

تحلیلی بر زمینه‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی، با تأکید بر سرمایه اجتماعی

مطالعه موردی: دهستان دستجرد، شهرستان طارم

مهدی چراغی^{*۱} بهروز محمدی یگانه^۲ نسرین سعیدی^۳

۱- دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

۲- دانشیار گروه جغرافیا، دانشگاه زنجان

۳- کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی

چکیده

بهرمندی از آثار و نتایج گردشگری روستایی نیازمند ارزیابی و بررسی زمینه‌های این نواحی جهت توسعه گردشگری در این نواحی می‌باشد. یکی از زمینه‌های ضروری، وجود سرمایه اجتماعی مطلوب در جامعه میزبان می‌باشد. در همین راستا، در تحقیق حاضر به تحلیل سرمایه اجتماعی جهت توسعه گردشگر و در منطقه مورد مطالعه پرداخته شده است. تحقیق حاضر از نظر نوع کاربردی، از نظر ماهیت و روش به صورت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه)، روش تجزیه و تحلیل به صورت توصیفی و استنباطی (مدل پرومتی و ضریب همبستگی) می‌باشد. قابل ذکر است که یکی از مراحل مدل پرومتی^۲ وزن‌دهی به شاخص‌ها می‌باشد. در تحقیق حاضر وزن‌دهی شاخص‌ها به روش دلفی انجام شده است. نتایج بدست آمده از تحقیق نشان می‌دهد وضعیت سرمایه اجتماعی روستاهای مورد مطالعه جهت جذب گردشگر در وضعیت مطلوبی قرار داشته و شاخص مشارکت اجتماعی بیشترین همبستگی را با سرمایه اجتماعی دارا می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری پایدار، توسعه روستایی، سرمایه اجتماعی، شهرستان طارم.

*نویسنده رابط: mahdicharaghi@yahoo.com

¹ - promeethe

مقدمه

یکی از رویکردهای نوین جهت بهره‌مندی از زمینه‌های مختلف مناطق جهت دستیابی به توسعه یافتگی، توجه به قابلیت‌های گردشگری می‌باشد (امینی و همکاران، ۱۳۹۴ و سجادی و احمدی، ۱۳۹۲). اقتصاد گردشگری اغلب توسط طرفدارانش با عنوان «محرک رشد اقتصادی، توسعه فراگیر و پایداری زیست محیطی» نام برده شده (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۱۳) و به عنوان یک سهم مثبتی برای رفاه جامعه (شورای گردشگری و سفر جهانی، ۲۰۱۳)، بهبود اوضاع اقتصادی بعد از ایجاد بحران (چوهان و خانان، ۲۰۰۹) و ایجاد تنوع اقتصادی (هرب، ۲۰۰۹، آینی و ایبوهان، ۲۰۱۲) توصیف شده است. در بسیاری از مناطق، فرهنگ و طبیعت از منابع اصلی برای جذب گردشگری می‌باشد، اما عواملی چون مسائل محلی مانند مشارکت اجتماعی اعتماد و انسجام اجتماعی و نقش آن در توسعه گردشگری به ندرت در ادبیات علمی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است (حکیم و ناکاجوشی، ۲۰۰۸).

در حال حاضر، تأکید فزاینده بر اتخاذ یک رویکرد درونی برای توسعه است، این رویکرد دلالت بر یک فرآیند تحرک اجتماعی محلی بوده و نیاز به یک ساختار سازمانی که باعث ایجاد منافع متنوع برای تمام گروه‌های جامعه و استفاده از ظرفیت‌های جوامع محلی دارد (جارود و همکاران، ۲۰۰۶، لی، ۲۰۰۶). بررسی‌ها نشان می‌دهد، گردشگری که مبتنی بر مبنای مشارکت فعال اعضای جامعه و توانمند سازی مردم محلی در دستیابی به فرصت گردشگری باعث ایجاد منافع برای کل اعضای جامعه می‌شود (کلور، ۲۰۰۵، جونز، ۲۰۰۵، ساکسن، ۲۰۰۶).

یکی از عوامل مؤثر جهت جذب گردشگران وجود سرمایه اجتماعی می‌باشد. در جوامع مختلف، شبکه‌های شخصی کوچک که بخشی از سرمایه اجتماعی هستند، همچون خانواده از برخی جهات بسیار بسته هستند که این می‌تواند یکی از موانع توسعه گردشگری باشد؛ زیرا مانع از ایجاد دید باز در برابر گردشگران خارجی می‌شود. اما این جوامع می‌توانند با ترویج این مطلب که حضور گردشگران می‌تواند باعث ایجاد مزیت برای منطقه شود، مهمان نوازی ساکنان از گردشگران را افزایش دهند. شبکه‌های اجتماعی محلی هم می‌توانند به صورت افقی و عمودی خود را گسترش دهند. شبکه‌های اجتماعی افقی در خانواده‌ها و شبکه‌های اجتماعی عمودی در سازمان‌ها، مناطق و کشورها به وجود می‌آیند. جامعه‌ای که از شبکه‌های اجتماعی افقی قوی تشکیل شده است از سرمایه اجتماعی لازم برای ایجاد فرصت‌های جدید مانند توسعه گردشگری برخوردار خواهد بود همچنین جامعه‌ای که دارای شبکه‌های اجتماعی عمودی قوی است، در برابر گردشگری ذهنیتی روشن‌تر و بازتر دارند. دهستان دستجرده واقع در بخش شرقی شهرستان طارم یکی از دهستان‌های پنج گانه این شهرستان می‌باشد. دهستان دستجرده ادامه دره‌ای است که رشته کوه‌های طارم آن را محصور

¹- World Tourism Organization

²- World Travel & Tourism Council

³- Chauhan and Khanna

⁴- Herb

⁵- Ayeni and Ebohon

⁶- Hakim and Nakagoshi

⁷- Garrod et al

⁸- Liu

⁹- Cleaver

¹⁰- Jones

¹¹- Saxena

نموده است و رودخانه قزل اوزن از محور این دره عبور می‌نماید. دهستان دستجرده مانند تمام نقاط کشور که از تمدن کهن بی‌نصیب نمانده و دارای جاذبه‌های توریستی و گردشگری قابل توجهی است. مسئله‌ای که امروزه محققان جهت جذب گردشگر در نواحی روستایی بر روی آن تأکید می‌کنند، مطلوب بودن سرمایه اجتماعی جامعه میزبان برای جذب گردشگر می‌باشد، در همین راستا در تحقیق حاضر ابتدا به رتبه‌بندی شاخص‌های سرمایه اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه پرداخته و سپس وضعیت سرمایه اجتماعی جامعه میزبان جهت پذیرش گردشگران مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

