Laos, **SHS Web of Conferences**12, **01045**, DoI: 10.1051/shsconf/20141201045.
34. Ko, D. W. and Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development, **Tourism Management**, 23(1): 521-530.
35. Kumar, S. (2002). **Methods for Community Participation: A Complete Guide for Practitioners**, London: ITDG Publishing.
36. Lai, P. H. and Nepal, S. K. (2006). Local perspectives of ecotourism development in Tawush: an nature reserve, **Tourism Management**, 27(1):1117-1129.
37. Lane Bernard (1994). Sustainable rural Tourism, strategies: at Tool Far development and conservation, **Journal of sustainable Tourism**, 2(2):12-18.
38. Leana, C. R. and Van Buren, H. J. (1999). Organizational social and employment practices, **Academy of Management Review**, 24(1): 538-555.
39. Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda, **Tourism Management**, 28(1): 876-885.
40. Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X. and Liang, Z. (2014), The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism, **Tourism Management**, 41(1):190-201.
41. Macbeth, J., Carson, D. and Northcote, J. (2004). Social capital, tourism and regional development: SPCC - as a basis for innovation and sustainability, **Current Issues in Tourism**, 7(6): 502-522.
42. McCool, S. and Martin, S. (1994). Community attachment and attitudes toward tourism development, **Journal of Travel Research**, 32(3): 29-34.
43. Mearns, K. (2010). **The sustainability of community-based ecotourism in southern Africa**, Ph.D. Dissertation, University of Portsmouth, United Kingdom.
44. Mthembu, B. M. J. (2011). **Rural tourism as a mechanism for poverty alleviation in KwaZulu-Natal: the case of Bergville**, ph. D. thesis, Department of recreation and tourism, University of Zululand.
45. Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational Advantage, **Academy of Management Review**, 2(1): 242-267.
46. Nordin, A. O. S., Lonik, K. A. T. and Jaafar, M. (2014). Empowering local communities through tourism entrepreneurship: The case of micro tourism entrepreneurs in Langkawi island, Vol. 12, 2014, **4th International Conference on Tourism Resaerch (4ICTR)**. DOI: 10.1051/shsconf/20141201101.
47. Paimin, N. F. V., Modilish, S., Mogindol, S. H., Johnny, C. and Thamburaj J. A. (2014). Community participation and barriers in rural tourism: A case study in Kiulu, Sabah, **SHS Web of Conferences**12, **01003**, DOI: 10.1051/shsconf/20141201003.

48. Park, D. B., Lee, K. W., Choi, H. S. and Yoon, Y. (2012), Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea, **Tourism Management**, 33(6): 1511-1520.
49. Pawar, M. (2006). Social capital, **Social Science Journal**, 43(2): 211-226.
50. Pongponrat, K. and Chantradoan, N. J. (2012). Mechanism of social capital In community tourism participatory planning in Samu island: Thailand (An International Multidisciplinary), **Journal of Tourism**, 7(1): 339-349.
51. Rachmawati, E. (2014). Host community's social and cultural capital for ecotourism development in indonesia, DOI:10.1051/shsconf/20141201035.
52. Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies, **Annals of Tourism Research**, 33(1):1-4.
53. Sheldon, P. J. and Abenoja, T. (2001). Resident attitudes in a mature destination: The case of Waikiki, **Tourism Management**, 22(4): 435-443.
54. Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism development, **Tourism Management**, 15(2): 98-108.
55. Singh, S., Timothy, D. J. and Dowling R. K. (2003), **Tourism and Destination Communities**, Oxon, UK & Cambridge, USA: CABI Publishing.
56. Stone, w. (2001). Measuring social capital, **Australian Institute of Family studies**, Research, paper No. 24.
57. Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries, **Tourism Management**, 21(1): 613-633.
58. Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study, **Annals of Tourism Research**, 29(1): 231-253.
59. United Nations Environment Programme (UNEP) and World Tourism Organization (WTO), (2005). **Making tourism more sustainable: a guide for policy makers**, Madrid, Spain, World Tourism Organization.
60. Uslaner, E. M. (1999). Trust but verify: social capital and moral behavior, **social science Information**, 38(1): 29-56.
61. Vadapalli, D. K. (2012). **Heterogeneity in associational memberships: A latent class approach to the empirics of social capital**, Ph.D. Dissertation, Case Western Reserve University, Cleveland, Ohio, United States.
62. Van Beuningen, J. and Schmeets, H. (2013). Social capital in 2009: an index for the Netherlands, **Procedia: Social and Behavioral Sciences**, 72(1):73-90.
63. Zhao, S. and Zhu, Y. (2017). The influence of social capital on small micro manufacturing venture in China, Vol. 100, 2017, 13th Global Congress on Manufacturing and Management (GCMM 2016) DOI: 10.1051/ 710004013.