فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، شماره چهارم (پیاپی ۲۶)، زمستان ۱۳۹۷
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۲۳۴-۲۱۱

تحلیل اثرات سرمایه اجتماعی در رونق گردشگری طبیعی روستاهای هدف استان مازندران

عزت‌اله غزانی؛ دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
مسعود بیژنی*؛ استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.
محمد چیذری؛ استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۳/۱۸ پذیرش نهایی: ۱۳۹۷/۰۹/۲۲

چکیده

هدف از این پژوهش، تحلیل راهبردی جایگاه سرمایه اجتماعی در رونق گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در استان مازندران است. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و ترکیبی است که در فاز کمی به روش توصیفی ـ همبستگی و با استفاده از فن پیمایش و در فاز کیفی با استفاده از فن SWOT انجام شد. جامعه آماری، روستاهای هدف گردشگری و ساکنان مناطق روستایی این روستاها در استان مازندران بوده است (N=۱۹۳۴۵). حجم نمونه بر اساس آماره کوکران، ۲۰۷ نفر برآورد گردید. جامعه آماری در فاز کیفی، کارشناسان گردشگری طبیعی مازندران بودند که به صورت هدفمند، ۱۱ نفر از آنها انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری در فاز کیفی، مصاحبه عمیق و در فاز کمی، پرسشنامه محقق‌ساخت و از نوع بسته‌پاسخ بود که روایی آن با استفاده از نقطه نظرات پانلی از متخصصان محقق گردید. پایایی دسته گویه‌های آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ مورد تأیید قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان داد، بین دیدگاه روستاییان از سرمایه اجتماعی و هر یک از اجزای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد. همچنین، آن دسته از روستاییانی که در سازمان‌های محلی عضو بودند نسبت به روستاییانی که عضو نبودند، از سطح سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی بیشتری برخوردار بودند. علاوه بر این، نتایج تحلیل نشان داد، برای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد لازم است اقدامت حمایتی از سوی سازمان‌های گروگزار با توجه به ابعاد اجتماعی صورت گیرد و اعتبارات لازم جهت توسعه ساختاری و فیزیکی گردشگری طبیعی مردم‌نهاد لحاظ شود.

واژگان کلیدی: اقتصاد روستایی، سرمایه اجتماعی، گردشگری طبیعی‌مردم‌نهاد، گردشگری روستایی، مازندران.

* mbijani@modares.ac.ir

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

۱) مقدمه

شالوده اقتصاد روستا و فلسفه ماندگاری روستاییان در این مکان‌ها، فعالیت در بخش کشاورزی است (منافی‌آذر و شیخی‌کوهسار، ۱:۱۳۹۱) اما در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، کارایی تولید کشاورزی به دلیل پایین بودن سطح فناوری، بهره‌وری زمین و نیروی کار، محدود بوده (رضوانی و همکاران، ۱۱۰:۱۳۹۱) و همچنین درآمد حاصل از کشاورزی و قیمت محصولات کشاورزی متغیر و با خطر عدم اطمینان رو به رو است (Hoang et al., 2014: 554). در این راستا، داده‌های آماری نیز نشان‌دهنده کاهش سهم جمعیت روستایی و افزایش شهرنشینی در کل جهان است. درصد جمعیت روستایی جهان از ۶۱ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۴۹ درصد در سال ۲۰۱۰ روندی نزولی دارد. جمعیت روستایی ایران نیز از ۵۰ درصد به ۳۱ درصد در سال ۲۰۱۰ (این میزان در حال حاضر به حدود ۲۶ درصد رسیده است). آمار و اطلاعات سازمان خوار و بار جهانی (FAO)[1] نیز نشان می‌دهد که جمعیت شاغل در بخش کشاورزی در کل جهان از ۴۴ درصد کل جمعیت فعال در سال ۱۹۹۹ به ۴۰ درصد در سال ۲۰۱۰ کاهش یافت و در ایران نیز از ۳۹ درصد در سال ۱۹۸۰ به ۲۲ درصد در سال ۲۰۱۰ رسید (ابراهیمی، ۱۶۲:۱۳۹۲). بر این اساس، بخش کشاورزی به تنهایی قادر به تأمین نیازهای اقتصادی و شغلی روستاییان با توجه به تحولات اقتصادی در جهان نبوده است (رضوانی و همکاران، ۱۰۸:۱۳۹۱) و با کاهش تدریجی توان بخش‌های سنتی پیش‌برنده اقتصاد روستایی، ضرورت توجه به روش‌های جایگزین تأمین معیشت، آشکار شده است (عبداله‌زاده و همکاران، ۱۵:۱۳۹۲).

در این راستا، مشارکت در فعالیت‌های غیر کشاورزی به اقتصاد معیشتی خانواده کشاورز کمک می‌کند و باعث کاهش ریسک و غلبه بر محدودیت‌های اعتباری می‌شود و به نوبه خود به هموارسازی تولید محصولات کشاورزی کمک می‌کند (Hoang et al., 2014: 554). در همین راستا، مواردی چون تنوع‌بخشی به اقتصاد، بالا بردن شاخص‌های توسعه انسانی، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، اشتغال‌زایی، حفظ محیط‌زیست و تعاملات فرهنگی باعث شد تا جهان با چالش‌های جدیدی در رابطه با توسعه پایدار روبه رو شود (سلیمانی‌هارونی و همکاران، ۲۱۳:۱۳۸۹، هادی‌زاده و سخایی، ۱۳۹۳: ۴۲، غزانی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۴). در توسعه روستایی پایدار، علاوه بر توجه به بخش کشاورزی و تأمین امنیت غذایی، موضوعات مهمی نظیر توسعه زیرساخت‌ها، تمرکززدایی، متنوع‌سازی منابع درآمدی کشاورزان، گسترش نهادهای محلی، استفاده پایدار از منابع طبیعی فعالیت‌های جذب گردشگر و غیره مدنظر می‌باشد (علوی‌زاده و میرلطفی، ۷۲:۱۳۹۲).

[1] Food and Agriculture Organization

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

در این راستا، گردشگری[1] یکی از فعالیت‌های غیرکشاورزی است که می‌تواند در جهت توسعه پایدار به اقتصاد و توسعه اجتماعی روستاییان کمک کند و به عنوان بخش اقتصادی پویا در جهان با کارکردهای چندسویه و رشد روز افزون خود، در بروز تغییر و تحولات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی مقاصد گردشگری مطرح است (حیدری و محمدی، ۵۶:۱۳۹۲، قادرمرزی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۱۲، مطیعی‌لنگرودی و حیدری، ۱۳۹۱: ۲۰). بخش بسیار مهمی از فعالیت‌های گردشگری در دنیا مبتنی بر بهره‌مند شدن از طبیعت است که به آن گردشگری طبیعی[2] گفته می‌شود (انتظاری و آقایی‌پور، ۷۶:۱۳۹۳).

تأکید بر گردشگری طبیعی به این دلیل است که ایران از لحاظ جاذبه‌های گردشگری جزء ده کشور نخست جهان محسوب می‌شود (بدری و همکاران، ۳۲:۱۳۹۰) و از منظر تنوع آب و هوایی، به عنوان کشوری چهار فصل در دنیا از آن یاد می‌شود (سقایی و مسعودی، ۱۹۳:۱۳۹۳). بنابراین، ایران ظرفیت مناسبی برای گسترش گردشگری طبیعی دارد که می‌تواند فرصت‌های شغلی و اقتصادی خوبی برای مقاصد گردشگری طبیعی فراهم آورد (بدری و همکاران، ۳۲:۱۳۹۰). در همین راستا، استان مازندران دارای جاذبه‌های طبیعی و تاریخی شناخته شده به مساحت ۶۶۶۳ مترمربع و پارک‌های جنگلی طبیعی به مساحت ۶۸۱۷/۹۲ هکتار است و همچنین مساحت کل عرصه‌های طبیعی استان ۱۶۹۳۰۵۳ هکتار می‌باشد (معاونت برنامه‌ریزی استان 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 ۱۲۰ منطقه نمونه گردشگری استان اشاره نمود (گزارش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران، ۱۳۹۳).