مبانی نظری

سرمایه اجتماعی به عنوان منابع در دسترس افراد که از طریق اتصال به شبکه‌های اجتماعی حاصل می‌شود (کاوچی^۱، ۲۰۱۰) تعریف شده است، این مفهوم امروزه در ارتباط با آموزش و پرورش، توسعه اقتصادی، بروز جرایم و سلامت اجتماعی کاربرد و مورد استفاده قرار می‌گیرد (پانتام^۲، ۲۰۰۰). در تحقیقات مختلف، اعتماد، انسجام و مشارکت اجتماعی به عنوان شاخص سرمایه اجتماعی شناخته می‌شود (کاوچی^۳، ۲۰۰۸) که در بروز سلامت روانی جامعه (ون هوجدونکتال^۴، ۲۰۰۸، مارتینکاین^۵، ۲۰۰۳، لوچنر^۶، ۲۰۰۳) رفتارها (کاوچی^۷، ۱۹۹۹ و کیم^۸، ۲۰۰۶) رفاه و توسعه آن (پورتینگا^۹، ۲۰۰۶، لوفورس و سوندگیس^{۱۰}، ۲۰۰۷، فوجیوارا و کاوچی^{۱۱}، ۲۰۰۸) نقش اساسی ایفا می‌کند. مفهوم سرمایه اجتماعی در ادبیات مربوط به توسعه جدید نیست، اما کاربرد آن در مطالعات گردشگری مفهومی نوین است. اولین بارهافمن^{۱۲} در سال ۱۹۱۶ این مفهوم را تعریف کرد.

بسته به رشته‌های مختلف علمی تعاریف مختلفی از سرمایه اجتماعی وجود دارد (ایزونی^{۱۳}، ۱۹۸۸، کولمن^{۱۴}، ۱۹۸۸، لوری^{۱۵}، ۱۹۷۷). رابرت پانتام به صورت تخصصی مفاهیم سرمایه اجتماعی را وارد مطالعات اقتصادی و اجتماعی کرد (اچتیس^{۱۶}، ۲۰۰۹). از دیدگاه پانتام سرمایه اجتماعی اشاره به ویژگی‌های سازمان‌های اجتماعی از قبیل اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی دارد که می‌تواند بهره‌بری را افزایش دهد (پانتام^{۱۷}، ۱۹۹۳). در حال حاضر سرمایه اجتماعی به معنای مجموعه‌ای از هنجارها، شبکه‌ها و سازمان‌هایی می‌باشد که از طریق آن مردم قدرت و منابع لازم را برای تصمیم‌گیری بدست

- 1- Kawachi
- 2- Putnam
- 3- Kawachi
- 4- van Hooijdonketal
- 5- Martikainen
- 6- Lochner
- 7- Kawachi
- 8- Kim
- 9- Poortinga
- 10- Lofors and Sundquist
- 11- Fujiwara and Kawachi
- 12- Hanifan
- 13- Etzioni
- 14- Coleman
- 15- Loury
- 16- Schultheis
- 17- Putnam

می‌آورند (داسگوپتا و سراجبلدین^۱، ۲۰۰۰). سرمایه اجتماعی از جنبه‌های مهم مانند اعتماد، شبکه اطلاعات و هنجارها را پوشش می‌دهد. سرمایه اجتماعی می‌تواند به عنوان شبکه و همکاری در میان مردم محلی باشد و قادر به تسهیل کنش جامعه و ارائه راه حل به جامعه با توجه به مشکلات خاصی که با آن مواجه شده است، باشد. مفهوم سرمایه اجتماعی در تحقیقات علمی جدید است، اما در همین مدت اندک ارائه در بسیاری از تحقیقات مورد توجه قرار گرفته است (ها^۲، ۲۰۰۸).

مفهوم سرمایه اجتماعی به طور گسترده‌ای در مجامع علمی و در زمینه‌های زیادی از تحقیقات استفاده می‌شود، به عنوان مثال تأثیر آن در بهداشت عمومی (کروسبی و هولگراو^۳، ۲۰۰۶، اسپهام^۴، ۲۰۰۶، کاهش فقر (اکانایاکی^۵، ۲۰۰۶) توسعه اجتماعی (اسهام و یوکویامی^۶، ۲۰۰۶، کاکوهن^۷، ۱۹۹۹)، مشارکت سیاسی (کلیسنر^۸، ۲۰۰۲) سیاست‌های زیست محیطی (دنیر^۹، ۲۰۰۲، جونز و همکاران^{۱۰}، ۲۰۰۹، لیدن^{۱۱}، ۲۰۰۳) مدیریت منابع (لی^{۱۲}، ۲۰۰۹) مورد توجه محققان قرار گرفته است. اما در زمینه تأثیرات سرمایه اجتماعی بر روی گردشگری تحقیقات زیادی انجام نشده است. به تازگی ادبیاتی در مورد مشارکت جامعه در رشد گردشگری در حال رشد می‌باشد. به گفته محققان مشارکت جامعه محلی به ویژه در بخش گردشگری یکی از ارکان توسعه پایدار است. بسیاری از مطالعات در زمینه گردشگری تأیید می‌کنند که شرکت در اجتماع و مشارکت به عنوان یکی از عناصر سرمایه اجتماعی عامل کلیدی در توسعه گردشگری پایدار می‌باشد (جوهانسون^{۱۳}، ۲۰۰۳، کارلسون^{۱۴}، ۲۰۰۵، نورگه^{۱۵}، ۲۰۰۹، جونز^{۱۶}، ۲۰۰۵، اوکازاکی^{۱۷}، ۲۰۰۵).

