

نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران

عزت‌اله غزانی، مسعود بیژنی^۱، محمد چیدری^۱

(دریافت: ۹۴/۰۷/۲۷؛ پذیرش: ۹۵/۰۱/۱۷)

چکیده

با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی منحصر به فرد استان مازندران، می‌توان گردشگری طبیعی مردم‌نهاد را مد نظر قرار داد. گردشگری طبیعی مردم‌نهاد مستلزم مشارکت، تعامل و اعتماد مردم روستایی است که به‌عنوان ابعادی از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شوند. هدف از این پژوهش که به روش پیمایش صورت گرفت، تعیین نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران بود. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و به لحاظ تحلیل داده‌ها، از نوع توصیفی - همبستگی است. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه‌ای بود که روایی آن با استفاده از نقطه نظرات پانلی از متخصصان دانشگاهی در عرصه ترویج و آموزش کشاورزی و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری محقق گردید. پایایی دسته‌گویه‌های آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت (۰/۹۳ / ۰/۶۰). جامعه آماری پژوهش شامل کلیه روستاییان مناطق روستایی هدف گردشگری طبیعی استان مازندران ($N=19345$) بود. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، ۲۰۷ نفر برآورد گردید که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب، انتخاب شدند. نتایج آمار استنباطی حاکی از آن بود که بین دیدگاه روستاییان از سرمایه اجتماعی و دیدگاه آن‌ها پیرامون امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا وجود دارد (۲=۰/۷۸۳). همچنین، نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که سرمایه اجتماعی، می‌تواند ۶۵ درصد از تغییرات متغیر دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد را تبیین نماید. در پایان، بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهایی ارائه شده است.

واژه‌های کلیدی: سرمایه اجتماعی، گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، روستاییان

^۱ - به ترتیب، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، استادیار و استاد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس مدرس
* - مسئول مکاتبات، پست الکترونیک: mbijani@modares.ac.ir

۱۶۹۳۰۵۳ هکتار می‌باشد (معاونت برنامه‌ریزی استانداری مازندران، ۱۳۹۱). در استان مازندران بسیاری از جاذبه‌های طبیعی پیرامون روستاهاست که مناطق مستعد و با پتانسیلی را برای جذب گردشگر ایجاد می‌کند. از جمله مکان‌های مستعد و آماده سرمایه‌گذاری در گردشگری استان مازندران که با توجه به مطالعات امکان‌سنجی توسط مشاوران سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری انجام یافته است، می‌توان به هفده روستا (جدول ۱، آمار و اطلاعات مربوط به این روستاها را نشان می‌دهد) به‌عنوان هدف گردشگری طبیعی اشاره نمود (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران، ۱۳۹۳).

با این حال، پرسش این است که آیا گردشگری طبیعی می‌تواند برای جوامع محلی که به نوعی از مشاغل کشاورزی تأمین نشده‌اند حداکثر سود را به ارمغان بیاورد؟ زمانی می‌توان به گردشگری طبیعی، موفق و سودآور گفت که مردم محلی در کنترل و اشتراک منافع به‌صورت منصفانه سهیم باشند (Jones, 2005). بر این اساس، اگر بخواهیم نقش مردم محلی را به‌عنوان بازیگران اصلی در گردشگری طبیعی پررنگ کنیم باید از گردشگری طبیعی مردم‌نهاد (Community Based Ecotourism) نام ببریم. گردشگری طبیعی مردم‌نهاد بر "روابط اجتماعی"، "بهبود اثربخشی مشارکت محلی" و "پیوند اجتماعی جهت حفاظت از محیط‌زیست" تأکید دارد. همچنین، چون منافع مردم محلی همراه با حفاظت از محیط‌زیست در گردشگری طبیعی مردم‌نهاد مطرح است، "سرمایه اجتماعی (Social Capital)" دارای اهمیتی ویژه برای مدیریت جمعی در سطح محلی از منابع مشترک است (Zhao et al., 2011). از این رو، سرمایه اجتماعی، توانایی بهبود همکاری بین افراد جامعه و هماهنگی در روند توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد را دارد (Liu et al., 2014).

از تعمق در آنچه بیان شد می‌توان گفت، ارتقای مقوله‌های مؤثر در سرمایه اجتماعی روستاییان می‌تواند منجر به توسعه گردشگری طبیعی گردد. بر این اساس، هدف این پژوهش تحلیل دیدگاه روستاییان نسبت به نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری مردم‌نهاد در استان مازندران قرار گرفت.

امروزه، اقتصاد روستایی دچار افول شدید شده و سطح درآمد و اشتغال در فعالیتهای کشاورزی کوچک مقیاس و به‌طور خاص درآمد سرانه روستاییان تا کمتر از متوسط درآمد سرانه‌ی کشور کاهش یافته است (بدری و همکاران، ۱۳۹۰). همچنین خانواده کشاورز با محدودیت در سرانه زمین و فرصت‌های اعتباری مواجه است. علاوه بر این، درآمد حاصل از کشاورزی و قیمت محصولات کشاورزی متغیر و با خطر عدم اطمینان رو به رو است (Hoang et al., 2014). بر این اساس، ترویج فعالیتهای غیرکشاورزی عامل اثرگذاری در افزایش رفاه خانواده‌های کم‌درآمد روستایی است. همچنین، باعث کمک به جلوگیری از مهاجرت به مراکز شهری، تقویت پایه‌های اقتصادی مراکز روستایی و استفاده کامل از پتانسیل‌های روستا می‌شود (بذرافشان و همکاران، ۱۳۹۲).

بنابراین، با توجه به این که سهم کشاورزی در اشتغال و درآمدزایی روستاییان رو به کاهش است، گسترش کارکردهای جدید در نواحی روستایی می‌تواند موجب تجدید حیات اقتصادی روستاها و رونق اقتصادی این نواحی شود (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۱). از جمله فعالیتهای غیر کشاورزی برای پر کردن خلاء درآمدی کشاورزان، فعالیتهای گردشگری است. از این رو، گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع اولیه با قابلیت کمک به جوامع محلی در توسعه تنوع اقتصادی مورد توجه قرار گرفته است (Andereck & Vogt, 2000). در واقع، گردشگری به‌عنوان راهبردی برای توسعه پایدار روستایی، تفکر نسبتاً جدیدی است که سیاست‌گذاران محلی در جوامع روستایی به اهمیت آن پی برده‌اند (علوی زاده و میرلطفی، ۱۳۹۲). با توجه به شاخص‌های کلی توسعه روستایی، باید گونه‌ای از گردشگری که متناسب با توسعه پایدار روستایی باشد، انتخاب گردد (صالحی فرد، ۱۳۹۰). از این رو، گردشگری طبیعی (Ecotourism) با التزام ماهیتی به اهداف بنیادی حفاظت از عرصه‌های طبیعی و توسعه جوامع محلی از گزینه‌های مورد توجه می‌باشد (سقای و مسعودی، ۱۳۹۳).

استان مازندران دارای جاذبه‌های طبیعی و تاریخی شناخته شده به مساحت ۶۶۶۳ مترمربع و پارک‌های جنگلی طبیعی به مساحت ۶۸۱۷/۹۲ هکتار است. همچنین مساحت کل عرصه‌های طبیعی استان

مطلب اشاره دارد که در مطالعات سرمایه اجتماعی، از دو رویکرد به سرمایه اجتماعی توجه شده است. رویکرد رابطه‌ای (Relational Approach)، که به شبکه‌های اجتماعی، تراکم آن و صفات وابسته به آن مانند تعاملات اجتماعی اشاره دارد و در رویکرد نهادی (Institutional Approach)، اعتماد و مشارکت اجتماعی مورد بحث قرار گرفته است. همچنین، اخوان‌کاملی و ویسی (۱۳۹۳)، سرمایه اجتماعی را دارای ابعاد و مؤلفه‌هایی می‌دانند که در صورت تقویت آن‌ها، می‌توان زمینه‌های بهبود توسعه را در همه ابعاد جامعه ایجاد کرد. ون‌بنینگ و اشمیتس (Van Beuningen & Schmeets, 2013)، برای سنجش سرمایه اجتماعی، چارچوبی را ارائه دادند که شامل دو بعد اصلی سرمایه اجتماعی یعنی مشارکت (Participation) و اعتماد (Trust) بود. این افراد برای سنجشی دقیق‌تر، این دو بعد را به سه سطح فرد، سازمان و دولت از سرمایه اجتماعی تجزیه نموده و اقدام به بررسی آن کردند. این الگو، دارای مؤلفه‌های مشارکت اجتماعی، مشارکت سازمانی، مشارکت سیاسی، اعتماد اجتماعی، اعتماد سازمانی و اعتماد سیاسی است. ریاحی و همکاران (۱۳۹۲) نیز سرمایه اجتماعی را دارای سه مؤلفه اصلی انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی دانستند که در یک رابطه تعاملی با هم هستند.