۲) مبانی نظری

واژه گردشگری طبیعی در سال ۱۹۸۳، توسط سبالو و لاسکورین[3] به کار گرفته شد که در ابتدا به منظور شرح سفرهای متکی بر طبیعت به مناطق بکر و همراه با تأکید بر اطلاعات و معلومات به‌کار می‌رفت (تقدیسی و همکاران، ۱۴۰:۱۳۹۲). گردشگری طبیعی دارای اهداف چند جانبه‌ای چون محافظت از محیط‌زیست، احترام به جوامع محلی، ارتقای مؤلفه‌های فرهنگی و بهبود اقتصادی جوامع محلی است

[1] Tourism
[2] Ecotourism
[3] Ceballo and Lascurain

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

(بدری و همکاران، ۳۵:۱۳۹۰). از دیدگاه پژوهشگران، گردشگری طبیعی اغلب به عنوان ابزاری کارآمد در جهت توسعه پایدار، توانایی جذب منافع عظیم اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی برای ساکنان مناطق روستایی کشورهای در حال توسعه را دارد (عینالی و همکاران، ۱۹۸:۱۳۹۳). کارکردهای توسعه گردشگری طبیعی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در منطقه میزبان، نقش بسزایی در تنوع‌بخشی به منابع درآمدی و اشتغال و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد محلی و نظایر آن ایفا می‌کند (عینالی و همکاران، ۱۳۹۳).

توسعه گردشگری[1]، از عوامل مؤثر در شکل‌دهی الگوی توسعه‌ی نواحی و تأمین‌کننده‌ی مزایای مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی بسیاری برای میزبان است. اما از سویی دیگر، چنین رویکردی موجب پدید آمدن نگرانی‌هایی پیرامون تخریب محیط‌زیست و میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی ساکنان محلی گشته است و در واقع می‌توان گفت گردشگری، صنعتی غیرمخرب نیست (صالحی و همکاران، ۳۶:۱۳۹۱) و قابلیت ایجاد همزمان آثار مثبت و منفی در مقاصد گردشگری را دارد و با وجود این‌که منافع اقتصادی را برای نواحی میزبان افزایش می‌دهد؛ اما هزینه‌های محیط‌زیستی و اجتماعی ـ اقتصادی قابل توجهی نیز دارد (عبداله‌زاده و همکاران، ۱۶:۱۳۹۲).

امروزه، هرنوع توسعه‌ای با برنامه‌ریزی و مدیریت یکپارچه ممکن است و عوامل اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، روانشناختی و فناورانه را شامل می‌شود. در این راستا، برنامه‌ریزی راهبردی در گردشگری طبیعی، می‌تواند به برقراری توازن میان عوامل کنترل‌ناپذیر خارجی و قابل کنترل داخلی بپردازد (سقایی و مسعودی، ۱۳۴:۱۳۹۳). در برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری طبیعی، عوامل مؤثر درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل تأثیرگذار بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) مورد شناسایی و بررسی قرار می‌گیرند و راهبردهایی در جهت توسعه گردشگری طبیعی ارائه می‌شوند (نجفی‌کانی و همکاران، ۱۲۴:۱۳۸۸). در واقع، گردشگری طبیعی در پی افزایش فرصت‌ها و کاهش تهدیدها است که می‌تواند به صورت کلی موارد ارائه شده در جدول شماره (۱) را شامل شود.

[1] Tourism Development

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۱) فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری طبیعی

ردیف	فرصت‌ها	تهدیدها
۱	تبادل فرهنگی	زوال زیست‌محیطی
۲	توجیه مناطق حفاظت‌شده	تحریف فرهنگی
۳	اشتغال	افزایش کنترل گروگزاران خارجی
۴	بهبود زیست‌محیطی	تغییر شکل اقتصادی منطقه
۵	ایجاد درآمد	بی‌ثباتی اقتصادی
۶	آموزش زیست‌محیطی	کاهش بازدیدکننده
۷	آگاهی گردشگران	

(منبع: Drumm and Moore, 2005: 33-38)

برای تحقق اهداف مهمی چون محافظت از محیط‌زیست، افزایش کنترل و مشارکت افراد محلی در توسعه روستایی و همچنین مزایای قابل توجه دیگری که برای میزبان (جامعه محلی به‌عنوان مقصد گردشگری) مطرح است، گردشگری طبیعی مردم‌نهاد[1] (CBET) شکل گرفت که به به فعالیت‌های گردشگری با مشارکت مردم محلی اشاره دارد؛ به طوری که در منطقه خود بر اساس دارایی‌ها و جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی منطقه به فعالیت بپردازند تا منجر به حفظ محیط‌زیست و بهبود معیشت جامعه محلی شود (Manu & Kuuder, 2012: 99). این نوع از گردشگری، معیشتی پایدار برای جوامع محلی فراهم می‌آورد و جامعه محلی را به طور مستقیم درگیر حفاظت از منابع طبیعی می‌کند. همچنین، افراد محلی با حُسن نیت بیشتری به منافع مشترک خود فکر خواهند کرد و فرصت‌های آموزشی برای آنان فراهم می‌گردد (Ghasemi & Hamzah, 2010: 89). همچنین، تضاد بین منافع اقتصادی حاصل از افزایش تعداد گردشگران در منطقه و حفظ محیط‌زیست بنحوی کاهش پیدا کرده است (Khanal & Babar, 2007: 7).

تأثیر بالقوه متغیرهای اجتماعی در گردشگری طبیعی مردم‌نهاد باعث شد تا ارزش سرمایه اجتماعی در آن آشکار گردد. در پژوهش‌های انجام شده مشخص شده است که سرمایه اجتماعی عامل بسیار مهمی در مشارکت محلی برای منافع جمعی و در جهت رونق این نوع از گردشگری است (Zhao et al., 2011: 1572). سرمایه اجتماعی، ساختاری مشترک از قواعد و قوانین رفتاری و اخلاقی برای جامعه می‌سازد و کمک می‌کند تا سرمایه انسانی و اقتصادی در تعامل هم قرار گیرند و به پویایی برسند. سرمایه اجتماعی با استفاده از همسان‌سازی افراد جامعه از جهات گوناگون، باعث ایجاد اعتماد و ارتباط متقابل می‌شود و بر این اساس با تأمین اعتماد و مشارکت محلی، زمینه را برای جذب گردشگر طبیعی و توسعه اقتصادی ـ اجتماعی فراهم می‌کند

[1] Community Based Ecotourism

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

(امین‌بیدختی و شریفی، ۱۲۴:۱۳۹۱). این در حالی است که بسیاری از متخصصان، سرمایه اجتماعی را برای برقراری دموکراسی، رشد اقتصادی، توسعه، کاهش فقر و حفظ محیط‌زیست لازم می‌دانند (Jones, 2005: 306).

در عرصه توسعه مفهوم سرمایه اجتماعی، سه پژوهشگر نقش کلیدی داشته‌اند؛ جامعه‌شناس فرانسوی، پیر بوردیو[۱]، جامعه‌شناس آمریکایی، جیمز کلمن و محقق اقتصاد سیاسی آمریکا، رابرت پاتنام[۲](توکلی و همکاران، ۱۸:۱۳۹۴). تفاوت پاتنام با کلمن و بوردیو در این است که منبع سرمایه اجتماعی را فراتر از فرد تصور می‌کند و در سطح گروه و کشور می‌داند. بوردیو به شدت به نقش مهم شبکه اجتماعی پایبند بود اما کلمن و پاتنام شبکه اجتماعی را جزئی از سرمایه اجتماعی می‌دانند (Vadapalli, 2012: 11).

فوکویاما[۳]، بیان می‌کند، هرچه‌قدر شعاع اعتماد در یک گروه، گسترده باشد؛ سرمایه اجتماعی نیز بیشتر خواهد شد و میزان همکاری افزایش می‌یابد (قهاری و همکاران، ۲۴۹:۱۳۹۲). ولکاک[۴](۲۰۰۴)، سه مفهوم سرمایه اجتماعی درون‌گروهی[۵]، بین‌گروهی[۶] و پیوند دهنده[۷] را ارائه می‌دهد. سرمایه اجتماعی درون‌گروهی، به اعتماد و روابط همکارانه بین اعضای یک شبکه که هویت اجتماعی مشترک دارند اشاره دارد. سرمایه اجتماعی بین‌گروهی، بر تعامل دو طرفه بین افراد که در برخی ابعاد اجتماعی اشتراکاتی ندارد، تمرکز می‌یابد. سرمایه اجتماعی پیوند دهنده نیز به هنجارهای احترام و شبکه‌های روابط مورد اعتماد بین افرادی که در سراشیب اقتدار در جامعه با هم تعامل دارند، اشاره دارد (خانی و ایمان، ۱۰۲:۱۳۹۳). ژاوو و همکاران، سرمایه اجتماعی را به سه بعد ساختاری[۸]، رابطه‌ای[۹] و شناختی[۱۰] تجزیه نمودند. بعد ساختاری به دسترس بودن منابع با ارزشی چون سرمایه، امکانات، نیروی کار؛ بعد رابطه‌ای به کیفیت و قدرت روابط اجتماعی، فراوانی رفتار متقابل، دوام رابطه و میزان صمیمیت؛ بعد شناختی نیز به ارائه تفاسیر، ادراکات و نظام‌های معنایی مشترک اشاره دارد (Zhao et al., 2011: 1573).