یافته‌های پانکوراتو^{۱۸} (۲۰۱۲) در ارتباط با نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری نشان می‌دهد، سرمایه اجتماعی به عنوان یک تسهیل کننده در مراحل مختلف می‌تواند از طریق افزایش مشارکت در موفقیت برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های گردشگری محلی در نظر گرفته شود. یافته‌های تحقیق کلیبورن^{۱۹} (۲۰۱۰) در ارتباط با نقش و اهمیت سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری در نواحی روستایی نشان می‌دهد، روستاهای دارای شبکه‌های قوی اجتماعی و همکاری برای منافع متقابل دارای زمینه‌های مناسبی برای جذب گردشگر می‌باشند. یافته‌های تحقیق بنت و همکاران^{۲۰} (۲۰۱۲) با رویکرد کیفی و در ارتباط با نقش دارایی‌های سرمایه‌ای در ایجاد ظرفیت برای توسعه گردشگری در جوامع روستایی نشان می‌دهد، وجود

1- Dasgupta, and Serageldin

2- Ha

3- Crosby & Holgrave

4- Isham

5- Ekanayake

6- Isham & Kahkohen

7- Yokoyama

8- Klesner

9- Daniere

10- Jones et al

11- Leyden

12- Li

13- Johannesson

14- Karlsson

15- Nugroho

16- Jones

17- Okazaki

18- Pongponrat

19-

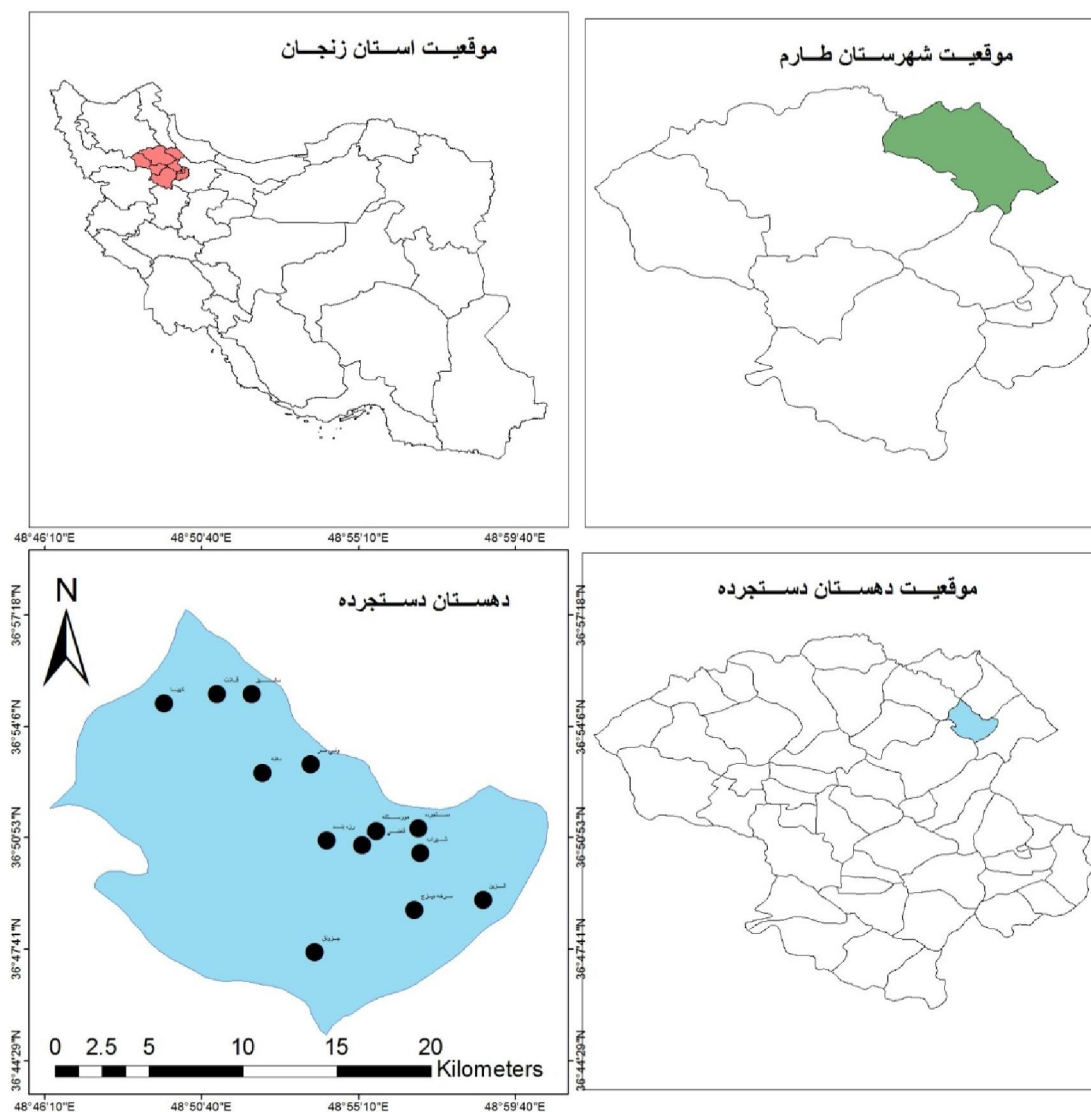
20- Bennett

دارائی‌های سرمایه‌ای زمینه لازم را برای توسعه گردشگری فراهم می‌کند. از دیگر تحقیقات انجام شده در ارتباط با نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری می‌توان به پژوهش‌های مکبث و همکاران^۱ (۲۰۰۴)، مک‌گیهی و همکاران^۲ (۲۰۱۲)، نوردین و وستلوند^۳ (۲۰۰۹) و موسکاردو^۴ (۲۰۱۳ و ۲۰۱۲) اشاره کرد.

محدوده مورد مطالعه

شهرستان طارم در 37° و $41'$ تا 36° و 49° و $15'$ درازای شرقی و 37° و $12'$ پهناى شمالی قرار گرفته است. میانگین ارتفاعی این شهرستان از سطح دریا ۶۳۰ متر می‌باشد. فاصله آبر (مرکز شهرستان) با شهر زنجان ۸۶ کیلومتر در جهت شمال شرقی است. شهرستان طارم یکی از شهرستانهای هفتگانه استان زنجان است که در شمال استان واقع شده و مرکز آن شهر آبر می‌باشد. این شهرستان از شمال به استان گیلان از شرق به استان قزوین از جنوب به شهرستان ابهر و از غرب به شهرستان زنجان محدود می‌باشد. دهستان دستجرده یکی از دهستان‌های پنج‌گانه شهرستان طارم است که از نظر موقعیت جغرافیایی بین 48° و $47'$ تا 49° و $1'$ طول شرقی و 36° و $46'$ تا 36° و $57'$ عرض شمالی قرار گرفته است. مساحت دهستان دستجرده ۲۲۵ کیلومتر مربع می‌باشد. این دهستان بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰، دارای ۱۳ روستای دارای سکنه و ۲۰۸۳ خانوار و جمعیت ۷۳۰۹ نفر بوده است.