گردشگری طبیعی، امروزه به‌عنوان مفهومی که بر پایه ایده آل‌های حفاظت از محیط‌زیست و توسعه پایدار، قرار دارد، سازگارترین شکل گردشگری نام برده می‌شود (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲). در این راستا، اهداف عمده گردشگری طبیعی در مناطق روستایی شامل آموزش گردشگران و فراهم کردن منابع مالی برای حفاظت از مناطق محافظت شده زیست‌محیطی است که به‌طور مستقیم در توسعه اقتصادی-اجتماعی، تقویت سازمان‌های محلی، پربار کردن فرهنگ محلی و تنوع‌بخشی به اقتصاد جامعه محلی، نقش دارد (عینالی و همکاران، ۱۳۹۳).

اکثر فعالیت‌های گردشگری طبیعی در "جوامع محلی" که پتانسیل حضور این صنعت را دارند، اتفاق می‌افتد و منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی برای آن‌ها فراهم می‌آورد. در نتیجه، این مهم، خود دلالتی است که مردم محلی می‌باید مشارکت فعالانه‌تر در انجام پروژه‌های گردشگری طبیعی داشته باشند تا تفسیر و عملیاتی کردن اهداف گردشگری طبیعی، در راستای منافع محلی و

در این راستا، می‌توان گفت که سرمایه اجتماعی وضعیتی کیفی را توصیف می‌کند که در جامعه و روابط بین افراد و گروه‌ها حاکم است. وجود این فضا، روابط بین افراد را تسهیل نموده و اعتماد بین آن‌ها را بهبود می‌بخشد (سوری، ۱۳۹۳).

اصطلاح سرمایه اجتماعی، اولین بار در سال ۱۹۱۶ در مقاله‌ای توسط شخصی به نام هانی‌فان (Hanifan) به کار گرفته شد. اگر این نقل قول را نامعتبر بدانیم، مفهوم سرمایه اجتماعی، نخستین بار، توسط جاکوب (Jacob, 1961) به کار رفت (خانی و ایمان، ۱۳۹۳).

در عرصه توسعه مفهوم سرمایه اجتماعی، سه پژوهشگر نقش کلیدی داشته‌اند؛ پیر بوردیو (Bourdieu)، جیمز کلمن (Coleman) و رابرت پاتنام (Putnam) (Bexley et al., 2007). بوردیو، سرمایه اجتماعی را مجموعه‌ای از منابع موجود یا بالقوه ناشی از تملک شبکه‌های پایدار و کم‌وبیش نهادینه‌شده در روابط مبتنی بر توافق و شناخت دوطرفه می‌داند (میرک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). همچنین، جیمز کلمن در سال ۱۹۸۸ چارچوبی را ارائه نمود که در آن، سرمایه اجتماعی را به‌عنوان یک منبع همراه با سرمایه انسانی و مالی تلقی و با توجه به عملکرد آن، تعریف کرد. از منظر او سرمایه اجتماعی، یک هویت واحد نیست و انواع مختلفی دارد؛ اما دو عنصر مشترک را شامل می‌شوند؛ همه آن‌ها جنبه‌هایی از ساختار اجتماعی را در بر می‌گیرند و اقدامات کنشگران را تسهیل می‌کنند (Park et al., 2012; Bexley, 2007). پاتنام (Putnam, 1993)، سنت‌های مدنی را مورد مطالعه قرار داد و تأثیر آن را بر عملکرد دولت ایتالیا اندازه‌گیری نمود و پیشنهاد کرد که سرمایه اجتماعی یا عدم آن، 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 (Vadapalli, 2012).

در عرصه پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه‌ی سرمایه اجتماعی، فوکویاما (Fukuyama) سرمایه اجتماعی را به‌عنوان یک پدیده جامعه‌شناختی مطالعه می‌کند و آن را مجموعه‌ای از هنجارهای موجود در نظام‌های اجتماعی بر می‌شمارد که موجب افزایش سطح همکاری اعضای جامعه و سبب پایین آمدن هزینه‌ها می‌شود (قهاری و همکاران، ۱۳۹۲). ریچی (Righi, 2013) در پژوهش خود به این

حفظ پایداری در دراز مدت می‌باشد.

در این راستا، قاسمی و همزه (Ghasemi & Hamzah, 2010) بیان می‌دارند که بهترین راه برای شناسایی و پیاده‌سازی گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، در نظر گرفتن همه جنبه‌های "اجتماعی"، "اقتصادی" و "زیست‌محیطی" این نوع از گردشگری است.

عوامل متعددی چون موارد سیاسی، اقتصادی، محیطی، فرهنگی و اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری به‌مثابه یک پدیده اجتماعی - اقتصادی نقش دارند (باسمنجی و حیدری، ۱۳۹۱). جوامع مختلف اگر بخواهند هم منفعت اقتصادی کسب کنند و هم گردشگری خود را افزایش دهند، می‌باید به عوامل اجتماعی توجه کنند و بین سرمایه اجتماعی به‌عنوان متغیر کلان اجتماعی و صنعت گردشگری خود، ارتباط مناسب و هماهنگ ایجاد نمایند (امین‌بیدختی و شریفی، ۱۳۹۱). سرمایه اجتماعی در زمینه گردشگری از سویی با سهیم شدن در تصمیم‌گیری، روشی برای ارتقای پایداری، تعادل توسعه‌ی اقتصادی و اجتماعی، برنامه‌ریزی همه‌جانبه مقاصد گردشگری، اطمینان از داشتن درکی روشن از مکان، ارزیابی سریع و مؤثر از موقعیت‌های پیچیده، توسعه ارزش‌های عمومی، ضمانت توزیع برابر منابع و افزایش شناخت از ذی‌نفعان مؤثر خواهد بود و از سوی دیگر، فرصت‌هایی برای تشویق مردم به سرمایه‌گذاری در بهداشت، آموزش و سایر تسهیلات اجتماعی مهیا می‌سازد که نتیجه‌ی آن بهبود مهارت‌های فنی، ارتباطات و داد و ستد مردم محلی است (عینالی و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین، سرمایه اجتماعی لازمی 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، نحوه‌ی رفتار ساکنان محلی با گردشگران برای اشتیاق آن‌ها برای سرمایه‌گذاری و توسعه مستقیم و غیرمستقیم ضروری است (اکبریان رونیزی، ۱۳۹۲).

جامعه بین‌المللی گردشگری طبیعی، مفهوم گردشگری طبیعی را دارای پنج مؤلفه اصلی می‌داند که شامل "حفاظت از تنوع زیست‌محیطی"، "حفظ و ارتقای رفاه مردم محلی"، "تشویق و ترویج رفتارهای سازگار با محیط‌زیست در میان گروه‌گزاران"، "کاهش استفاده از منابع تجدید ناپذیر"، "افزایش مشارکت مردم محلی در

توسعه محلی" می‌باشد. در همین راستا، در مقایسه با گردشگری طبیعی، در گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، بر "ابعاد اجتماعی" آن تأکید شده است و تمرکز بیشتری بر روی "روابط اجتماعی"، "بهبود مشارکت اجتماعی" و "یکپارچه‌سازی اجتماعی" جهت محافظت از محیط‌زیست گردیده است. از این رو، در جامعه محلی، ساختار اجتماعی و عامل‌های اجتماعی مؤثر بر آن می‌توانند نقش تسهیل‌کننده‌ای در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد داشته باشند (Liu et al., 2014).

شواهد نشان می‌دهد، سطح بالایی از سرمایه اجتماعی (ساختاری و شناختی) موجب تعهد مردم به اقدامات جمعی در پروژه‌های روستایی و توسعه پروژه‌های گردشگری طبیعی مردم‌نهاد می‌شود. همچنین، پژوهش‌ها نشان می‌دهند که سرمایه اجتماعی هم نتیجه و هم عامل ایجاد و توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد است (Jones, 2005). پارک و همکاران (Park et al., 2012) بیان می‌کنند، عناصر اجتماعی در جوامع روستایی بر توانایی مردم محلی به‌منظور کنترل و نفوذ بر برنامه‌های گردشگری در مناطق روستایی مؤثر است. از طرفی، "مشارکت مردمی" به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی سرمایه اجتماعی، باعث رونق مدیریت منابع طبیعی به‌ویژه منابع آب و در نتیجه افزایش و رونق جاذبه‌های گردشگری است (ولی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴).