دینگا[۱۱]، در طبقه‌بندی جدید، سرمایه اجتماعی را با دو معیار تقسیم می‌کند. بر اساس معیارهای اجتماعی، به ارتباطات، مشارکت و دوطرفه‌سازی؛ بر اساس معیار فرد به آزادی، اعتماد و تقارن تقسیم می‌کند (Dinga, 2014: 249). لیو[۱۲]و همکاران، بیان می‌دارند که سرمایه اجتماعی را می‌توان به دو بعد شناختی و ساختاری تفکیک نمود. بعد شناختی شامل ارزش‌ها، نگرش‌ها، هنجارها، اعتقادات و نیز درک روابط متقابل،

[1] Pierre Bourdieu
[2] Robert Daivid Putnam
[3] Fukuyama
[4] Woolcock
[5] Bonding Social Capital
[6] Bridging Social Capital
[7] Linking Social Capital
[8] Structural
[9] Relational
[10] Cognitive
[11] Dinga
[12] Liu

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

پشتیبانی، اشتراک‌گذاری و اعتماد در میان اعضای یک جامعه و بعد ساختاری شامل ترکیب، شیوه‌ها و دامنه نهادهای محلی رسمی و غیر رسمی که کنش دو طرفه جمعی را تسهیل می‌کنند و نیز تعداد پیوندها و شدت کنش‌های درون جامعه است (Liu et al, 2014: 191).

بر این اساس، امین‌بیدختی و شریفی، بیان می‌دارند که جوامع محلی و برنامه‌ریزان گردشگری اگر بخواهند گردشگری را توسعه دهند باید بین سرمایه اجتماعی و گردشگری، ارتباط مناسبی برقرار کنند. این موضوع در گردشگری طبیعی مردم‌نهاد نه‌تنها مستثنی نیست بلکه به علت مردم‌نهاد بودن، نمود بیشتری پیدا می‌کند (امین‌بیدختی و شریفی، ۱۳۹۱:۱۳۳)

عینالی و همکاران، به ارزیابی نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر خانه‌های دوم در شهرستان بوئین زهرا پرداختند. آن‌ها با توجه به مطالعات خود از متغیرهای اعتماد، تعهد، همکاری متقابل، پذیرش و شبکه‌های محلی به منظور سنجش سرمایه اجتماعی استفاده نمودند. همچنین، توسعه گردشگری روستایی را با استفاده از متغیرهای عدم تعامل بین گردشگران و ساکنین، تعامل کم ساکنان و مدیران محلی، ضعف زیرساختی و موانع فرهنگی مورد ارزیابی قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد، ابعاد سرمایه اجتماعی تأثیر مثبتی بر توسعه گردشگری خانه‌های دوم دارد. (عینالی و همکاران، ۱۳۹۲:۶۸).

بیدختی و شریفی، در پژوهش خود به بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر پرداختند. نتایج مطالعات آن‌ها نشاد داد، متغیر سرمایه اجتماعی به میزان زیادی تحت تأثیر اعتماد اجتماعی است و سرمایه اجتماعی بر جذب گردشگر می‌تواند مؤثر واقع شود. یافته‌های آن‌ها نشاد داد که سرمایه اجتماعی هم به صورت مستقیم و هم به صورت غیر مستقیم بر رونق گردشگری در منطقه مورد مطالعه مؤثر بوده است (امین‌بیدختی و شریفی، ۱۳۹۱:۱۴۳).

طالب و همکاران، با روش اسنادی و کتابخانه‌ای به مطالعه‌ی مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در ایران پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد، مشارکت اجتماعی منجر به تسهیل برنامه‌ریزی در جهت توسعه گردشگری می‌شود و با ایجاد یکپارچگی در جامعه محلی و با ارتقای همکاری‌ها بین گروگزاران، توسعه گردشگری را محقق می‌سازد (طالب و همکاران، ۱۳۸۷:۴۸).

پارک و همکاران، به شناسایی عوامل مؤثر بر سرمایه اجتماعی در گردشگری روستایی پرداختند و نشان دادند که چهار بعد سرمایه اجتماعی شامل هنجارها، همکاری‌ها، اعتماد و شبکه‌ها بیشترین تأثیر را در تبیین گردشگری روستایی دارند (Park et al., 2012: 1518).

ریت، به بررسی فرآیندهای پیاده‌سازی، ارزیابی سطح سرمایه اجتماعی، شناسایی ارتباط بین ساخت سرمایه اجتماعی و پیامدهای توسعه گردشگری پرداخت و روشن نمود که توانمندی‌های توسعه اقتصادی، محافظت از محیط‌زیست، سلامت و رفاه اجتماعی، توسعه منابع انسانی و توانمندسازی اجتماعی به منظور توسعه طرح

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

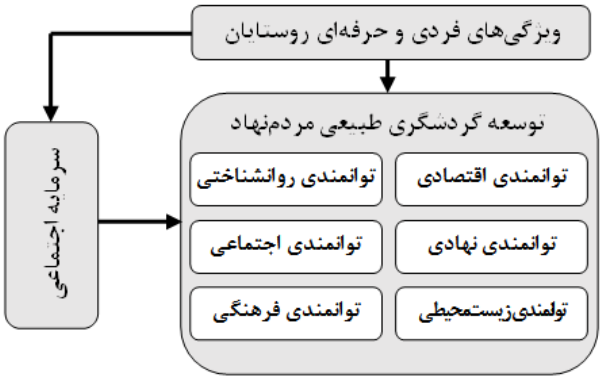
گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در جوامع محلی مورد نیاز است و این توانمندی‌ها مرتبط و وابسته به یکدیگر بوده و هر کدام منجر به تحریک رشد و پایداری دیگری می‌شوند و نیز فقدان هر یک از آنها عملکرد دیگری را کاهش می‌دهد. در این راستا، او سرمایه اجتماعی را مجرایی جهت ایجاد یک جامعه باقابلیت می‌داند و پنج ابزار را جهت ساخت سرمایه اجتماعی در زمینه توسعه CBET مشخص می‌نماید که شامل ایجاد امکانات اقتصادی، فرصت‌های اجتماعی، امنیت و حفاظت، تعهد شفاف و آزادی‌های سیاسی اجتماعی می‌باشد (Rith, 2010: 240).

رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، به بومی‌سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران پرداختند. بر اساس مطالعات ایشان، مؤلفه‌های حوزه پایداری اجتماعی و فرهنگی مقاصد گردشگری شامل رعایت حقوق انسانی، بهبود شرایط زندگی، حفاظت از الگوهای اجتماعی و فرهنگی، مشارکت و کنترل محلی، توسعه ظرفیت‌های نهادی؛ مؤلفه‌های حوزه پایداری اقتصادی مقاصد گردشگری شامل عدالت و رفاه اقتصادی، ثبات اقتصادی، کیفیت فراورده‌ها و خدمات گردشگری؛ مؤلفه‌های حوزه پایداری محیطی مقاصد گردشگری شامل منابع سرزمین، حمایت از گونه‌های جانوری و گیاهی، ظرفیت تحمل، کاهش آسیب‌پذیری محیطی، برنامه‌ریزی و مدیریت، بهداشت محیطی، تقویت آگاهی‌های زیست‌محیطی و مسائل جهانی می‌باشد (رکن‌الدین‌افتخاری و همکاران، ۳۸:۱۳۸۹).

خانی و همکاران در پژوهش خود با عنوان سنجش پتانسیل‌های گردشگری روستایی (گردشگری طبیعی، کشاورزی و فرهنگی) با رویکرد رفع چالش‌های اقتصادی، پس از مطالعه منابع مختلف به ارائه مدل مفهومی پرداختند. آنها در این مدل، عواملی را به عنوان پیشبرنده و نیازمندی‌های گردشگری روستایی بیان می‌دارند. این عوامل شامل توسعه تسهیلات زیربنایی، خدماتی و تفریحی، آموزش نیروی انسانی متخصص، گسترش امنیت و مقررات حقوقی، بازاریابی و جلب رضایت گردشگران، توسعه تعاونی‌های گردشگری، تبلیغات و اطلاع‌رسانی، امکانات ارتباطی و سهولت دسترسی، حفظ جاذبه‌های طبیعی، توجه به فرهنگ جامعه میزبان، حمایت مدیران و رهبران محلی، نگرش ساکنان به اثرات گردشگری، حفاظت از آثار تاریخی و پاسداشت و احیا فرهنگ بومی می‌باشد (خانی و همکاران، ۱۹۸:۱۳۹۳).