1- Macbeth
2- McGehee
3- Nordin
4- Moscardo



روش شناسی تحقیق

تحقیق حاضر از نظر نوع کاربردی، از نظر ماهیت و روش به صورت توصیفی-تحلیلی می‌باشد. در تحقیق حاضر با استفاده از شاخص‌های بکار رفته در جدول شماره (۱) به ارزیابی سرمایه اجتماعی در محدوده مورد مطالعه و بر اساس ۴ شاخص و ۴۰ گویه پرداخته شده است. قلمرو مکانی این تحقیق دهستان دستجرده از شهرستان طارم، واقع در استان زنجان می‌باشد. این دهستان در سرشماری سال ۱۳۹۰ دارای ۱۳ روستای دارای سکنه، ۲۰۸۳ خانوار و ۷۳۰۹ نفر جمعیت بوده است. جهت تعیین حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده و ۲۸۰ خانوار به عنوان تعداد نمونه انتخاب شد.

جدول شماره ۱: شاخص‌ها و گویه‌های سنجش سرمایه اجتماعی در محدوده مورد مطالعه

شاخص	گویه‌ها
اعتماد اجتماعی	اعتماد مردم به یکدیگر- قابل اعتماد بودن مردم روستا- اعتماد مردم به افراد غریبه- اعتماد مردم به مهاجرین- اعتماد مردم روستا به مسافری (گردشگران)- اعتماد مردم به «دهیاری»- اعتماد مردم به «شورای اسلامی» - اعتماد مردم به مراکز خدمات بهداشتی و کشاورزی- اعتماد مردم به شرکت تعاونی روستایی- اعتماد مردم به نهادهای اجتماعی موجود در روستا. (مثل بسیج، هیأت امنای مسجد و...)
مشارکت اجتماعی	بررسی میزان خدمات رسانی از طرف مدیران- مشارکت در برگزاری مراسم عروسی و عزاداری- مشارکت در حفظ و سالم سازی محیط روستا- توجه به قوانین در ساخت و سازها- مشارکت در امور روستا- مشارکت در پروژه‌های عمرانی روستا- ارتباط با شورای اسلامی از طریق کمک فکری- آمادگی جهت مشارکت بدون دریافت دستمزد- مشارکت در تصمیم‌گیری‌های محلی- مشارکت در حفظ و سالم سازی محیط روستا- مشارکت در انتخابات
انسجام اجتماعی	پائین بودن درگیری و نزاع بین اهالی- برگزاری گردهمایی و جلسات در روستا- میزان ارتباط میان همسایگان- میزان همدلی میان اهالی روستا- رفت آمد به خانه خویشاوندان- مشورت با دوستان و اقوام برای تصمیم‌گیری- رضایت از محل زندگی (روستا)- احساس لذت از کار گروهی- شوخی‌های متعارف با اهالی روستا- قرض وسایل مورد نیاز از همسایگان
شبکه‌های محلی	همکاری نهادها و سازمان‌ها با شورا- همکاری نهادها و سازمانها با مردم- حضور در بازارهای محلی جهت خرید- تعامل و رفت آمد با دوستان و همسایگان- حضور در مسابقات ورزش- حضور در کلاس‌های غیر درسی و دینی- رابطه دوستانه با اعضای خانواده- تعریف کارهای روزانه برای اعضای خانواده- کمک‌های مالی به خویشاوندان

منبع: یافته‌های تحقیق

در تحقیق حاضر، روش گردآوری اطلاعات به صورت کتابخانه‌ای و میدانی (پرسشنامه)، روش تجزیه و تحلیل به صورت توصیفی و استنباطی (مدل پرومتی و ضریب همبستگی) می‌باشد. قابل ذکر است که یکی از مراحل مدل پرومتی وزن دهی به شاخص‌ها می‌باشد. در تحقیق حاضر وزن دهی شاخص‌ها به روش دلفی انجام شده است. از آن جایی که در روش دلفی تعداد ۱۰ تا ۱۵ شرکت کننده برای انجام مطالعه کافی می‌باشد (هونگ^۱، ۲۰۰۸، سوتارد^۲، ۲۰۰۸). در همین راستا پرسش نامه‌ای در ارتباط با اهمیت و میزان وزن شاخص‌های تحقیق تدوین و جهت تعیین وزن شاخص‌ها به ۱۵ نفر از کارشناسان برنامه‌ریزی روستایی ارسال شد، از تعداد ۲۰ پرسشنامه ارسالی، ۱۶ پرسشنامه توسط متخصصان تکمیل شد که میانگین وزن‌های بدست آمده از این ۱۶ پرسشنامه به عنوان وزن‌های مورد نیاز جهت انجام مدل‌های تحقیق به کار رفت (جدول شماره ۲)