در این راستا، مشارکت محلی به‌عنوان یکی از متغیرهای سرمایه اجتماعی در جامعه محلی، جهت توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد بسیار ضروری است (Hussin, 2006) و همچنین، سایر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی چون اعتماد اجتماعی، هنجارها، شبکه‌های اجتماعی و رهبری هم در ارتباط و تقویت مشارکت مردم محلی مؤثر هستند، و هم به‌نوعی باعث ایجاد حس مالکیت و تعهد به جامعه محلی خود در افراد می‌شوند، که آن‌ها را قادر می‌سازد تا در توسعه گردشگری وابسته به روستا مشارکت کنند (Pongponrat & Chantradoan, 2012). مطالعات تجربی نیز در این مورد انجام شده است. مثلاً، اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان "بررسی رابطه‌ی توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی تهران"، به مطالعه رابطه بین توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی پرداخت. نتایج پژوهش ایشان نشان داد که بین سرمایه اجتماعی (انسجام، مشارکت، و اعتماد اجتماعی) و توسعه

است و نکته جالب از نتایج پژوهش این محقق آن است که اعتماد اجتماعی در ارتباط منفی با اقدامات جمعی ساکنان منطقه گردشگری بود.

پارک و همکاران (Park et al., 2012)، در پژوهشی به شناسایی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی در گردشگری روستایی پرداختند و نشان دادند که سرمایه اجتماعی در مدیریت تعارضات در میان ساکنان مؤثر است و سرمایه اجتماعی بالا می‌تواند تقویت‌کننده توسعه گردشگری روستایی باشد. ضمن آن‌که در جامعه‌ای با سطح سرمایه اجتماعی بالا، منافع اقتصادی بیشتری از توسعه گردشگری حاصل می‌گردد. همچنین پژوهش آن‌ها نشان داد که چهار عامل از سرمایه اجتماعی جامعه محلی در طول فرآیند توسعه گردشگری در این‌گونه مناطق مؤثر است که شامل مشارکت، هنجارها، اعتماد و شبکه‌ها می‌باشد.

ریت (Rith, 2010)، در پژوهشی به بررسی فرآیندهای پیاده‌سازی، ارزیابی سطح سرمایه اجتماعی، شناسایی ارتباط بین ساخت سرمایه اجتماعی و پیامدهای توسعه گردشگری پرداخت و چگونگی ارتباط سیاست‌ها با ساخت سرمایه اجتماعی را روشن نمود. ایشان، با توجه به نتایج پژوهش خود چهار نقش را برای سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد بیان می‌کند که شامل انتقال دانش، ترویج اقدامات جمعی، مهار قدرت در جوامع محلی و انتشار اطلاعات است.

بر اساس هدف کلی که تحلیل نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران بود و همچنین بر اساس مسأله مطرح شده و مطالعه تحقیقات مرتبط، تلاش گردید تا مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده در سرمایه اجتماعی و شاخص‌های توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد استخراج شود. با تحلیل نظری در پیوند این دو مفهوم "سرمایه اجتماعی" و "توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد" از دیدگاه روستاییان و نقشی که سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد می‌تواند ایفا نماید، چارچوبی مفهومی اولیه ارائه گردد (نگاره ۱).

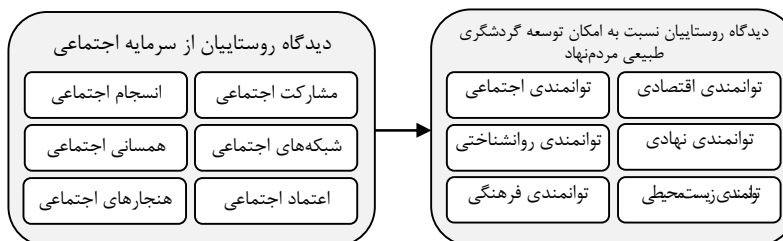
گردشگری از نظر روستاییان، رابطه مستقیم و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا وجود دارد.

نوری پور و نوری (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت آب‌بران شبکه آبیاری و زهکشی، بین سرمایه اجتماعی و مشارکت آب‌بران در توسعه شبکه‌های آبیاری و زهکشی (به‌عنوان رکنی مهم در توسعه کشاورزی و روستایی) رابطه مستقیم و معنی‌داری را به‌دست آوردند.

عینالی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی به ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم در شهرستان بوئین‌زهرها پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد، ابعاد سرمایه اجتماعی تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری خانه‌های دوم دارد. همچنین، عوامل علاقه‌ی فردی و مشارکت، فرهنگ، همیاری و هم‌فکری، تعاون و روابط متقابل، دوستی و هم‌دلی، تعامل و همکاری، انسجام، صداقت و اعتماد دارای تأثیر مثبت بر توسعه گردشگری خانه‌های دوم دارد.

لیو و همکاران (Liu et al., 2014)، در پژوهشی به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در تشویق ساکنان مناطق گردشگری طبیعی مردم‌نهاد به رفتارهای زیست‌محیطی پرداختند. آن‌ها این پرسش را مطرح کردند که آیا سرمایه اجتماعی همکاری‌های بین ساکنان را در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد افزایش می‌دهد؟ نتایج پژوهش نشان داد سرمایه اجتماعی به‌ویژه شناختی به‌عنوان عامل میانجی در بهبود رفتار زیست‌محیطی ساکنان عمل می‌کند و منجر به توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد می‌شود. همچنین، سرمایه اجتماعی هم نتیجه و هم محرک توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد است.

هوانگ (Hwang, 2012)، در پژوهشی تحت عنوان سرمایه اجتماعی بر فعالیت‌های مردم‌نهاد در توسعه گردشگری، دریافت که شبکه‌ها و هنجارهای اجتماعی عوامل مهمی در اقدامات جمعی ساکنان مناطق گردشگری است و فعالیت در سازمان‌های اجتماعی و نیز فشارهای اجتماعی تأثیر مثبتی بر همکاری‌های جمعی دارد. ایشان همچنین، بیان می‌دارد که سرمایه اجتماعی تسهیل‌کننده مشارکت‌های محلی در جهت رونق گردشگری روستایی