با تعمق از آنچه که پیش از این در بیان مسأله، ادبیات نظری و پیشینه پژوهش ارائه شد، این مطالعه به دنبال آن است که جایگاه سرمایه اجتماعی را در رونق گردشگری طبیعی مردم‌نهاد مورد سنجش قرار دهد و راهبردهایی را جهت توسعه این نوع گردشگری در منطقه ارائه دهد. بدین منظور در ابتدا، مؤلفه‌های مؤثر در سرمایه اجتماعی، شناسایی گردیده و در مرحله بعد شاخص‌های رونق گردشگری طبیعی مردم‌نهاد که در حد محدوده‌های این پژوهش باشد، انتخاب شدند. بر این اساس، الگویی مفهومی در ارتباط با پیوند این دو مفهوم به عنوان چارچوب مفهومی پژوهش (شکل ۱) ارائه شد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]



شکل شماره (۱) چارچوب مفهومی پژوهش

۳) روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و ترکیبی (کمتر کیفی) بود که در فاز کمی به روش توصیفی ـ همبستگی و با استفاده از فن پیمایش و همچنین در فاز کیفی با استفاده از فن SWOT انجام شد. جامعه آماری در فاز کمی پژوهش شامل کلیه روستاییان مناطق روستایی هدف گردشگری طبیعی استان مازندران بود (N=۱۹۳۴۵). حجم نمونه بر اساس آماره کوکران، ۲۰۷ نفر برآورد گردید که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای متناسب با حجم جامعه انتخاب شدند. در این راستا، بر اساس نوع ناحیه جغرافیایی و شهرستان‌های متنوع استان، ۱۶روستای هندوکلا (۱۴ از ۱۳۸۷ نفر)، آب‌اسک (۵ از ۳۸۷ نفر)، آب‌گرم (۴ از ۳۵۷ نفر)، اسکومحله (۴۸ از ۴۵۰۵ نفر)، آسیاب‌سر (۱۶ از ۱۵۳۷ نفر)، برسه (۴ از ۳۵۳ نفر)، کردکلا (۱۸ از ۱۷۲۳ نفر)، گل‌محله (۱۲ از ۱۱۳۸ نفر)، جواهرده (۲ از ۱۱۰ نفر)، فرح‌آباد (۲۲ از ۲۰۲۷ نفر)، ورسک (۱ از ۸۸ نفر)، لاجیم (۸ از ۷۷۸ نفر)، یوش (۲ از ۱۷۲ نفر)، لاویج (رئیس‌کلا) (۶ از ۵۴۰ نفر)، کجور (۳۵ از ۳۳۲۸ نفر)، کندلوس ۱۰ از ۹۱۵ نفر) انتخاب شدند. همچنین، جامعه آماری در فاز کیفی، برای تحلیل SWOT، شامل کارشناسان گردشگری طبیعی استان مازندران بودند که به صورت هدفمند ۱۱ نفر از آنها انتخاب شدند. ابزار اندازه‌گیری در فاز کیفی، مصاحبه عمیق و در فاز کمی، پرسشنامه محقق‌ساخت و از نوع بسته‌پاسخ بود که بر مبنای مطالعات نظری و مشاهدات میدانی صورت‌گرفته بود. جهت سنجش متغیر توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در استان مازندران به عنوان متغیر وابسته از ۲۸ گویه و برای سنجش سرمایه اجتماعی از ۴۴ گویه در قالب طیف لیکرت بهره گرفته 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. پایایی پرسشنامه نیز 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 شماره (۲) به‌دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار $SPSS_{22}$ صورت گرفت.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۲) میزان آلفای کرونباخ برای متغیرهای مورد بررسی

ردیف	متغیر کلان	متغیر خُرد	تعداد گویه	مقدار آلفای کرونباخ
۱	توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد	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	سرمایه اجتماعی	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

(منبع: یافته‌های پژوهش)

۴) یافته‌های تحقیق

نتایج نشان می‌دهد (جدول شماره ۳)، میانگین سنی روستاییان در منطقه مورد مطالعه، حدوداً ۳۷ سال بود و از مجموع پاسخگویان مورد بررسی، ۷۱/۲ درصد مرد و ۲۸/۸ درصد زن بودند. همچنین، ۷۰/۶ درصد به صورت دائمی و ۲۹/۴ درصد به صورت فصلی در روستا سکونت داشتند. با توجه به نتایج، ۴/۴ درصد بی‌سواد، ۹/۳ درصد ابتدایی، ۸/۸ درصد راهنمایی، ۲۱/۱ درصد متوسطه، ۲۶ درصد فوق‌دیپلم، ۲۵/۵ درصد لیسانس و ۴/۹ درصد نیز سطح سواد بالاتر از لیسانس داشتند. با توجه به نتایج ملاحظه می‌شود که میانگین درآمد پاسخگویان ۹۲۳،۰۰۰ تومان در ماه بود و نیز بیشتر افراد میزان درآمد ۵۰۰،۰۰۰ تومان در ماه را ذکر کردند. از مجموع پاسخگویان مورد بررسی، ۴۶ درصد در سازمان‌های محلی عضو بودند و ۵۴ درصد در این نوع سازمان‌ها عضو نبودند. همچنین، ۶۵/۱ درصد علاوه بر کشاورزی، فعالیت‌های دیگری داشتند و ۳۴/۹ درصد نیز تنها به کشاورزی مشغول بودند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۳) آمار توصیفی پاسخگویان

	متغیر	سطح	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی	کمینه	بیشینه	نما	میانه	میانگین
روستاییان	سن (سال)	(X_i<۳۷)	۱۲۱	۵۸/۵	۶۰/۲	۶۰/۲	۲۰	۷۳	۳۰	۳۵	۳۷/۴۲
		(۳۷≤X_i<۵۳)	۵۹	۲۸/۵	۲۹/۴	۸۹/۶					
		(۵۳≤Xi)	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	۴/۴			فوق‌دیپلم		
		ابتدایی	۱۹	۹/۲	۹/۳	۱۳/۷					
		راهنمایی	۱۸	۸/۷	۸/۸	۲۲/۵					
		متوسطه	۴۳	۲۰/۸	۲۱/۱	۴۳/۶					
		فوق‌دیپلم	۵۳	۲۵/۶	۲۶	۶۹/۶					
		لیسانس	۵۲	۲۵/۱	۲۵/۵	۹۵/۱					
		بالاتر از لیسانس	۱۰	۴/۸	۴/۹	۱۰۰					
		بدون پاسخ	۳	۱/۴							
	میزان درآمد (هزار تومان در ماه)	(X_i<۱۰۰۰)	۱۰۱	۴۸/۸	۷۷/۷	۷۷/۷	۱۰۰۰	۵۰۰۰	۵۰۰	۸۰۰	۹۲۳
		(۱۰۰۰≤X_i<۲۰۰۰)	۲۵	۱۲/۱	۱۹/۲	۹۶/۹					
		(۲۰۰۰≤X_i)	۴	۱/۹	۳/۱	۱۰۰					
		بدون پاسخ	۷۷	۳۷/۲							
	فعالیت غیر کشاورزی	بلی	۱۲۷	۶۱/۴	۶۵/۱				بلی		
		خیر	۶۸	۳۲/۹	۳۴/۹						
		بدون پاسخ	۱۲	۵/۸							
	اطلاعات در زمینه گردشگری طبیعی	بلی	۷۶	۳۶/۷	۳۸/۲				خیر		
		خیر	۱۲۳	۵۹/۴	۶۱/۸						
		بدون پاسخ	۸	۳/۹							
	عضویت در سازمان محلی	بلی	۹۳	۴۴/۹	۴۶				خیر		
		خیر	۱۰۹	۵۲/۷	۵۴						
		بدون پاسخ	۵	۲/۴							
	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							
کارشناسان	سن	(۲۹≤X_i<۴۲)	۷	۶۳/۶۳					۳۰		۳۹
		(۴۲≤X_i≤۵۵)	۴	۳۶/۳۶							
	جنسیت	مرد	۵	۴۵/۴۵					زن		
		زن	۶	۵۴/۵۴							
	میزان تحصیلات	لیسانس	۳	۲۷/۲۷					فوق‌لیسانس		
		فوق‌لیسانس	۷	۶۳/۶۳							
		دکتری	۱	۹/۰۹							

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

متغیرهایی که برای سنجش سرمایه اجتماعی در پژوهش استفاده شد شامل مشارکت اجتماعی، اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، هنجارهای اجتماعی و همسانی اجتماعی می‌باشد. بر این اساس، با استفاده از میانگین، ضریب پراکندگی و انحراف معیار نظرات روستاییان، گویه‌های مربوط به متغیرهای پژوهش، رتبه‌بندی و در جدول شماره (۴) ارائه گردید.