1- Hung

2- Southard

جدول شماره ۲: شاخص‌ها و وزن‌های مربوط به آن

وزن	کوبه	وزن	کوبه
۰,۰۱	مشارکت در انتخابات	۰,۰۶	اعتماد مردم به یکدیگر
۰,۰۲	پایین بودن درگیری و نزاع بین اهالی	۰,۰۳	قابل اعتماد بودن مردم روستا
۰,۰۳	برگزاری گردهمایی و جلسات در روستا	۰,۰۶	اعتماد مردم به افراد غریبه
۰,۰۲	ارتباط میان همسایگان	۰,۰۴	اعتماد مردم به مهاجرین
۰,۰۲	همدلی میان اهالی روستا	۰,۰۶	اعتماد مردم روستا به مسافرن (گردشگران)
۰,۰۲	رفت آمد به خانه خویشاوندان	۰,۰۲	اعتماد مردم به «دهیاری»
۰,۰۲	مشورت با دوستان و اقوام برای تصمیم‌گیری	۰,۰۲	اعتماد مردم به «شورای اسلامی»
۰,۰۱	رضایت از محل زندگی (روستا)	۰,۰۲	اعتماد مردم به مراکز خدمات بهداشتی و کشاورزی
۰,۰۳	احساس لذت از کار گروهی	۰,۰۲	اعتماد مردم به شرکت تعاونی روستایی
۰,۰۲	شوخی‌های متعارف با اهالی روستا	۰,۰۱	اعتماد مردم به نهادهای اجتماعی موجود در روستا
۰,۰۲	قرض وسایل مورد نیاز از همسایگان	۰,۰۱	بررسی میزان خدمات رسانی از طرف مدیران
۰,۰۲	همکاری نهادها و سازمان‌ها با شورا	۰,۰۲	مشارکت در برگزاری مراسم عروسی و عزاداری
۰,۰۲	همکاری نهادها و سازمانها با مردم	۰,۰۴	مشارکت در حفظ و سالم سازی محیط روستا
۰,۰۲	حضور در بازارهای محلی جهت خرید	۰,۰۳	توجه به قوانین در ساخت و سازها
۰,۰۳	تعامل و رفت آمد با دوستان و همسایگان	۰,۰۴	مشارکت در امور روستا
۰,۰۱	حضور در مسابقات ورزشی	۰,۰۳	مشارکت در پروژه‌های عمرانی روستا
۰,۰۱	حضور در کلاس‌های غیر درسی و دینی	۰,۰۲	ارتباط با شورای اسلامی از طریق کمک فکری
۰,۰۱	رابطه دوستانه با اعضای خانواده	۰,۰۲	آمادگی جهت مشارکت بدون دریافت دستمزد
۰,۰۱	تعریف کارهای روزانه برای اعضای خانواده	۰,۰۳	مشارکت در تصمیم‌گیری‌های محلی
۰,۰۳	کمک‌های مالی به خویشاوندان	۰,۰۴	مشارکت در حفظ و سالم سازی محیط روستا

منبع: یافته‌های تحقیق

یافته‌های تحقیق

مدل پرومیتی اولین بار توسط آقای برنز گسترش پیدا کرد (گومز و لجر^۱، ۲۰۰۰) این مدل جهت برای رتبه‌بندی و تصمیم‌گیری به کار می‌رود (آراز و همکاران^۲، ۲۰۰۶) این تکنیک برای حل مسائل چند شاخصه با ساختار زیر مناسب می‌باشد:

$$\text{Max}(\text{Min})\{f_1(a), f_2(a), \dots, f_k(a) \mid a \in A\} \quad f_t = 1, 2, \dots, k \text{ and } a, b \in A$$

ارائه کنندگان روش، شش تابع ترجیح را به تصمیم‌گیران پیشنهاد کرده‌اند. انتخاب درست این توابع

به تصمیم‌گیران و تحلیلگر و درک آن‌ها از رابطه میان گزینه‌ها و شاخص‌ها بستگی دارد.

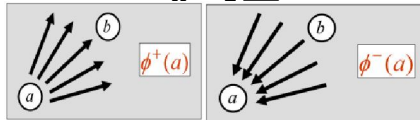
¹ - Goumas and Lygerou

² - Araz et al

در تحقیق حاضر از تابع ترجیح نوع اول (تابع ترجیح عادی) استفاده شد که در این مرحله بعد از انجام مقایسه زوجی (وانگ^۱، ۲۰۰۹) و انتخاب یکی از توابع متناسب برای تابع اولویت یا ترجیح، اقدام به ایجاد نماد ترجیح می‌شود (لیرنر و پاستین^۲، ۲۰۰۲):

فرمول w_j ($j=1,2,\dots, n$) نشان دهنده وزن‌های نرمال شده هر شاخص است. این مقدار $\pi(a, b)$ در فاصله صفر و یک متغیر است و هر چه این مقدار بیشتر باشد، میزان اولویت گزینه a بر b در تمام شاخص‌ها بیشتر است (برنز^۳، ۱۹۹۸) در نهایت بعد از محاسبه، $\pi(a, b)$ برای هر $a, b \in A$ جریان‌های غیر رتبه‌ای از طریق فرمول‌های زیر تعریف می‌شود:

$$\varphi^+(a) = \frac{1}{n-1} \sum_{x \in A} \pi(x, a) \quad \varphi^-(a) = \frac{1}{n-1} \sum_{x \in A} \pi(x, a)$$



جدول شماره ۳: مقدار جریان خروجی و ورودی مثبت برای هر یک از گزینه‌ها (روستاها)