نگاره ۱- چارچوب مفهومی پژوهش

کرده‌اند" و "معیش روستاییان منطقه به گردشگری وابسته است". اما، از مهم‌ترین گویه‌های مربوط به سنجش سرمایه‌ی اجتماعی از دیدگاه روستاییان می‌توان به موارد از قبیل "در اجرای پروژه‌های عمرانی روستا به صورت فعال همکاری می‌کنم"، "در سازمان‌دهی خدمات و برنامه‌های روستایی با نهادهای محلی همکاری می‌کنم"، "حضور سرمایه‌گذاران در روستا منجر به توسعه‌ی روستا می‌شود"، "نهادهای اجتماعی روستا توانسته‌اند منجر به توسعه‌ی فرهنگی و اجتماعی شوند"، "در انجام امور شخصی نیاز به مشورت با دیگران ندارم"، "احساس می‌کنم بخشی از یک تیم کاری در روستا هستم"، "ارتباط نهادهای محلی با سازمان‌های منطقه‌ای و ملی مناسب است"، "بخش‌های خصوصی در توسعه و عمران روستا فعال هستند"، "در صورت بروز مشکل در روستا، به رفع مسالمت‌آمیز آن می‌پردازیم"، "افراد با ادیان و فرهنگ‌های مختلف برای روستاییان محترم هستند" و "افراد این روستا از لحاظ سطح تحصیلات وضعیت مشابهی دارند" اشاره کرد. برای جمع‌آوری داده‌های پژوهش از مصاحبه‌ی رو در رو با پاسخگویان استفاده شد. روایی ظاهری و محتوایی پرسشنامه این پژوهش با استفاده از نقطه نظرات پانلی از متخصصان دانشگاهی در عرصه ترویج و آموزش کشاورزی و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مورد تأیید قرار گرفت. یک آزمون راه‌نما و با استفاده از ۳۰ پرسشنامه در خارج از جامعه‌ی آماری مورد نظر انجام گرفت. پایایی پرسشنامه با استفاده از آزمون‌های آلفای کرونباخ برای متغیرهایی که از طیف لیکرت مورد سنجش قرار گرفتند، محاسبه شد و اعتماد پرسشنامه را برای انجام پژوهش قابل قبول نشان داد. مقدار آلفای کرونباخ برای دسته گویه‌های مختلف پرسشنامه به صورت جدول ۲ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS²² صورت گرفت.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و پیشین‌پژوهی بود که به روش توصیفی - همبستگی و با استفاده از فن پیمایش انجام شد. جامعه آماری مورد مطالعه پژوهش، کلیه روستاییان مناطق گردشگری طبیعی استان مازندران انتخاب شدند (N=۱۹۳۴۵). روش نمونه‌گیری، تصادفی طبقه‌ای با انتساب متناسب بود. معیار تقسیم‌بندی هم تعداد جمعیت هر یک از روستاهای گردشگری طبیعی در شهرهای مختلف استان مازندران بود. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران به تعداد ۲۰۷ نفر برآورد گردید. بدین ترتیب که در ابتدا میزان انحراف معیار (Sd=10.48) مشارکت اجتماعی به‌عنوان یکی از صفات شاخص پژوهش محاسبه شد و مبنای محاسبه‌ی "ضریب دقت" (d= 1.5) قرار گرفت. در مرحله‌ی بعدی با قرار دادن انحراف معیار محاسبه شده و ضریب دقت به دست آمده در آماره کوکران، حجم نمونه به دست آمد. آمار مناطق هدف گردشگری طبیعی مورد مطالعه به تفکیک در جدول ۱ آمده است. ابزار اندازه‌گیری در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته و از نوع پرسش‌های بسته‌پاسخ بود که بر مبنای مطالعات نظری و مشاهدات میدانی صورت گرفته بود. جهت سنجش متغیر دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در استان مازندران به‌عنوان متغیر وابسته از ۲۸ گویه و برای سنجش سرمایه اجتماعی از ۴۴ گویه در قالب طیف لیکرت بهره گرفته شد. برخی از مهم‌ترین گویه‌های امکان توسعه‌ی گردشگری طبیعی مردم‌نهاد عبارت بودند از: "نهادهای محلی و مردم روستایی در جهت رونق گردشگری طبیعی با یکدیگر تعامل دارند"، "فرصت‌های شغلی مناسبی برای روستاییان در زمینه‌ی گردشگری طبیعی وجود دارد"، "اهالی روستا به حضور گردشگران در روستا خوش‌بین هستند"، "زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری توسعه پیدا

جدول ۱- روستاهای هدف طبیعت‌گردی استان مازندران

| ردیف | شهرستان | روستا | جمعیت (نفر) | ردیف | شهرستان | روستا | جمعیت (نفر) |
|------|---------|-----------|-------------|------|---------|----------|-------------|
| ۱ | آمل | هندوکلا | ۱۳۸۷ | ۱۰ | رامسر | جواهر ده | ۱۱۰ |
| ۲ | آمل | آب‌اسک | ۳۸۷ | ۱۱ | ساری | فرح‌آباد | ۲۰۲۷ |
| ۳ | آمل | آب‌گرم | ۳۵۷ | ۱۲ | سوادکوه | ورسک | ۸۸ |
| ۴ | آمل | اسکو محله | ۴۵۰۵ | ۱۳ | سوادکوه | لاجیم | ۷۷۸ |
| ۵ | بهشهر | آسیاب‌سر | ۱۵۳۷ | ۱۴ | نور | یوش | ۱۷۲ |
| ۶ | تنکابن | برسه | ۳۵۳ | ۱۵ | نور | رئیس‌کلا | ۵۴۰ |
| ۷ | جویبار | کردکلا | ۱۷۲۳ | ۱۶ | نوشهر | کجور | ۳۳۲۸ |
| ۸ | جویبار | گل محله | ۱۱۳۸ | ۱۷ | نوشهر | کندلوس | ۹۱۵ |
| ۹ | رامسر | گراسماسر | —* | | | | |
| | جمع | | | | | | ۱۹۳۴۵ |

منبع: سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران، ۱۳۹۳
* آماری از فراوانی جمعیت در دسترس نبود.

جدول ۲- میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهای مورد بررسی

| ردیف | متغیر کلان | متغیر خرد | تعداد گویه | مقدار آلفای کرونباخ |
|------|---|----------------------|------------|---------------------|
| ۱ | توانمندی روستاییان | توانمندی اجتماعی | ۵ | ۰/۶۱ |
| ۲ | | توانمندی اقتصادی | ۶ | ۰/۷۵ |
| ۳ | | توانمندی فرهنگی | ۴ | ۰/۷۰ |
| ۴ | | توانمندی روان‌شناختی | ۴ | ۰/۶۳ |
| ۵ | | توانمندی نهادی | ۵ | ۰/۸۶ |
| ۶ | | توانمندی زیست‌محیطی | ۴ | ۰/۶۰ |
| ۷ | توانمندی مردم‌نهاد | مشارکت اجتماعی | ۱۱ | ۰/۸۸ |
| ۸ | | اعتماد اجتماعی | ۷ | ۰/۷۲ |
| ۹ | | انسجام اجتماعی | ۷ | ۰/۸۳ |
| ۱۰ | | شبکه‌های اجتماعی | ۸ | ۰/۹۰ |
| ۱۱ | | هنجارهای اجتماعی | ۶ | ۰/۸۳ |
| ۱۲ | | همسانی اجتماعی | ۵ | ۰/۷۷ |
| ۱۳ | زمینه و تأثیر آموزش‌های ترویجی در توسعه گردشگری طبیعی از دیدگاه روستاییان | | ۱۰ | ۰/۹۳ |

یافته‌ها و بحث

در جدول ۳ خلاصه نتایج توصیفی این پژوهش ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد، میانگین سنی روستاییان در منطقه مورد مطالعه، حدوداً ۳۷ سال بود و حدود ۶۰ درصد از افراد پاسخگو در محدوده سنی جوان ($X_1 < 37$)

قرار داشتند. در این بررسی، ۱۴۶ نفر مرد (۷۰/۵ درصد) و ۵۹ نفر زن (۲۸/۵ درصد) بودند. همچنین از میان پاسخگویان، ۶۹/۶ درصد به‌صورت دائمی و ۲۹ درصد به‌صورت فصلی در روستا سکونت داشتند. از منظر میزان تحصیلات، ۴/۳ درصد روستاییان بی‌سواد، ۹/۲ درصد

همبستگی به شرح زیر استفاده شد (حبیب پور و صفری، ۱۳۹۱).

به منظور تعیین اثرات کلیه متغیرهای مستقل مؤثر بر متغیر وابسته و پیش‌بینی میزان تغییرات هر متغیر، با توجه به ماهیت داده‌ها از رگرسیون خطی چند متغیره به روش گام به گام استفاده شد. در این راستا، متغیرهای مستقل دارای همبستگی با متغیر وابسته در پژوهش حاضر در مدل رگرسیونی گام به گام (Stepwise) وارد شدند. نتایج کلی حاصل از رگرسیون، که در جدول ۶ قابل مشاهده است، نشان داد که متغیرهای همسانی اجتماعی، سن و میزان تحصیلات از مدل رگرسیونی حذف شدند و متغیرهای باقی‌مانده در مجموع ۶۵ درصد از تغییرات در متغیر دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد را تبیین می‌کنند ($R^2_{Adj}=0/65$). ضمن آنکه مقدار F در سطح یک درصد خطا معنی‌دار شد که حاکی از معنی‌دار بودن رگرسیون می‌باشد ($F=74/16$) و $P=0/000$). همچنین شاخص دوربین واتسون (استقلال واریانس) نیز ۱/۸۵ به دست آمد که نشان از مطلوبیت آن دارد.

همان‌طور که در جدول ۷ آورده شده است، در گام اول، متغیر انسجام اجتماعی وارد معادله شد. در گام‌های بعدی به ترتیب شبکه‌های اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و هنجارهای اجتماعی وارد معادله رگرسیونی شدند که هرکدام به ترتیب ۹ درصد، ۷/۵ درصد، ۰/۸ درصد و ۰/۹ درصد از متغیر وابسته را تبیین می‌کنند.

همچنین، مقدار Beta به دست آمده نشان می‌دهد، یک واحد تغییر در انحراف معیار متغیرهای انسجام اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و هنجارهای اجتماعی به ترتیب سبب ۰/۲۸۷، ۰/۳۱۰، ۰/۲۳۱، ۰/۱۱۹ و ۰/۱۳۴ تغییر در انحراف معیار متغیر دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد می‌شود. با توجه به معنی‌داری مقدار t در متغیرها (جدول ۷)، می‌توان نتیجه گرفت که تأثیر این متغیرها در توضیح دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، معنی‌دار می‌باشد.