بر اساس نتایج، در متغیر مشارکت اجتماعی، گویه "از نظر من کارکردن با نهادهای محلی و مردمی بسیار لذت‌بخش است" با بیشترین میانگین در رتبه اول و گویه "در اجرای پروژه‌های عمرانی روستا، به صورت فعال همکاری می‌کنم" دارای کمترین میانگین و در رتبه آخر قرار گرفت (جدول ۴). نتایج نشان داد، در متغیر اعتماد اجتماعی، گویه "همیشه به کمک خانواده‌ام برای پیشرفت و خروج از تنگناها دلگرم هستم" با بیشترین میانگین در رتبه اول قرار گرفت و گویه "حضور گردشگران در روستا و محیط طبیعی آن، امنیت و آرامش را در من به خطر نمی‌اندازد" دارای کمترین میانگین و در رتبه آخر قرار گرفت (جدول ۴). رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به دیگر متغیرهای سرمایه اجتماعی را در جدول (۴) نشان داده شده است.

جدول شماره (۴) رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به متغیرهای سرمایه اجتماعی

متغیر	گویه	میانگین*	انحراف معیار	ضریب پراکندگی	رتبه
مشارکت اجتماعی	از نظر من کارکردن با نهادهای محلی و مردمی بسیار لذت‌بخش است.	۳/۷۹	۱/۱۴	۰/۳۰۰	۱
	در اجرای برنامه‌های مذهبی و آیینی روستا برای هرچه جذابتر شدن آن، فعالانه شرکت می‌کنم.	۳/۴۵	۱/۴۱	۰/۴۰۸	۲
	به جهت صیانت از جاذبه‌های طبیعی روستا با تمام توان مشارکت می‌کنم.	۳/۳۶	۱/۲۴	۰/۳۶۹	۳
	در سازماندهی خدمات و برنامه‌های روستایی با نهادهای محلی همکاری می‌کنم.	۳/۲۴	۱/۳۴	۰/۴۱۳	۴
	در صورت برگزاری جلسات و نشست‌های محلی در رابطه با روستا، در آن‌ها مشارکت می‌کنم.	۳/۱۷	۱/۳۹	۰/۴۳۸	۵
	برای رفع مشکلات مردم و اهالی روستای خویش، به آن‌ها یاری می‌رسانم.	۳/۱۵	۱/۲۶	۰/۴۰۰	۶
	با مسؤولان روستایی و منطقه‌ای به منظور توسعه روستا ارتباط برقرار می‌کنم.	۲/۹۵	۱/۴۶	۰/۴۹۴	۷
	از لحاظ مالی به توسعه روستا برای جذب گردشگر نمی‌توانم کمک کنم.	۲/۹۱	۱/۵۵	۰/۵۳۲	۸
	در طول سال گذشته، در اقدامات جمعی محلی برای رفع مشکلات روستای خود مشارکت کرده‌ام.	۲/۸۵	۱/۴۲	۰/۴۹۸	۹
	در فعالیت‌های دهیاری و شورای اسلامی روستا به صورت داوطلبانه کمک می‌کنم.	۲/۷۱	۱/۴۸	۰/۵۴۶	۱۰
	در اجرای پروژه‌های عمرانی روستا، به صورت فعال همکاری می‌کنم.	۲/۷۰	۱/۳۷	۰/۵۰۷	۱۱

* میانگین با طیف لیکرت شامل موارد اصلاً (۰)، خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) سنجیده شده است. بنابراین میانگین هر گویه در فاصله ۰ـ ۵ قرار می‌گیرد.

ـ رتبه‌بندی بر اساس ضریب پراکندگی صورت گرفت.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

ادامه جدول شماره (۴) رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به متغیرهای سرمایه اجتماعی

متغیر	گویه	میانگین*	انحراف معیار	ضریب پراکندگی	رتبه
اعتماد اجتماعی	همیشه به کمک خانواده‌ام برای پیشرفت و خروج از تنگناها دلگرم هستم.	۴/۰۱	۱/۰۱	۰/۲۵۱	۱
	زندگی در کنار مردم و اهالی روستا باعث احساس آرامش و امنیت می‌شود.	۳/۹۵	۱/۲۶	۰/۳۱۸	۲
	از حضور گردشگران در روستا و محیط طبیعی آن استقبال می‌کنم.	۳/۷۶	۱/۱۱	۰/۲۹۵	۳
	حضور سرمایه‌گزاران در روستا موجب توسعه روستا می‌شود.	۳/۷۵	۱/۲۸	۰/۳۴۱	۴
	مسؤولان و بزرگان روستا، می‌توانند به توسعه روستا بویژه گردشگری طبیعی کمک کنند.	۳/۷۳	۱/۲۶	۰/۳۳۷	۵
	نهادهای اجتماعی روستا توانسته‌اند منجر به توسعه فرهنگی و اجتماعی روستا شوند.	۳/۳۸	۱/۴۳	۰/۴۲۳	۶
	حضور گردشگران در روستا و محیط طبیعی آن، امنیت و آرامش را در من به خطر نمی‌اندازد.	۳/۰۵	۱/۳۸	۰/۴۵۲	۷
انسجام اجتماعی	مشکلات گردشگران در روستا به مانند مشکلات خودمان است و باید آن‌ها را رفع کنیم.	۳/۴۱	۱/۱۱	۰/۳۲۵	۱
	مردم روستا از هیچ کمکی در حد توان برای هم، دریغ نمی‌کنند.	۳/۳۷	۱/۳۸	۰/۴۰۹	۲
	احساس می‌کنم بخشی از یک تیم کاری در روستا هستم .	۳/۲۸	۱/۳۲	۰/۴۰۲	۳
	همه‌ی اهالی روستا برای توسعه منطقه خود یکدل هستند.	۳/۲۲	۱/۳۰	۰/۴۰۳	۴
	وجود افراد با فرهنگ‌های مختلف برای بهبود زندگی اهالی روستا بهتر است.	۳/۰۴	۱/۲۷	۰/۴۱۷	۵
	در انجام امور شخصی، نیاز به مشورت با دوستانم ندارم.	۲/۹۴	۱/۵۳	۰/۵۲۰	۶
	همکاری میان اهالی، در امور روستا از جمله برنامه‌های جذب گردشگر وجود ندارد.	۲/۹۳	۱/۴۲	۰/۴۸۴	۷
هنجارهای اجتماعی	تخریب طبیعت به دست گردشگران، من و هم روستاییانم را بسیار آزرده خاطر می‌کند.	۴/۱۳	۱/۰۷	۰/۲۵۹	۱
	اهالی روستا، پایبند به ارزش‌های سنتی اصیل در جامعه روستایی خود هستند.	۳/۸۸	۱/۱۳	۰/۲۹۱	۲
	افراد با ادیان متفاوت برای اهالی روستا قابل احترام هستند.	۳/۶۷	۱/۲۱	۰/۳۲۹	۳
	اهالی روستا، افراد بازدیدکننده از منطقه را با روی باز می‌پذیرند.	۳/۶۴	۱/۱۵	۰/۳۱۵	۴
	در صورت بروز مشکل درمیان روستاییان، به رفع مسالمت‌آمیز آن می‌پردازیم.	۳/۶۴	۱/۱۵	۰/۳۱۵	۴
	مردم روستا، عدم رعایت اخلاق و انسان دوستی را از دیگران نمی‌پذیرند.	۳/۴۱	۱/۴۷	۰/۴۳۱	۵
شبکه‌های اجتماعی	نهادهای محلی، مشکلات توسعه روستا را پیگیری می‌کنند.	۳/۱۹	۱/۲۶	۰/۳۹۴	۱
	ارتباط نهادهای محلی با سازمانهای منطقه‌ای و ملی مناسب است.	۳/۱۱	۱/۱۷	۰/۳۷۶	۲
	توانایی و شدت عمل شورای اسلامی روستا در بسترسازی ارائه خدمات گردشگری مناسب است.	۳/۰۱	۱/۱۶	۰/۳۸۵	۳
	زیرساخت‌های لازم جهت جذب گردشگر در روستا وجود ندارد.	۳/۰۱	۱/۳۶	۰/۴۵۱	۴
	نهادهای محلی و منطقه‌ای مرتبط به دنبال همکاری با روستاییان در جهت توسعه روستا هستند.	۲/۸۹	۱/۲۱	۰/۴۱۸	۵
	بخش‌های خصوصی در توسعه و عمران روستا فعال نیستند.	۲/۸۲	۱/۶۲	۰/۵۷۴	۶
	بخش خصوصی، دولتی و نهادهای محلی از ارتباطات بسیار خوبی برخوردارند.	۲/۶۰	۱/۲۹	۰/۴۹۶	۷
	سازمان‌های دولتی برای ارتقای سطح کیفی جاذبه‌های طبیعی روستا مشارکت فعال دارند.	۲/۴۰	۱/۲۹	۰/۵۳۷	۸
همسانی اجتماعی	ارزش‌های اجتماعی روستا مورد قبول همگی روستاییان است.	۳/۵۶	۱/۰۹	۰/۳۰۶	۱
	تعداد افراد در هر خانوار (بعد جمعیتی خانوار)، در بیشتر خانوارهای این روستا مشابه است.	۲/۹۹	۱/۱۶	۰/۳۸۷	۲
	از نظر میزان آگاهی و اطلاعات عمومی، مردم این روستا در سطح برابری قرار دارند.	۲/۸۳	۱/۲۱	۰/۴۲۷	۳
	افراد در این روستا، از نظر سطح تحصیلات وضعیت مشابهی ندارند.	۲/۷۷	۱/۲۵	۰/۴۵۱	۴
	اکثر افراد روستای من در سطح رفاهی برابر قرار دارند.	۲/۷۴	۱/۲۴	۰/۴۵۲	۵