نام	الزین	جزونق	سرخه دیزج	شیراب	مورستانه	دستجرده	رزه بند	قاضی بلافی	ونی سر	دهنه	سانسبز	قلات	کهیا	F(+)
الزین	۰/۰۰	۰/۶۱	۰/۶۷	۰/۵۶	۰/۶۱	۰/۳۸	۰/۴۳	۰/۶۵	۰/۷۴	۰/۶۰	۰/۷۷	۰/۶۸	۰/۴۲	۰/۵۹۳
جزونق	۰/۳۹	۰/۰۰	۰/۵۱	۰/۳۷	۰/۴۳	۰/۳۷	۰/۳۶	۰/۵۱	۰/۴۲	۰/۴۳	۰/۵۰	۰/۴۲	۰/۳۵	۰/۴۲۱
سرخه دیزج	۰/۳۳	۰/۴۵	۰/۰۰	۰/۳۵	۰/۳۹	۰/۲۲	۰/۳۵	۰/۴۳	۰/۳۸	۰/۳۲	۰/۴۵	۰/۵۰	۰/۱۸	۰/۳۶۲
شیراب	۰/۴۴	۰/۴۸	۰/۵۹	۰/۰۰	۰/۵۴	۰/۳۹	۰/۴۵	۰/۵۵	۰/۴۵	۰/۵۳	۰/۶۵	۰/۵۷	۰/۴۱	۰/۵۰۴
مورستانه	۰/۳۹	۰/۵۵	۰/۶۱	۰/۴۶	۰/۰۰	۰/۲۵	۰/۳۹	۰/۶۲	۰/۴۶	۰/۵۱	۰/۴۹	۰/۴۶	۰/۳۶	۰/۴۶۲
دستجرده	۰/۶۲	۰/۶۳	۰/۷۸	۰/۰۶۱	۰/۷۵	۰/۰۰	۰/۴۹	۰/۷۲	۰/۷۷	۰/۷۰	۰/۷۸	۰/۷۳	۰/۴۲	۰/۶۶۶
رزه بند	۰/۵۷	۰/۶۴	۰/۶۵	۰/۵۲	۰/۶۱	۰/۵۱	۰/۰۰	۰/۶۹	۰/۶۰	۰/۵۹	۰/۵۹	۰/۶۱	۰/۴۵	۰/۵۸۵
قاضی بلافی	۰/۳۵	۰/۴۹	۰/۵۷	۰/۴۳	۰/۳۸	۰/۲۸	۰/۳۱	۰/۰۰	۰/۴۳	۰/۳	۰/۵۱	۰/۴۶	۰/۳۷	۰/۴۱۴
ونی سر	۰/۲۶	۰/۵۸	۰/۶۲	۰/۵۵	۰/۵۴	۰/۲۳	۰/۳۹	۰/۵۷	۰/۰۰	۰/۴۷	۰/۵۸	۰/۴۸	۰/۲۱	۰/۴۵۶
دهنه	۰/۴۰	۰/۵۷	۰/۶۸	۰/۴۵	۰/۴۹	۰/۳۰	۰/۴۱	۰/۶۱	۰/۵۳	۰/۰۰	۰/۵۸	۰/۵۳	۰/۲۴	۰/۴۸۲
سانسبز	۰/۲۳	۰/۵۰	۰/۵۳	۰/۳۵	۰/۵۱	۰/۲۲	۰/۴۱	۰/۴۹	۰/۴۲	۰/۴۲	۰/۰۰	۰/۳۴	۰/۲۲	۰/۳۸۶
قلات	۰/۳۲	۰/۵۸	۰/۴۸	۰/۴۱	۰/۵۴	۰/۲۷	۰/۳۹	۰/۵۴	۰/۵۲	۰/۴۷	۰/۶۶	۰/۰۰	۰/۲۵	۰/۴۵۲
کهیا	۰/۵۸	۰/۶۵	۰/۸۲	۰/۵۵	۰/۶۴	۰/۵۸	۰/۵۵	۰/۶۳	۰/۷۹	۰/۷۶	۰/۷۸	۰/۷۵	۰/۰۰	۰/۶۷۳
F(-)	۰/۴۰	۰/۵۶	۰/۶۲	۰/۴۶	۰/۵۳	۰/۳۳	۰/۴۱	۰/۵۸	۰/۵۴	۰/۵۱	۰/۶۱	۰/۵۴	۰/۳۲	

منبع: یافته‌های تحقیق

هر جریان می‌تواند رتبه‌بندی کاملی را در A ایجاد کند. بزرگ‌ترین $\varphi^+(a)$ نشان دهنده بهترین a و بزرگ‌ترین $\varphi^-(a)$ نشان دهنده بدترین a است. در انتها می‌توان با محاسبه جریان خالص گزینه برتر را تعیین کرد:

$$\varphi(a) = \varphi^+(a) - \varphi^-(a)$$

آنگاه با رتبه‌بندی مقادیر به دست آمده، می‌توان گزینه برتر را در قیاس با سایر گزینه‌ها مشخص کرد.

¹- Wang et al

²- Leeneer and Pastijn

³- Brans

جدول شماره ۴: رتبه‌بندی گزینه‌ها بر اساس فی کل محاسبه‌شده

رتبه‌بندی	Alternative	F
۱	کهیا	۰/۳۵۰
۲	دستجرده	۰/۳۳۰
۳	الزین	۰/۱۸۶
۴	رزه بند	۰/۱۷۵
۵	شیراب	۰/۰۳۶
۶	دهنه	-۰/۰۳۳
۷	مورستانه	-۰/۰۷۳
۸	ونی سر	-۰/۰۸۳
۹	قلات	-۰/۰۹۱
۱۰	جزونق	-۰/۱۳۹
۱۱	قاضي بلاغی	-۰/۱۷۰
۱۲	سانسيز	-۰/۲۲۵
۱۳	سرخه ديزج	-۰/۲۶۳

منبع: یافته‌های تحقیق

در ادامه تحقیق، تحلیل شاخص‌های مورد نظر جهت تحلیل وضعیت سرمایه اجتماعی در محدوده مورد مطالعه، براساس آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد، میانگین تمامی شاخص‌های مورد ارزیابی جهت گردشگر در وضعیت مطلوبی قرار دارد. با احتساب دامنه طیفی مورد بررسی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، نتایج نشان می‌دهد، آماره آزمون تی تمامی شاخص‌ها بالاتر از حد متوسط ارزیابی ارزیابی شده‌اند. این تفاوت در سطح ۰/۰۵ درصد معنادار، و تفاوت مؤلفه‌ها از مطلوبیت عددی مورد آزمون، به شکل مثبت می‌باشد.

جدول شماره ۵: تحلیل مطلوبیت وضعیت سرمایه اجتماعی در محدوده مورد مطالعه

مطلوبیت عددی: ۳					شاخص‌ها
تفاوت میانگین ۹۵ درصد		تفاوت میانگین	معناداری	تی	
حد بالا	حدپائین				
۰/۵۳۸	۰/۱۶۹	۰/۳۵۴	۰/۰۰۱	۴/۱۸	اعتماد اجتماعی
۰/۵۸۹	۰/۰۸۹	۰/۳۳۹	۰/۰۱۲	۲/۹۵	مشارکت اجتماعی
۱/۲۵۳	۰/۶۶۲	۰/۸۴۳	۰/۰۰۰	۱۰/۱۲	انسجام اجتماعی
۰/۶۴۱	۰/۳۱۷	۰/۴۷۹	۰/۰۰۰	۶/۴۴	شبکه‌های اجتماعی
۰/۶۳۳	۰/۳۴۷	۰/۵۰۴	۰/۰۰۰	۸/۴۸	سرمایه اجتماعی

منبع: یافته‌های تحقیق

در ادامه تحقیق، بررسی رابطه میان ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی با شاخص کل سرمایه اجتماعی نشان می‌دهد، رابطه مستقیم و معناداری میان شاخص‌های اعتماد اجتماعی، مشارکت اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی با شاخص کل سرمایه اجتماعی وجود دارد، بر همین مبنا بیشترین سطح معناداری مربوط به

شاخص مشارکت اجتماعی می‌باشد. بنابراین می‌توان گفت شاخص مشارکت اجتماعی مؤثرترین شاخص جهت توسعه سرمایه اجتماعی در محدوده مورد مطالعه می‌باشد.