ابتدایی، ۸/۷ درصد راهنمایی، ۲۰/۸ درصد متوسطه، ۲۵/۶ درصد فوق‌دیپلم، ۲۵/۱ درصد لیسانس و ۴/۸ درصد نیز سطح سواد بالاتر از لیسانس داشتند. با توجه به نتایج، ملاحظه می‌شود که میانگین درآمد ماهانه پاسخگویان ۹۲۳،۰۰۰ تومان بود و نیز بیشتر افراد میزان درآمد ۵۰۰،۰۰۰ تومان در ماه را ذکر کردند. در میان روستاییان پاسخگو، ۳۶/۷ درصد اطلاعاتی در زمینه گردشگری طبیعی داشتند و ۵۹/۴ درصد نیز پیرامون گردشگری طبیعی هیچ‌گونه اطلاعاتی نداشتند. ۷۷/۳ درصد پاسخگویان تمایل داشتند به عضویت در سازمان محلی گردشگری طبیعی درآیند و ۱۹/۸ درصد نیز تمایلی به عضویت در این نوع سازمان نشان ندادند.

به منظور سطح‌بندی کیفی متغیر دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد و همچنین متغیر سرمایه اجتماعی، از روش ISDM استفاده شد. در این روش نحوه تبدیل امتیازات کسب شده به چهار سطح بدین شرح برآورد می‌شود:

خوب $Mean < C < Mean + SD$ ضعیف $A < Mean - SD$
 عالی $Mean + SD < D$ متوسط $Mean - SD < B < Mean$

بر اساس جدول ۴، نتایج نشان می‌دهد، ۱۵/۵ درصد از روستاییان امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد را ضعیف، ۳۱/۹ درصد متوسط، ۳۷/۷ درصد خوب و ۱۵ درصد عالی دانستند. همچنین، ۱۶/۴ درصد از روستاییان دارای سطح سرمایه اجتماعی ضعیف، ۳۲/۴ درصد متوسط، ۳۵/۷ درصد خوب و ۱۵/۵ درصد عالی بودند.

نتایج حاصل از همبستگی بین متغیرهای پژوهش، که در جدول ۵ گزارش شده است، نشان داد که بین دیدگاه روستاییان پیرامون سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، رابطه مستقیم و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا و در حد زیاد ($r=0/783$) وجود دارد. همچنین، بین دیدگاه روستاییان از آموزش‌های ترویجی و دیدگاه ایشان پیرامون امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مستقیم و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا و در حد ضعیف ($r=0/280$) وجود دارد. دیگر نتایج آزمون‌های همبستگی در جدول ۵ آورده شده است. لازم به ذکر است که به منظور تفسیر ضریب همبستگی متغیرها، از سطح‌بندی دامنه‌ی

جدول ۳- نتایج آمار توصیفی متغیرهای مربوط به ویژگی‌های فردی

| متغیر | سطح | فراوانی | درصد فراوانی | درصد معتبر | درصد جمعی | نما | میانه | میانگین |
|---|--------------------------|---------|--------------|------------|-----------|-----------|-------|---------|
| سن (سال) | $(X_i < 37)$ | ۱۲۱ | ۵۸/۵ | ۶۰/۲ | ۶۰/۲ | ۳۰ | ۳۵ | ۳۷/۴۲ |
| | $(37 \leq X_i < 53)$ | ۵۹ | ۲۸/۵ | ۲۹/۴ | ۸۹/۶ | | | |
| | $(53 \leq X_i)$ | ۲۱ | ۱۰/۱ | ۱۰/۴ | ۱۰۰ | | | |
| | بدون پاسخ | ۶ | ۲/۹ | | | | | |
| جنسیت | مرد | ۱۴۶ | ۷۰/۵ | ۷۱/۲ | | مرد | | |
| | زن | ۵۹ | ۲۸/۵ | ۲۸/۸ | | | | |
| | بدون پاسخ | ۲ | ۱ | | | | | |
| نوع سکونت در روستا | دائمی | ۱۴۴ | ۶۹/۶ | ۷۰/۶ | | دائمی | | |
| | فصلی | ۶۰ | ۲۹ | ۲۹/۴ | | | | |
| | بدون پاسخ | ۳ | ۱/۴ | | | | | |
| میزان تحصیلات | بی‌سواد | ۹ | ۴/۳ | ۴/۴ | | فوق دیپلم | | |
| | ابتدایی | ۱۹ | ۹/۲ | ۹/۳ | | | | |
| | راهنمایی | ۱۸ | ۸/۷ | ۸/۸ | | | | |
| | متوسطه | ۴۳ | ۲۰/۸ | ۲۱/۱ | | | | |
| | فوق دیپلم | ۵۳ | ۲۵/۶ | ۲۶ | ۶۹/۶ | | | |
| | لیسانس | ۵۲ | ۲۵/۱ | ۲۵/۵ | ۹۵/۱ | | | |
| | بالتر از لیسانس | ۱۰ | ۴/۸ | ۴/۹ | ۱۰۰ | | | |
| بدون پاسخ | ۳ | ۱/۴ | | | | | | |
| میزان درآمد (هزار تومان در ماه) | $(X_i < 1000)$ | ۱۰۱ | ۴۸/۸ | ۷۷/۷ | | ۵۰۰ | ۸۰۰ | ۹۲۳ |
| | $(1000 \leq X_i < 2000)$ | ۲۵ | ۱۲/۱ | ۱۹/۲ | ۹۶/۹ | | | |
| | $(2000 \leq X_i)$ | ۴ | ۱/۹ | ۳/۱ | ۱۰۰ | | | |
| | بدون پاسخ | ۷۷ | ۳۷/۲ | | | | | |
| اطلاعات در زمینه گردشگری طبیعی | بلی | ۷۶ | ۳۶/۷ | ۳۸/۲ | | خیر | | |
| | خیر | ۱۲۳ | ۵۹/۴ | ۶۱/۸ | | | | |
| | بدون پاسخ | ۸ | ۳/۹ | | | | | |
| تمایل به عضویت در سازمان محلی گردشگری طبیعی | بلی | ۱۶۰ | ۷۷/۳ | ۷۹/۶ | | بلی | | |
| | خیر | ۴۱ | ۱۹/۸ | ۲۰/۴ | | | | |
| | بدون پاسخ | ۶ | ۲/۹ | | | | | |

جدول ۴- سطح بندی متغیر کلان دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد و سرمایه اجتماعی

| متغیر | سطح | فراوانی | درصد فراوانی | درصد نسبی | نما (مد) |
|--|-------|---------|--------------|-----------|----------|
| دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد | ضعیف | ۳۲ | ۱۵/۵ | ۱۵/۵ | ۱ |
| | متوسط | ۶۶ | ۳۱/۹ | ۴۷/۳ | ۲ |
| | خوب | ۷۸ | ۳۷/۷ | ۸۵ | ۳ |
| | عالی | ۳۱ | ۱۵ | ۱۰۰ | ۴ |
| سرمایه اجتماعی | ضعیف | ۳۴ | ۱۶/۴ | ۱۶/۴ | ۱ |
| | متوسط | ۶۷ | ۳۲/۴ | ۴۸/۸ | ۲ |
| | خوب | ۷۴ | ۳۵/۷ | ۸۴/۵ | ۳ |
| | عالی | ۳۲ | ۱۵/۵ | ۱۰۰ | ۴ |

جدول ۵- نتایج آزمون های همبستگی میان متغیرهای پژوهش

| ردیف | متغیر اول | متغیر دوم | ضریب همبستگی | سطح معنی داری | قضایات مقدار معنایی* |
|------|------------------|--|--------------|---------------|----------------------|
| ۱ | سرمایه اجتماعی | دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد | ۰/۷۸۳** | ۰/۰۰۰ | زیاد |
| ۲ | مشارکت اجتماعی | | ۰/۴۷۱** | ۰/۰۰۰ | متوسط |
| ۳ | اعتماد اجتماعی | | ۰/۶۱۹** | ۰/۰۰۰ | متوسط |
| ۴ | انسجام اجتماعی | | ۰/۶۸۳** | ۰/۰۰۰ | زیاد |
| ۵ | شبکه های اجتماعی | | ۰/۵۸۴** | ۰/۰۰۰ | متوسط |
| ۶ | هنجارهای اجتماعی | | ۰/۵۷۰** | ۰/۰۰۰ | متوسط |
| ۷ | همسانی اجتماعی | | ۰/۴۴۳** | ۰/۰۰۰ | متوسط |
| ۸ | آموزش های ترویجی | | ۰/۲۸۰** | ۰/۰۰۰ | ضعیف |