* میانگین با طیف لیکرت شامل موارد اصلاً (۰)، خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) سنجیده شده است. بنابراین میانگین هر گویه در فاصله ۰ـ ۵ قرار می‌گیرد.

ـ رتبه‌بندی بر اساس ضریب پراکندگی صورت گرفت.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

متغیرهایی که برای سنجش توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در پژوهش استفاده شد شامل توانمندی اجتماعی، توانمندی اقتصادی، توانمندی فرهنگی، توانمندی روانشناختی، توانمندی نهادی توانمندی زیست‌محیطی می‌باشد. بر این اساس، با استفاده از میانگین، ضریب پراکندگی و انحراف معیار نظرات روستاییان، گویه‌های مربوط به متغیرهای پژوهش، رتبه‌بندی و در جدول (۵) ارائه گردید.

بر اساس نتایج، در متغیر توانمندی اجتماعی، گویه "روابط اجتماعی مردم محلی در سطح بالایی می‌باشد" با بیشترین میانگین در رتبه اول و گویه "همکاری میان گروه‌های گروگزار در زمینه گردشگری وجود دارد" دارای کمترین میانگین و در رتبه آخر قرار گرفت (جدول ۵). نتایج نشان داد، در متغیر توانمندی اقتصادی، گویه "امکان ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در زمینه گردشگری در روستا وجود دارد" با بیشترین میانگین در رتبه اول و گویه "معیشت روستاییان منطقه به گردشگری وابستگی دارد" دارای کمترین میانگین و در رتبه آخر قرار گرفت (جدول شماره ۵). رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به دیگر متغیرهای سرمایه اجتماعی را در جدول شماره (۴) نشان داده شده است.

جدول شماره (۵) رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به متغیرهای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد

متغیر	گویه	میانگین*	انحراف معیار	ضریب پراکندگی	رتبه
توانمندی اجتماعی	روابط اجتماعی مردم محلی در سطح بالایی می‌باشد.	۳/۴۴	۱/۱۴	۰/۳۳۱	۱
	نهادهای محلی و مردم روستا در جهت رونق گردشگری طبیعی با یکدیگر تعامل دارند.	۳/۱۶	۱/۱۱	۰/۳۵۱	۲
	منطقه از سطح امنیت بالایی برخوردار نیست.	۳/۱۱	۱/۴۹	۰/۴۷۹	۳
	انسجام و یکپارچگی مردم محلی به منظور کسب منافع جمعی، پایین است.	۲/۹۸	۱/۳۵	۰/۴۵۳	۴
	همکاری میان گروه‌های گروگزار در زمینه گردشگری وجود دارد.	۲/۵۲	۱/۲۱	۰/۴۸۰	۵
توانمندی اقتصادی	امکان ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در زمینه گردشگری در روستا وجود دارد.	۳/۲۳	۱/۲۲	۰/۳۷۷	۱
	فرصت‌های شغلی مناسبی برای روستاییان در زمینه گردشگری طبیعی وجود دارد.	۲/۷۶	۱/۴۵	۰/۵۲۵	۲
	امکان توزیع عادلانه درآمد از منافع اقتصادی گردشگری طبیعی وجود ندارد.	۲/۷۱	۱/۴۴	۰/۵۳۱	۳
	مردم محلی، مشارکت اقتصادی در زمینه گردشگری طبیعی دارند.	۲/۵۱	۱/۳۳	۰/۵۲۹	۴
	سرمایه‌گذاران خارجی در زمینه گردشگری فعال نیستند.	۲/۴۵	۱/۵۸	۰/۶۴۴	۵
	معیشت روستاییان منطقه به گردشگری وابستگی دارد.	۲/۱۲	۱/۴۹	۰/۷۰۲	۶
توانمندی فرهنگی	ارزش‌های فرهنگی و مذهبی در میان مردم روستا مهم شمرده می‌شوند.	۳/۸۷	۱/۱۵	۰/۲۹۷	۱
	حس تعلق مکانی به روستا در بین مردم محلی در سطح بالایی قرار دارد.	۳/۸۵	۱/۰۲	۰/۲۶۴	۲
	جامعه محلی به سنت و رسوم محلی خود پایبند هستند.	۳/۷۶	۱/۰۸	۰/۲۸۷	۳
	مردم محلی نسبت به دیگر فرهنگ‌ها آگاهی ندارند.	۳/۱۲	۱/۱۷	۰/۳۷۵	۴

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

ادامه جدول شماره (۵) رتبه‌بندی گویه‌های مربوط به متغیرهای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد

متغیر	گویه	میانگین*	انحراف معیار	ضریب پراکندگی	رتبه
توانمندی روانشناختی	حفظ منابع طبیعی و محیط‌زیست برای روستاییان به عنوان یک ارزش مطرح است.	۳/۷۴	۱/۲۳	۰/۳۲۸	۱
	سطح آمادگی جامعه محلی جهت کسب و کار در گردشگری طبیعی بالا است.	۳/۳۵	۱/۱۸	۰/۳۵۲	۲
	اهالی روستا به حضور گردشگران در منطقه خوشبین هستند.	۳/۲۷	۱/۲۰	۰/۳۶۶	۳
	جامعه محلی، از توسعه گردشگری طبیعی احساس رضایت می‌کند.	۳/۲۲	۱/۲۰	۰/۳۷۲	۴
توانمندی نهادی	مردم روستایی به فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی دسترسی ندارند.	۳/۲۶	۱/۲۲	۰/۳۷۴	۱
	منابع انسانی جهت ارائه خدمات به گردشگران از طریق روستاییان تأمین می‌شود.	۲/۶۲	۱/۳۱	۰/۵۰۰	۲
	قوانین و مقررات تدوین شده‌ای در سازماندهی به گردشگری در منطقه وجود ندارد.	۲/۴۹	۱/۵۸	۰/۶۳۴	۳
	نهادهای غیررسمی محلی در توسعه گردشگری طبیعی فعال هستند.	۲/۴۳	۱/۳۲	۰/۵۴۳	۴
	زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری توسعه پیدا کرده‌اند.	۲/۲۵	۱/۴۴	۰/۶۴۰	۵
توانمندی زیست‌محیطی	محیط طبیعی منطقه، ظرفیت بالایی جهت جذب گردشگر دارد.	۴/۰۳	۱/۰۴	۰/۲۵۸	۱
	بیشتر روستاییان به حفظ محیط‌زیست روستا توجه ندارد.	۳/۰۵	۱/۵۰	۰/۴۹۱	۲
	زباله‌ها و فاضلاب‌ها در روستا به صورت بهداشتی جمع‌آوری و دفع نمی‌شوند.	۳/۰۱	۱/۴۳	۰/۴۷۵	۳
	برنامه‌ای مدون برای حفظ و توسعه محیط‌زیست طبیعی روستا شکل گرفته است.	۲/۵۷	۱/۲۷	۰/۴۹۴	۴

نتایج آزمون‌های همبستگی نشان داد (جدول شماره ۶)، بین میزان سرمایه اجتماعی روستاییان و سن آن‌ها رابطه مستقیم و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا و در حد ضعیف (r=-۰/۲۱۷) وجود دارد. بین میزان سرمایه اجتماعی روستاییان و سطح تحصیلات آن‌ها رابطه معکوس و معنی‌داری در سطح پنج درصد خطا و در حد خیلی ضعیف (r=-۰/۱۳۹) مشاهده می‌شود. بین میزان سرمایه اجتماعی روستاییان با توانمندی اجتماعی از مؤلفه توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مستقیم و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا و در حد متوسط (r=۰/۵۹۵) وجود دارد. همچنین، بین میزان سرمایه اجتماعی روستاییان با توانمندی نهادی از مؤلفه توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد رابطه مستقیم و معنی‌داری در سطح یک درصد خطا و در حد متوسط (r=۰/۵۷۰) مشاهده گردید.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۶) نتایج همبستگی بین متغیرهای پژوهش