جدول شماره ۶: بررسی رابطه میان ابعاد مختلف سرمایه اجتماعی با شاخص کل سرمایه اجتماعی

معناداری	ضریب همبستگی	شاخص
۰/۰۰۰	۰/۷۴۸	اعتماد اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۸۱۱	مشارکت اجتماعی
۰/۱۵۲	۰/۴۲۱	انسجام اجتماعی
۰/۰۳۸	۰/۵۷۹	شبکه‌های اجتماعی

منبع: یافته‌های تحقیق

نتیجه‌گیری

در رویکرد توسعه پایدار روستایی، هدف حفاظت و نگه داشت محیط زیست همراه با گسترش فرصت‌های اقتصادی و بهینه سازی ساختار اجتماعی جوامع روستایی در بستر توزیع عادلانه خدمات و تسهیلات رفاهی در سطوح منطقه‌ای و محلی می‌باشد. در این میان توسعه گردشگری روستایی می‌تواند با افزایش فعالیت‌های جایگزین بخش کشاورزی، ترسیم‌گر چشم انداز فراروی توسعه پایدار در نواحی روستایی باشد. در همین راستا شناخت عوامل مؤثر در توسعه گردشگری روستایی و برنامه‌ریزی جهت تقویت این عوامل ضروری می‌باشد. در تحقیق حاضر به بررسی نقش سرمایه اجتماعی جهت توسعه گردشگری در مناطق روستایی پرداخته شد. نتایج نشان می‌دهد، وضعیت عناصر سرمایه اجتماعی در محدوده مورد مطالعه جهت جذب گردشگر مطلوب بوده و از میان عناصر سازنده سرمایه اجتماعی برنامه ریزی باید در راستای تقویت شاخص شبکه‌های اجتماعی انجام شود. بررسی میزان سرمایه اجتماعی نواحی روستایی در محدوده مورد مطالعه مبین این مطلب است که میزان سرمایه اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه بالاتر از حد متوسط است. با عنایت حاصله و پذیرفتن نقش سرمایه اجتماعی به عنوان زیربنای هر نوع توسعه و وجود رابطه‌ی آماری مستقیم بین این نوع از سرمایه با توسعه گردشگری، می‌طلبد تا با تدوین و ارائه برنامه‌های جامع و هدفمند و با تأکید بر مشارکت دادن بخش‌های مختلف جامعه در راستای توسعه گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند ارتقای سرمایه اجتماعی در این نواحی را به همراه داشته باشد، گام برداشت.

تحلیل شاخص‌های مورد نظر جهت تحلیل وضعیت سرمایه اجتماعی در محدوده مورد مطالعه، براساس آزمون t تک نمونه‌ای نشان می‌دهد، میانگین تمامی شاخص‌های مورد ارزیابی جهت گردشگر در وضعیت مطلوبی قرار دارد. با احتساب دامنه طیفی مورد بررسی که بین ۱ تا ۵ و براساس طیف لیکرت در نوسان است، نتایج نشان می‌دهد، آماره آزمون t تمامی شاخص‌ها بالاتر از حد متوسط ارزیابی ارزیابی شده‌اند. این تفاوت در سطح ۰/۰۵ درصد معنادار، و تفاوت مؤلفه‌ها از مطلوبیت عددی مورد آزمون، به شکل مثبت می‌باشد. جهت رتبه‌بندی ابعاد سرمایه اجتماعی از آزمون فریدمن استفاده شده است، نتایج آزمون فریدمن نشان می‌دهد، بالاترین میانگین رتبه‌ای مربوط به بعد انسجام اجتماعی و پائین‌ترین رتبه مربوط به بعد شبکه محلی می‌باشد، همچنین نتایج نشان می‌دهد، با توجه به آمار کای اسکور ۱۹۰,۳۰۰ و سطح معناداری ۰/۰۰۰ بین رتبه‌های ابعاد سرمایه اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد.

منابع و مآخذ:

۱. امینی، عباس، سمیرا بختی؛ فرهاد باباجمالی، (۱۳۹۴)، ارزیابی نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در مناطق روستایی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۳۰، ۱۱۴-۹۶.
۲. سجادی، اشرف و فاطمه احمدی، (۱۳۹۲)، ارزیابی اثرات گردشگری روستایی شهرستان فومن از دیدگاه جامعه روستایی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۲۳، ۱۷۵-۱۵۵.
3. Araz, P.M. Ozfirat, I. Ozkarahan, (2006), An integrated multi-criteria decision-making methodology for outsourcing management, *Computers & Operations Research*.
4. Ayeni, D. A., & Ebohon, O. J. (2012). Exploring Sustainable Tourism in Nigeria for Developmental Growth. *European Scientific Journal*, 8(20), pp126-140.
5. Bennett, N., Lemelin, R.H., Koster, R. & Budke, I. (2012). A capital assets framework for appraising and building capacity for tourism development in aboriginal protected area gateway communities. *Tourism Management*, 33(4), 752-766.
6. Brans, J.P., Mareschal, B., Vincke, P.H., (1986), How to Select and How to Rank Projects: The PROMETHEE Method, *European Journal of Operational Research*, Vol. 24, pp. 228-238.
7. Chauhan, V. & Khanna, S. (2009). Tourism: A Tool for Crafting Peace Process in Kashmir, J&K, India. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol. 4, No.2, pp.69-89.
8. Claiborne, Petra, (2010), Community Participation in Tourism Development and the Value of Social Capital, Graduate School, Master of Science in Tourism and Hospitality Management.
9. CLEAVER, F. (2005), —The inequality of social capital and the reproduction of chronic poverty||, *World Development*, Vol. 33 (6), 893-906.
10. Coleman, J. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital." *American Journal of Sociology*, 94: S95-120.
11. Crosby, R. A., & Holtgrave, D. R. (2006). The protective value of social capital against teen pregnancy: a state-level analysis. *Journal of Adolescent Health*, 38, 556-559.
12. Danieri, A., Takahashi, L. M., & Naranong, A. (2002). Social capital, Networks, and Community Environments in Bangkok, Thailand. *Growth and Change*, 33(4), 453-484.
13. Dasgupta, P., and I. Serageldin (2000). *Social Capital: A Multifaceted Perspective*. Washington, DC: World Bank.
14. Ekanayake, P. (Ed.). (2006). *Revitalizing Productivity and Income Effects of Social Capital: Mainstreaming Social Capital for Rural Poverty Reduction in Sri Lanka*. Tokyo, Japan: The Asian Productivity Organization.
15. Etzioni, A. (1988). *The Moral Dimension: Towards a New Economics*. New York: Free Press.
16. GARROD, B., WORNELL, R., AND YOUELL, R. (2006), Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism||, *Journal of Rural Studies*, Vol. 22 (1), 117-128.