* تفسیر ضریب همبستگی: (خیلی ضعیف: زیر ۰/۲۰، ضعیف: ۰/۲۰ تا ۰/۳۵، متوسط، ۰/۳۵ تا ۰/۴۵، زیاد: ۰/۴۵ تا ۰/۸۵، خیلی زیاد: ۰/۸۵ و بالاتر)

جدول ۶- نتایج رگرسیون متغیرهای تأثیرگذار بر دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد (Y)

| گام | متغیر | R | R ² | R ² Ad | R ² Change |
|-----|------------------------------------|-------|----------------|-------------------|-----------------------|
| ۱ | انسجام اجتماعی (X ₁) | ۰/۶۸۹ | ۰/۴۷۴ | ۰/۴۷۲ | ۰/۴۷۴ |
| ۲ | شبکه های اجتماعی (X ₂) | ۰/۷۵۳ | ۰/۵۶۷ | ۰/۵۶۲ | ۰/۰۹۳ |
| ۳ | اعتماد اجتماعی (X ₃) | ۰/۸۰۱ | ۰/۶۴۲ | ۰/۶۳۶ | ۰/۰۷۵ |
| ۴ | مشارکت اجتماعی (X ₄) | ۰/۸۰۶ | ۰/۶۵۰ | ۰/۶۴۲ | ۰/۰۰۸ |
| ۵ | هنجارهای اجتماعی (X ₅) | ۰/۸۱۲ | ۰/۶۵۹ | ۰/۶۵۰ | ۰/۰۰۹ |

شاخص دوربین واتسن (Durbin-Watson): ۱/۸۵۳

جدول ۷- ضرایب تأثیر رگرسیونی و میزان همبستگی متغیرهای مستقل و وابسته

| متغیر | B | Beta | t | F | Sig. |
|----------------------|--------|--------|-------|--------|-------|
| ضریب ثابت (Constant) | ۲۲/۶۶۹ | | ۶/۷۴۸ | | ۰/۰۰۰ |
| انسجام اجتماعی | ۰/۸۰۵ | ۰/۲۸۷ | ۴/۸۹۴ | ۱۷۶/۷۷ | ۰/۰۰۰ |
| شبکه‌های اجتماعی | ۰/۶۷۵ | ۰/۳۱۰ | ۶/۴۱۶ | ۱۲۷/۶۰ | ۰/۰۰۰ |
| اعتماد اجتماعی | ۰/۵۷۰ | ۰/۲۳۱ | ۳/۶۷۸ | ۱۱۵/۷۴ | ۰/۰۰۰ |
| مشارکت اجتماعی | ۰/۱۵۸ | -۰/۱۱۹ | ۲/۳۷۸ | ۸۹/۴۱ | ۰/۰۱۸ |
| هنجارهای اجتماعی | ۰/۳۹۰ | -۰/۱۳۴ | ۲/۲۹۳ | ۷۴/۱۶۰ | ۰/۰۲۳ |

با توجه به مقدار B ارائه شده در جدول ۷، می‌توان معادله خطی حاصل از رگرسیون گام به گام را به شکل زیر نوشت:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

$$Y = 22.669 + 0.805x_1 + 0.675x_2 + 0.570x_3 + 0.158x_4 + 0.390x_5$$

نتایج نشان داد، بین دیدگاه روستاییان پیرامون انسجام اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه همسو با تحقیقات اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)، عینالی و همکاران (۱۳۹۲) می‌باشد.

یکی دیگر از نتایج همبستگی آن بود که، بین دیدگاه روستاییان پیرامون شبکه‌های اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه همسو با تحقیقات هوانگ (Hwang, 2012)، پارک و همکاران (Park et al., 2012)، پانگپارات و چانترادان (Pongponrat & Chantadoan, 2012) می‌باشد.

نتایج نشان داد، بین دیدگاه روستاییان پیرامون هنجارهای اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه همسو با تحقیقات هوانگ (Hwang, 2012)، پارک و همکاران (Park et al., 2012)، پانگپارات و چانترادان (Pongponrat & Chantadoan, 2012) می‌باشد.

در این پژوهش مشخص شد، بین دیدگاه روستاییان پیرامون همسانی اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه ناهمسو با تحقیقات پارک و همکاران (۲۰۱۲) می‌باشد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

هدف از این پژوهش، بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان بود.

در این مطالعه، نتایج نشان داد که، بین دیدگاه روستاییان از سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان پیرامون امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری در حد زیاد وجود دارد. این نتیجه همسو با تحقیقات اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)، عینالی و همکاران (۱۳۹۲)، امین بیدختی و شریفی (۱۳۹۱)، لیو و همکاران (Liu et al., 2014)، هوانگ (Hwang, 2012)، پارک و همکاران (Park et al., 2012)، جونز (Jones, 2005)، ریت (Rith, 2010)، حسین (Hussin, 2006)، پانگپارات و چانترادان (Pongponrat & Chantadoan, 2012) و ژاوو و همکاران (Zhao et al., 2011) می‌باشد.

همچنین، نتایج نشان داد که بین دیدگاه روستاییان پیرامون مشارکت اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه همسو با تحقیقات اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)، عینالی و همکاران (۱۳۹۲)، پارک و همکاران (Park et al., 2012)، حسین (Hussin, 2006) می‌باشد.

نتیجه دیگر آن بود که بین دیدگاه روستاییان پیرامون اعتماد اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. این نتیجه همسو با تحقیقات اکبریان رونیزی (۱۳۹۲)، عینالی و همکاران (۱۳۹۲)، امین بیدختی و شریفی (۱۳۹۱)، پارک و همکاران (Park et al., 2012)، پانگپارات و چانترادان (Pongponrat & Chantadoan, 2012) و ناهمسو با هوانگ (Hwang, 2012)، می‌باشد.

طبیعی مردم‌نهاد تأثیر مثبت دارد. نهادهای محلی نقش محوری در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد ایفا می‌کنند. کمیت و کیفیت ارتباط نهادهای محلی با دیگر سازمان‌های برون‌محلی، توجه طرح‌های عمرانی و توسعه را به سمت خود جلب می‌نماید و همچنین در درون جامعه محلی نیز می‌تواند تسهیل‌کننده طرح‌هایی چون توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد باشد.

با توجه به وجود رابطه مستقیمی که بین دیدگاه روستاییان پیرامون هنجارهای اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد وجود داشت؛ می‌توان گفت از دیدگاه روستاییان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد وابسته به مواردی چون رعایت اخلاق و حقوق شهروندی، حفظ منابع طبیعی، رعایت بهداشت فردی و محیطی است. بر این اساس، رعایت هنجارهای اجتماعی جذب‌کننده و کنار گذاشتن هنجارهای اجتماعی بازدارنده گردشگری یا به‌نوعی نا به‌هنجارها، شرایط مناسبی را برای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد شکل می‌دهد.

با عنایت به این که بین دیدگاه روستاییان پیرامون همسانی اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ به‌نوعی می‌توان گفت، وجود شرایط مشابه در افراد این امکان را برای گسترش همکاری‌ها و افزایش انسجام مردم محلی ایجاد می‌کند که به اتفاق یکدیگر در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد مشارکت داشته باشند.

همچنین مشخص شد، بین زمینه و تأثیر آموزش‌های ترویجی و امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در همین راستا باید گفت به اعتقاد روستاییان، آموزش‌های ترویجی در زمینه‌ی گردشگری طبیعی منجر به بالا رفتن روحیه تعامل، کسب درآمد بیشتر، عدم تخلیه روستا، رونق صنایع روستایی از جمله گردشگری طبیعی، تثبیت کشاورزی و حفظ محیط‌زیست روستاها می‌شود و همچنین، برای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد باید مردم محلی قبل از هر اقدامی آموزش‌هایی در این زمینه ببینند. به عقیده روستاییان، کارشناسان گردشگری به‌تنهایی نمی‌توانند آموزش‌هایی در این زمینه به روستاییان بدهند و باید کارشناسان ترویج در کنار آنان حضور داشته باشند. این موضوع به عقیده ایشان به این دلیل است که کارشناسان

در این راستا، نتایج نشان داد که، بین دیدگاه روستاییان از سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان پیرامون امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. بر این اساس، برخلاف دیدگاه سنتی به توسعه گردشگری که تنها به عوامل اقتصادی و نوآوری بالقوه در فرآیندهای فنی و بهره‌برداری منابع متمرکز بود (امین بیدختی و شریفی، ۱۳۹۱)، باید ظرفیت‌های اجتماعی منطقه را خوب شناسایی کرد و جهت توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از آن استفاده نمود و به تقویت آن از طریق آموزش و اتخاذ برنامه‌های منطقی پرداخت.