ردیف	متغیر اول	متغیر دوم	آزمون آماری	r (ضریب همبستگی)	P (سطح معنی‌داری)	قضاوت مقدار معنایی
۱	سن	سرمایه اجتماعی	پیرسون	۰/۲۱۷**	۰/۰۰۲	ضعیف
۲	سطح تحصیلات		اسپیرمن	-۰/۱۳۹*	۰/۰۴۷	خیلی ضعیف
۳	میزان درآمد		پیرسون	-۰/۰۳۷	۰/۶۷۸	ــــــــ
۴	سرمایه اجتماعی	توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد	پیرسون	۰/۷۸۳**	۰/۰۰۰	زیاد
۵		توانمندی اجتماعی	پیرسون	۰/۵۹۵**	۰/۰۰۰	متوسط
۶		توانمندی روانشناختی	پیرسون	۰/۵۶۸**	۰/۰۰۰	متوسط
۷		توانمندی فرهنگی	پیرسون	۰/۴۶۴**	۰/۰۰۰	متوسط
۸		توانمندی اقتصادی	پیرسون	۰/۴۸۱**	۰/۰۰۰	متوسط
۹		توانمندی نهادی	پیرسون	۰/۵۷۰**	۰/۰۰۰	متوسط
۱۰		توانمندی زیست‌محیطی	پیرسون	۰/۳۵۱**	۰/۰۰۰	متوسط

نتایج آزمون‌های مقایسه میانگین نشان داد (جدول شماره ۷)، میزان مشارکت اجتماعی در میان زنان و مردان تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد خطا (P=۰/۰۲۱) وجود دارد. به عبارتی مردان نسبت به زنان مشارکت اجتماعی بیشتری دارند. همچنین، میزان سرمایه اجتماعی در میان روستاییان عضو و غیر عضو در سازمان‌های محلی تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد خطا تفاوت معنی‌داری (P=۰/۰۰۵) مشاهده می‌شود. به عبارتی روستاییان عضو در سازمان‌های محلی از دیگر روستاییان، از سرمایه اجتماعی بیشتری برخوردارند. میزان پیرامون مشارکت اجتماعی در میان روستاییان عضو و غیر عضو در سازمان‌های محلی تفاوت معنی‌داری در سطح یک درصد خطا تفاوت معنی‌داری (P=۰/۰۰۴) وجود دارد. به عبارتی روستاییان عضو در سازمان‌های محلی از دیگر روستاییان، مشارکت اجتماعی بیشتری دارند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۷) نتایج آزمون‌های t مستقل

متغیر وابسته	متغیر مستقل		تعداد	میانگین	انحراف معیار	t	P
میزان سرمایه اجتماعی	جنسیت	مرد	۱۴۶	۱۴۳/۱۴	۲۵/۴۳۳	۰/۴۸۷	۰/۶۲۷
		زن	۵۹	۱۴۱/۲۴	۲۵/۱۹۷		
میزان مشارکت اجتماعی	جنسیت	مرد	۱۴۶	۳۵/۳۶	۱۰/۰۴۷	۲/۳۲۹*	۰/۰۲۱
		زن	۵۹	۳۱/۶۸	۱۰/۶۹۱		
توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد	جنسیت	مرد	۱۴۶	۸۴/۵۳	۱۴/۲۳۰	-۰/۸۰۷	۰/۴۲۱
		زن	۵۹	۸۶/۲۹	۱۳/۹۲۲		
میزان سرمایه اجتماعی	عضویت	عضو	۹۳	۱۴۷/۸۳	۲۴/۳۰۱	۲/۸۳۱**	۰/۰۰۵
		غیرعضو	۱۰۹	۱۳۷/۸۶	۲۵/۴۶۸		
میزان مشارکت اجتماعی	عضویت	عضو	۹۳	۳۶/۶۷	۱۰/۰۷۲	۲/۹۰۹**	۰/۰۰۴
		غیرعضو	۱۰۹	۳۲/۴۴	۱۰/۴۷۷		
میزان اعتماد اجتماعی	عضویت	عضو	۹۳	۲۶/۵۸	۵/۵۶۳	۲/۰۱۹*	۰/۰۴۵
		غیرعضو	۱۰۹	۲۴/۹۷	۵/۷۱۰		
توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد	عضویت	عضو	۹۳	۸۶/۳۴	۱۵/۰۱۰	۱/۳۱۳	۰/۱۹۱
		غیرعضو	۱۰۹	۸۳/۷۳	۱۳/۲۳۵		
میزان سرمایه اجتماعی	تمایل	متمایل	۱۶۰	۱۴۲/۹۴	۲۴/۹۴۴	۰/۴۰۹	۰/۶۸۳
		غیرمتمایل	۴۱	۱۴۱/۱۲	۲۷/۰۵۵		
توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد	تمایل	متمایل	۱۶۰	۸۵/۶۶	۱۴/۵۰۰	۱/۱۳۹	۰/۲۵۶
		غیرمتمایل	۴۱	۸۲/۸۵	۱۲/۲۹۱		
میزان سرمایه اجتماعی	نوع سکونت	دائمی	۱۴۴	۱۴۲/۵۱	۲۴/۸۰۹	۰/۱۸۱	۰/۸۵۷
		فصلی	۶۰	۱۴۱/۸۰	۲۷/۰۶۴		
توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد	نوع سکونت	دائمی	۱۴۴	۸۳/۹۸	۱۴/۰۳۶	-۱/۲۷۲	۰/۲۰۵
		فصلی	۶۰	۸۶/۷۷	۱۴/۷۸۸		

* معنی‌داری در سطح پنج درصد خطا

** معنی‌داری در سطح یک درصد خطا

(منبع: یافته‌های پژوهش)

به منظور ارائه راهبردهایی برای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، تلاش گردید با ابزار پرسشنامه باز پاسخ، نقطه نظرهای تعدادی از کارشناسان و برنامه‌ریزان گردشگری طبیعی مازندران جمع‌آوری گردد. در این راستا، از فن SWOT جهت تحلیل داده‌ها بهره گرفته شد. بدین ترتیب، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها تهیه و بر اساس تعداد تکرارها در نظرات افراد رتبه‌بندی گردید. در نهایت راهبردهایی برای برطرف کردن و حل نقاط ضعف و تهدیدهای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در منطقه مورد مطالعه و تقویت فرصت‌ها و نقاط قوت موجود برای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد در منطقه مورد مطالعه با درنظر گرفتن همزمان عوامل مؤثر محیط بیرونی و درونی گفته شده توسط

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

کارشناسان ارائه شد. بر این اساس، راهبردها به این صورت تعیین شدند: تلفیق نقاط قوت و ضعف (SO) ۲. تلفیق نقاط قوت و تهدید (ST) ۳. تلفیق نقاط ضعف و فرصت (WO) ۴. تلفیق نقاط ضعف و تهدید (WT) (جدول شماره ۸).

جدول شماره (۸) ماتریس SWOT و نحوه‌ی تعیین راهبردها

ماتریس SWOT		محیط داخلی	
		قوت‌ها (S)	ضعف‌ها (W)
محیط خارجی	فرصت‌ها (O)	راهبردهای تهاجمی (SO)	راهبردهای بازنگری (WO)
	تهدیدها (T)	راهبردهای تنوع‌بخشی (ST)	راهبرد تدافعی (WT)

منبع: (ولی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴)

در ادامه، پس از شناسایی نقاط قوت و ضعف درونی و فرصت و تهدید بیرونی، هر یک از این موارد در یک جدول جداگانه به صورت زیر تقسیم‌بندی شده‌اند (جداول شماره ۹ تا ۱۲).