17. Goumas. M and V. Lygerou, (2000), An extension of the PROMETHEE method for decision making in fuzzy environment: Ranking of alternative energy exploitation projects. *European Journal of Operational Research*;123:606–13.
18. Hakim, L, and N. Nakagoshi. (2008), Planning for nature-based tourism in East Java: Recent status of biodiversity, conservation, and its implication for sustainable tourism *ASEAN Jour. Tour. Hosp.* 7(2): 155-167.
19. Herb, M. (2009). A Nation of Bureaucrats: Political Participation and Economic Diversification in Kuwait and the United Arab Emirates *International Journal of Middle East Studies*, 41, pp375-395. <http://rs.one.un.org/strd>.
20. Hung HL, Altschuld JW, Lee YF. (2008), Methodological and conceptual issues confronting a cross-country Delphi study of educational program evaluation. *Evaluation and Program Planning*.
21. Isham, J., & Kahkonen, S. (1999). Institutional determinants of the impact of community based water services: evidence from Sri Lanka and India. University of Maryland.
22. Johannesson, G., Skaptodir, U.D., and Benediktsson, K. 2003. Coping with Social Capital? The Cultural Economy of Tourism in the North. *Sociologia Ruralis*, 43(1): 3-16.
23. Jones, N., Sophoulis, C. M., Iosifides, T., Botetzagias, I., & Evangelinos, K. (2009). The Influence of Social Capital on Environmental Policy Instruments. *Environmental Politics*, 18(4), 595-611.
24. JONES, S. (2005), Community-based Tourism: The Significance of Social Capital, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, 303–324.
25. Jones, S. (2005). Community-based Ecotourism: The Significance of Social Capital. *Annals of Tourism Research* 32(2): 302-324.
26. Karlsson, S.E. (2005). The Social and The Cultural Capital of a Place and Their Influence on the Production of Tourism: a Theoretical reflection Based on an Illustrative Case Study. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(2): 102-115.
27. Kawachi, I., (2010). Social capital and health. In: Bird, C., Fremont, A., Timmermans, S., Conrad, P. (Eds.), *Handbook of Medical Sociology* 6th edition, Vanderbilt University Press, Nashville, pp. 18–32.
28. Klesner, J. L. (2002). Social capital and Political Participation in Latin America. Paper presented at the annual conference of The American Political Science Association.
29. Leyden, K. M. (2003). Social capital and the built environment: the importance of walkable Neighbourhoods. *American Journal of Public Health*, 93(9), 1546-1551.
30. Li, Y., Xu, Z., & Cheng, H. (2009). The role of social resource of indigenous people in local ecological resource management in China: A preliminary case in Zhangye, North Western China. *Sciences in Cold and Arid Regions*, 1(3), 277-285.
31. LIU, A. (2006), Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia, *Tourism Management*, Vol. 27, 878-889.
32. Loury, G. (1977). "A Dynamic Theory of Racial Income Differences." In *Women, Minorities, and Employment Discrimination*, edited by P. A. Wallace and A. LeMund. Lexington, MA: Lexington Books, pp. 153-86.
33. Lyon, F. (2000). Trust, Network and Norms: The Creation of Social Capital in Agricultural Economies in Ghana. *World Development*, 28(4): 663-681.

34. 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.
35. McGehee, N.G., Lee, S., O'Bannon, T., & Perdue, R. (2010). Tourism-Related Social Capital and its Relationship with other Forms of Capital: An Exploratory Study. *Journal of Travel Research*, 49, 486-500.
36. Moscardo, G. (2012). Building social capital to enhance the quality of life of destination residents. In M. Uysal, R. Perdue and M.J. Sirgy (eds) *Handbook of Tourism and Quality of Life Research* (pp403-422). Springer, New York.
37. Moscardo, Gianna et al,(2013), Using Tourism to Build Social Capital in Communities: New Pathways to Sustainable Tourism Futures, *Engaging Communities in Sustainable Tourism Development*, pp 217-245.
38. Nordin, S. & Westlund, H. (2009). Social capital and the life cycle model: The transformation of the destination of Are. *Tourism*, 57(3), 259-284.
39. Nugroho, I. (2011). *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
40. Okazaki, E. 2008. A community-Based Tourism model: its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5): 511-529.
41. Pongponrat, Kannapa and Naphawan Jane Chantradoan, (2012), Mechanisms of social capital in community tourism participatory planning in Samui ISLAND, Thailand, the *International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Volume 7, Number 1, pp. 339-349.
42. Portes, A. (1998). "Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology." *Annual Review of Sociology*, 21: 1-24.
43. Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. New Jersey, the United States of America: Princeton University Press.
44. Putnam, R.D.,(2000). *Bowling Alone :The Collapseand Revivalof American Community*. Simon & Schuster, NewYork.
45. SAXENA, G. (2006), Beyond Mistrust and Competition—The Role of Social and Personal Bonding Processes in Sustaining Livelihoods of Rural Tourism Businesses: A Case of the Peak District National Park , *International Journal of Tourism Research*, Vol. 8, 263–277.
46. Schultheis, F. (2009). Social capital and Power: a Sociological point of view [Electronic
47. Southard PB, Kumar S, Southard CA.2007, A Modified Delphi Methodology to Conduct a Failure Modes Effects Analysis: A Patient-Centric Effort in a Clinical Medical Laboratory. *Q Manage Health Care*.
48. UNWTO (2013). Why tourism? Retrieved March 17th, 2013 from <http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism> Version], 13 from www.scala.unisg.ch.
49. WTTC (2013). Our mission. Retrieved March 17th, 2013 from <http://www.wttc.org/our-mission>.
50. Yokoyama, S. (2006). Potential of Social capital for community development: Lessons learned and challenges ahead. *National Agriculture and Food Research Organization*.
51. Zhao, W., Ritchie, J.R.B., and Echter, C.M. (2011). Social Capital and Tourism Entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 38(4): 1570-1593.