نتیجه دیگر حاکی از آن بود که بین دیدگاه روستاییان پیرامون مشارکت اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. در نتیجه، اقدام به افزایش مشارکت مردم محلی در طراحی، اجرا و مدیریت طرح‌های گردشگری طبیعی مردم‌نهاد و همچنین مشارکت سازمان‌های گروگزار، می‌تواند موتور محرکه این صنعت در منطقه باشد.

از آنجا که بین دیدگاه روستاییان پیرامون اعتماد اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری به دست آمد؛ می‌توان ادعا کرد که اعتماد مردم محلی به حضور گردشگران در منطقه، اعتماد به طرح‌های گردشگری سازمان‌های مربوطه و اعتماد به دیگر روستاییان می‌تواند امنیت ذهنی و عینی را برای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در منطقه موجب شود.

از آنجایی که بین دیدگاه روستاییان پیرامون انسجام اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. به عبارتی، در جامعه‌ای که میان افراد عضو جامعه باهم و همچنین با نهادهای اجتماعی آن تعامل مناسب برقرار باشد و تضادها به حداقل برسد، همکاری‌ها و رسیدن به اهداف مشترک مهم‌تر جلوه کرده و امکان توسعه طرح‌های روستایی از جمله گردشگری طبیعی مردم‌نهاد شکل می‌گیرد.

همانطور که ملاحظه گردید، بین دیدگاه روستاییان پیرامون شبکه‌های اجتماعی از مؤلفه سرمایه اجتماعی و دیدگاه ایشان از امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی وجود دارد. درواقع، از دیدگاه روستاییان، فعالیت شبکه‌های اجتماعی در روستاها بر توسعه گردشگری

ترویج و آموزش، می‌توانند اطلاعات بیشتری در زمینه‌ی همکاری‌های محلی و طرح‌های روستایی به آن‌ها دهند. نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان داد، سرمایه اجتماعی نقش بسزایی در تبیین دیدگاه روستاییان نسبت به امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد دارد. در نتیجه باید به‌منظور توسعه این صنعت در روستاهای هدف، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی را در نظر گرفت و با شناخت کامل از سطح سرمایه اجتماعی منطقه مورد مطالعه به طراحی و اجرای پروژه‌های مربوط به گردشگری طبیعی مردم‌نهاد پرداخت. همچنین، با توجه به اهمیت بیشتر شبکه‌های اجتماعی و انسجام اجتماعی در تبیین سرمایه اجتماعی، باید دانست نهادهای محلی و برون محلی، تعامل مردم محلی با یکدیگر و با نهادهای اجتماعی و کاهش تضاد در جامعه می‌تواند سرمایه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری طبیعی را بهبود بخشد.

- با توجه به این‌که حدود ۷۸ درصد روستاییان تمایل دارند تا در این نوع سازمان‌های محلی عضو شوند، پیشنهاد می‌شود الگویی بومی از این سازمان‌ها طراحی گردد و سازمان‌های گروه‌گزار آن را به همراه اعتبارات لازم به مردم ارائه دهند تا مردم محلی این‌گونه سازمان‌های محلی را در روستای خود تأسیس نمایند و از مزایای آن بهره‌مند گردند.

- بر اساس دیدگاه روستاییان، چون آموزش‌های ترویجی دارای رابطه‌ی معنی‌دار با امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان بود. در نتیجه پیشنهاد

می‌گردد با توجه به تجربه ترویج و آموزش در همکاری با روستاییان و نقش محوری که در توسعه روستاها دارد حتماً در برنامه‌های توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد لحاظ گردد و با بهره‌گیری از آن در آموزش و ترویج صنایع روستایی از جمله گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، زمینه افزایش درآمد و رفاه مردم محلی ایجاد گردد.

- با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد می‌شود با توجه به این‌که از دیدگاه روستاییان سرمایه اجتماعی یک پیش‌بینی کننده قوی در تبیین امکان توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه آن‌ها است، با شناسایی راهکارهای افزایش مشارکت اجتماعی، انسجام اجتماعی، همسانی اجتماعی، بهبود روابط شبکه‌های اجتماعی و تشویق به رعایت هنجارهای اجتماعی، شرایط از لحاظ اجتماعی جهت توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد فراهم گردد و همچنین، متخصصان و برنامه‌ریزان در طرح‌های خود برای توسعه این صنعت حتماً این عامل کلان را لحاظ نمایند.

- در انتها با توجه به یافته‌ها پیشنهاد می‌شود، پژوهشگران در تحقیقات آینده نحوه ورود ترویج و آموزش کشاورزی به حوزه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد و تعامل با سازمان گردشگری و میراث فرهنگی را مورد بررسی قرار دهند و همچنین، با توجه به محدوده پژوهش که به بررسی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان پرداخت، پژوهشگران به بررسی عوامل دیگر مؤثر در توسعه این صنعت در منطقه بپردازند.

منابع

- اخوان‌کاظمی، م. و ویسی، س. (۱۳۹۳). سرمایه اجتماعی و قدرت ملی. *نشریه علمی - ترویجی راهبرد توسعه*، شماره ۳۸، صص ۱۴۷-۱۱۶.
- اسماعیل‌زاده، ح.، صرافی، م. و توکلی نیا، ج. (۱۳۹۰). تحلیلی بر رویکردهای توسعه گردشگری در اجتماعات محلی. *فصلنامه علوم محیطی*، دوره ۹، شماره ۲، صص ۱۴۲-۱۱۹.
- اکبریان رونیزی، س. ر. (۱۳۹۲). بررسی رابطه‌ی توسعه گردشگری و سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی: مطالعه موردی دهستان سولقان شهرستان تهران. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۲، شماره ۶، صص ۹۲-۷۵.
- امین بیدختی، ع. و شریفی، ن. (۱۳۹۱). بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر. *فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری*، دوره ۷، شماره ۱۷، صص ۱۴۹-۱۲۱.
- باسمنجی، ب. و حیدری، ر. (۱۳۹۱). بررسی رابطه توسعه گردشگری با امنیت اجتماعی و سرمایه‌گذاری. *فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی*، دوره ۲، شماره ۷، صص ۱۰۲-۸۳.
- بدری، ر. رحمانی، خ. و سجاسی‌قیداری، م. حسن‌پور، ا. (۱۳۹۰). راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان میوان. *فصلنامه پژوهش‌های روستایی*، دوره ۲، شماره ۲، صص ۵۴-۳۱.

بذرافشان، ج.، رضایی، س.، و منصوری دانشور، م. (۱۳۹۲). ارزیابی استقرار واحدهای صنعتی بر اقتصاد روستایی: مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان فیروزآباد استان فارس. *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، شماره ۴، صص ۲۳۳-۲۵۸.

حبیب‌پور، ک.، و صفری، ر. (۱۳۹۱). *راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی*. تهران: نشر لویه و متفکران. خانی، ع.، و ایمان، م. ت. (۱۳۹۳). بررسی تأثیر متغیرهای اقتصادی و وضعیتی بر سرمایه اجتماعی. *مجله اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، شماره ۲۹۶، صص ۱۰۹-۱۰۱.

رضوانی، م.، مطیعی لنگرودی، ح.، و محمدزاده لاریجانی، ف. (۱۳۹۱). تبیین تحولات کارکردی روستاها و گذار از اقتصاد کشاورزی به گردشگری با تأکید بر نظریه چرخه حیات: مطالعه موردی دهستان فیروزجاه شهرستان بابل. *فصلنامه علمی - پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، دوره ۴، شماره ۳، صص ۱۲۲-۱۰۷.

ریاحی، و.، جمشیدی، ع.، جمینی، د.، و چراغی، ر. (۱۳۹۲). بررسی و ارزیابی سرمایه اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن در بین روستاییان: مطالعه موردی در منطقه اورامانت استان کرمانشاه. *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، دوره ۲، شماره ۴، صص ۱-۲۴.

سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران (۱۳۹۳). *گزارش کمیته طبیعت‌گردی*. منتشر نشده. سپهر، ع.، و صفراآبادی، ا. (۱۳۹۲). تحلیل شاخص‌های اثرگذار بر توسعه اکو توریسم در مناطق بیابانی ایران. *مجله پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، دوره ۴۵، شماره ۴، صص ۱۵۴-۱۳۷.

سقایی، م.، و مسعودی، م. ب. (۱۳۹۳). *اکوسیستم‌های طبیعی و اکوتوریسم با تأکید بر ایران*. تهران: نشر مه‌کامه. سلطانی، ز.، کیانی، ص.، و تقدیسی، ا. (۱۳۹۲). نقش اکو توریسم در فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد: نمونه موردی شهرستان خوانسار. *مجله تحقیقات جغرافیایی*، دوره ۲۸، شماره ۴، صص ۱۵۲-۱۳۷.

سوری، ع. (۱۳۹۳). سرمایه اجتماعی و رشد در ایران. *فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، دوره ۲۲، شماره ۶۹، صص ۴۹-۶۴.

صالحی فرد، م. (۱۳۹۰). *گردشگری روستایی (مبانی برنامه‌ریزی و طرح‌های ساختاری)*. مشهد: نشر مردنیز. علوی زاده، ا. م.، و میر لطفی، م. (۱۳۹۲). نقش اقتصاد غیر زراعی بر ماندگار سازی روستاییان در مناطق روستایی شهرستان سمیرم. *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، دوره ۳، شماره ۱۰، صص ۸۲-۷۱.

عینالی، ج.، جعفری، غ. م.، و تبیره، ا. (۱۳۹۳). ارزیابی اکو توریسم در توسعه مناطق روستایی: مطالعه موردی دهستان اورامان تخت شهرستان سروآباد. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۳، شماره ۹، صص ۲۱۲-۱۹۲. عینالی، ج.، فراهانی، ح.، و رومیانی، ا. (۱۳۹۲). ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم: مطالعه موردی در دهستان حصار ولیعصر شهرستان بوئین‌زهرا. *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، دوره ۲، شماره ۶، صص ۷۴-۵۲.

قهاری، ح.، کلانتری، م.، و قزلباش، س. (۱۳۹۲). مطالعه وضعیت سرمایه اجتماعی در استان زنجان. *فصلنامه علمی - پژوهشی رفاه اجتماعی*، دوره ۱۳، شماره ۵۱، صص ۲۸۱-۲۴۵.

معاونت برنامه‌ریزی استانداری مازندران (۱۳۹۱). *سالنامه آماری استان مازندران در سال ۱۳۹۱*. گزارش منتشر نشده. میرک‌زاده، ع.، شیرینی، ن.، و هدایتی‌نیا، س. (۱۳۹۳). تأثیر ابعاد سرمایه اجتماعی بر نیت کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی. *مجله تحقیقات اقتصادی و توسعه کشاورزی ایران*، دوره ۴۵، شماره ۲، صص ۲۴۶-۲۳۵.

ولی‌زاده، ن.، بیژنی، م.، و عباسی، ع. (۱۳۹۴). تحلیل محیط‌زیست‌گرایانه رفتار مشارکتی کشاورزان در حفاظت از منابع آب سطحی در حوزه جنوبی آبریز دریاچه ارومیه. *مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی*. دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۲۰۱-۱۸۳.

Andereck, K. L., and Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27-36.

- Bexley, E., Marginson, S., and Wheelahan, L. (2007). *Social capital in theory and practice*. The contribution of Victorian tertiary education in the 'new economy' disciplines of business studies and IT. Centre for the Study of HE. The University of Melbourne.
- Bhuiyan, M., Hossain, A., Siwar, C., Ismail, S. M., and Islam, R. (2012). The Role of Ecotourism for Sustainable Development in East Coast Economic Region (ECER), Malaysia. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 3(9), 53-60.
- Ghasemi, M., and Hamzah, A. (2010). The use of Delphi technique to determine variables for the assessment of community-based ecotourism. In *Proceedings of Regional Conference on Tourism Research*, Penang, Malaysia, 13-14 December 2010 (p. 89).
- Hoang, T. X., Pham, C. S., and Ulubaşoğlu, M. A. (2014). Non-farm activity, household expenditure, and poverty reduction in rural Vietnam: 2002–2008. *World Development*, 64, 554-568.
- Hussin, R. (2006). Ecotourism development and local community participation: case studies of Batu Puteh and Sukau village in Lower Kinabatangan area of Sabah, Malaysia. Ph.D. Dissertation, University of Glasgow, Glasgow city, United Kingdom.
- Hwang, D. (2012). Influence of social capital on community-based action in tourism development: a study of social network analysis. Ph.D. Dissertation, University of Illinois at Urbana-Champaign, Champaign city, Champaign County, Illinois, United States.
- Jones, S. (2005). Community-based ecotourism: The significance of social capital. *Annals of Tourism Research*, 32(2), 303-324.
- Khanal, B. R., and Babar, J. T. (2007). Community based ecotourism for sustainable tourism development in the Mekong region. *Policy Brief*, Hanoi Resource Center: Hanoi, Vietnam.
- Kiss, A. (2004). Is community-based ecotourism a good use of biodiversity conservation funds?. *Trends in Ecology & Evolution*, 19(5), 232-237.
- Leksakundilok, A. (2004). Ecotourism and community-based ecotourism in the Mekong Region. *Australian Mekong Resource Centre*. University of Sydney, Australia.
- 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, 190-201.
- Mearns, K. (2010). The sustainability of community-based ecotourism in southern Africa .Ph.D. Dissertation, University of Portsmouth. Portsmouth, United Kingdom.
- 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.
- Pongponrat, K., and Chantradoan, N. J. (2012). Mechanism of social capital in community tourism participatory planning in Samui Island, Thailand. *Tourismos*, 7(1), 339-349.
- Reimer, J. K., and Walter, P. (2013). How do you know it when you see it? Community-based ecotourism in the Cardamom Mountains of southwestern Cambodia. *Tourism Management*, 34, 122-132.
- Righi, A. (2013). Measuring social capital: Official statistics initiatives in Italy. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 72, 4-22.
- Rith, S. O. (2010). A social relational approach to community-based ecotourism development: Policy intervention strategies. Ph.D. Dissertation, Faculty of Environment: By Special Arrangements. Simon Fraser University, British Columbia, Canada.
- Sproule, K. W. (1996). Community-based ecotourism development: identifying partners in the process. *The ecotourism equation: measuring the impacts*, 99, 233-250.
- 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.
- Van Beuningen, J., and Schmeets, H. (2013). Social capital in 2009: An index for the Netherlands. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 72, 73-90.
- Zhao, W., Ritchie, J. R., and Echtner, C. M. (2011). Social capital and tourism entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1570-1593.

The Role of Social Capital in Community Based Ecotourism (CBET) Development as Perceived by Rural People in Mazandaran Province

E.Ghazani, M. Bijani¹ and M. Chizari¹

(Received: Oct, 18, 2015; Accepted: Apr, 5, 2016)

Abstract

Community based ecotourism should be considered regarding the unique natural and cultural capacities of Mazandaran province. Community based ecotourism directly involves local people to protect the natural landscapes and their cultural resource and provides a sustainable livelihood for them. Community based ecotourism requires rural people's participation, interaction and trust which are dimensions of social capital. The purpose of this research, which was conducted by survey technique, was to investigate the role of social capital in community based ecotourism development from the viewpoints of rural people in Mazandaran province. This applied research was fulfilled using descriptive correlation method. The research tool included a questionnaire which its validity was confirmed by a panel of experts in the field of Agricultural Extension and Education and some experts in Organization of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism. Its items reliability was approved using Cronbach's alpha test (0.60 - 0.93). Statistical population included all villagers in the rural areas which are considered as ecotourism objective in Mazandaran province (N=19345). Totally 207 people were selected as a sample by using Cochran's formula and stratified random sampling method. Inferential statistics results revealed there was a positive and significant relationship at one percent statistical error level between respondents' view point toward social capital and their opinion about community based ecotourism development feasibility ($r=0.783$). Also, the results of regression analysis showed social capital can explain 65 percent of rural people's perspective regarding to community based ecotourism development feasibility variation. Finally, based on the findings, some recommendations have been presented.

Keywords: Social Capital, Community Based Ecotourism, Rural People

1- M.Sc. Student of Agricultural Extension and Education, Assistant Professor and Professor of Agricultural Extension and Education, College of Agriculture, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran, respectively.

*- Corresponding author, Email: mbijani@modares.ac.ir.