جدول شماره (۹) نقاط قوت

ردیف	نقاط قوت	تعداد تکرار
۱	وجود مناظر طبیعی منحصر به فرد مانند چشمه‌ها، آبشارها، غارها، ارتفاعات، رودها، جنگل‌ها، سواحل و مراتع	۱۱
۲	وجود محورهای دسترسی متنوع در استان و مناطق طبیعی آن	۱۰
۳	وجود فرهنگ غنی و آیین‌های متنوع جذاب برای گردشگران	۹
۴	وجود زیست‌بوم‌های متنوع و با قابلیت تبدیل به ژئوپارک	۸
۵	آب و هوای معتدل و تعداد روزهای آفتابی مناسب	۷
۶	وجود پارک‌های ملی	۶
۷	وجود روستاهای بومی و تاریخی	۶
۸	وجود مناطق چهارگانه حفاظت‌شده	۵
۹	وجود دانشگاه‌های متعدد جهت پرورش نیروهای متخصص	۵
۱۰	انگیزه بالای متخصصان بومی این حوزه جهت راه‌اندازی تشکل‌های مردم‌نهاد	۵
۱۱	وجود شرکت‌های گردشگری طبیعی با ارائه خدمات گردشگری طبیعی	۴
۱۲	نزدیکی مناطق شهری و روستایی	۴
۱۳	استقبال بالای روستاییان جهت اجرای طرح‌های گردشگری و بویژه گردشگری طبیعی	۴
۱۴	وجود زیرساخت‌های مناسب اولیه کوهنوردی، جنگل‌نوردی و شنا	۳

(منبع: یافته‌های پژوهش)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۱۰) نقاط ضعف

ردیف	نقاط ضعف	تعداد تکرار
۱	نبود زیرساخت‌های لازم جهت اقامت‌های موقت و بین‌راهی مانند سرویس بهداشتی و ...	۱۱
۲	عدم نظارت سازمان گردشگری استان بر فعالیت‌های گردشگری طبیعی	۱۰
۳	آلودگی مناطق طبیعی به علت عدم مدیریت صحیح پسماندها در استان	۱۰
۴	کم بودن آگاهی مردم محلی از گردشگری طبیعی و چگونگی کسب درآمد درست از آن	۹
۵	کمبود نیروهای متخصص گردشگری طبیعی به اندازه کافی	۹
۶	کمبود ارائه اعتبارهای مالی لازم به سرمایه‌گذاران و روستاییان جهت اجرای طرح‌های گردشگری طبیعی	۹
۷	پایین بودن رعایت بهداشت از طرف اداره‌کنندگان مراکز خدمات گردشگری	۸
۸	سازماندهی ضعیف تشکل‌های مردم‌نهاد در استان	۶
۹	کمبود ارتباط مناسب بین سازمان‌ها و نهادها جهت رشد مدیریت‌شده گردشگری بویژه گردشگری طبیعی	۶
۱۰	کمبود ظرفیت‌سنجی در جذب گردشگر در مناطق و تراکم بالای جمعیت	۵
۱۱	معرفی ضعیف مناطق طبیعی و جذاب استان و بسنده به چند منطقه معروف	۴
۱۲	نبود برنامه آمایش سرزمین در حوزه گردشگری طبیعی در استان	۴
۱۳	توسعه شهرک‌های صنعتی در نزدیکی مناطق طبیعی	۴
۱۴	مشکلات طبیعی مانند سیل، بهمن، ریزش کوه و مه شدید	۳

(منبع: یافته‌های پژوهش)

جدول شماره (۱۱) فرصت‌ها

ردیف	فرصت‌ها	تعداد تکرار
۱	شکل‌گیری کمیته گردشگری طبیعی در سازمان گردشگری و تصویب قوانین نظارتی و حمایتی	۱۱
۲	انگیزه گردشگران برای حضور در این استان	۱۰
۳	نزدیکی پایتخت به استان مازندران	۸
۶	جزء محدود مناطق سرسبز و پرظرفیت گردشگری طبیعی در کشور و منطقه	۷
۴	استقبال غیر بومیان جهت سرمایه‌گذاری در این استان در عرصه گردشگری طبیعی	۶
۵	فعالیت و حمایت بخش سازمان‌های مردم‌نهاد در سازمان گردشگری	۵

(منبع: یافته‌های پژوهش)

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۱۲) تهدیدها

ردیف	تهدیدها	تعداد تکرار
۱	پایین بودن رعایت بهداشت محیطی و فردی توسط گردشگران	۱۰
۲	نبود فرهنگ گردشگری طبیعی در بین گردشگران	۱۰
۳	بروز آسیب‌های اجتماعی ناشی از حضور گردشگران	۹
۴	تفاوت‌های فرهنگی و مذهبی گردشگران با مردم محلی	۸
۵	کم توجهی به فرهنگ و رسوم محلی اصیل استان	۷
۶	عدم شکل‌گیری منطقی مقاصد گردشگری در مناطق طبیعی استان توسط دولت مرکزی	۷
۷	رشد و توسعه در دیگر مناطق ایران و عقب افتادگی استان در عرصه گردشگری طبیعی	۶
۸	رشد قیمت زمین و تغییر کاربری مناطق طبیعی به دلیل حضور گردشگران جهت ویلاسازی و اقامت دائم	۵
۹	توجه بی‌منطق دولت به امتیازدهی بی‌مورد به سرمایه‌گذاران غیر بومی	۴
۱۰	انگیزه مالی بدون آینده‌نگری از طرف سرمایه‌گذاران	۴

(منبع: یافته‌های پژوهش)

در نهایت، بر اساس نقاط ضعف و قوت درونی و نیز فرصت‌ها و تهدیدهای بیرونی راهبردها به صورت زیر استخراج شدند.

۵) نتیجه‌گیری

نتایج تحلیل راهبردهای توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد نشان داد که با توجه به ظرفیت بالای استان از لحاظ مناظر طبیعی و منابع فرهنگی غنی، نقاط ضعف و تهدیدهایی بر فرصت‌ها و نقاط قوت این صنعت سایه افکنده است. در نتیجه، می‌باید تنگناها شناسایی و برای رفع آن‌ها اقدام شود. با توجه به راهبردهای ارائه شده در پژوهش حاضر، باید امکانات زیرساختی از جمله ایستگاه‌های گردشگری طبیعی، استراحتگاه‌های بین‌راهی با امکانات مناسب رفاهی، افزایش تعداد خانه مسافر با ساختار بومی و ایجاد سازمان‌های گردشگری طبیعی مردم‌نهاد مورد توجه قرار گیرد. همچنین، باید نیازهای آموزشی این صنعت در استان از جمله لحاظ رشته گردشگری طبیعی در دانشگاه‌های استان و آموزش متخصصان بومی، برگزاری دوره‌های آموزشی برای ورود کارآفرینان به این حوزه و افزایش آگاهی روستاییان از گردشگری طبیعی با برگزاری کلاس‌های آموزشی و ترویجی با همکاری سازمان ترویج و آموزش رفع گردد. در بعد اجتماعی نیز توسعه گردشگری طبیعی مردم نهاد با توجه به بنیان اجتماعی خود نیازمند اهتمام بیشتر به مشارکت مردم محلی، رفع تضادها، ارتقای همکاری نهادهای رسمی و غیر رسمی و افزایش اعتماد اجتماعی است. در نهایت، جهت توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد نیاز است تا اقدامات نظارتی و حمایتی از سوی سازمان‌های گروگزار با تصویب قوانین و افزایش امنیت ذهنی و عینی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

گردشگران و ساکنان و همچنین ورود اعتبارات لازم جهت توسعه ساختاری و فیزیکی گردشگری طبیعی مردم‌نهاد صورت گیرد.

- ✓ از آنجایی که اکثر روستاییان منطقه از سطح سواد مناسبی برخوردارند و غالب این افراد جوان هستند و از سویی بیشتر آن‌ها اطلاعاتی از گردشگری طبیعی ندارد، پیشنهاد می‌شود که دوره‌های آموزشی و ترویجی برای این گروه از افراد برنامه‌ریزی شود و در این دوره‌ها، اطلاعات پایه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد، چگونگی کسب و کار در آن و راهکارهای ایجاد سازمان‌های مردم‌نهاد ارائه گردد.
- ✓ نتایج نشان داد سطح درآمد روستاییان در حد متوسط است و بیشتر کشاورزان روستایی به فعالیت‌های جانبی دیگر برای افزایش درآمد می‌پردازند. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود با توجه به ظرفیت روستاهای استان برای گردشگری طبیعی، می‌توان از این فرصت برای ارئه صنعت گردشگری طبیعی مردم‌نهاد به روستاییان استفاده کرد و باعث شد تا سطح درآمد و رفاه مردم محلی افزایش یابد و به دنبال آن از مهاجرت به شهر جلوگیری شود و ادامه فعالیت‌های کشاورزی در منطقه تثبیت شود.
- ✓ بر اساس نتایج، مشارکت مالی روستاییان به علت سطح درآمدی متوسط، اعتماد سازمانی به علت عملکرد نه چندان مناسب نهادهای رسمی و شرکت‌های خصوصی و اعتماد تعمیم‌یافته به علت مشکلات ناشی از حضور گردشگران، در سطح پایین است. در نتیجه باید اعتبارات لازم جهت رونق صنعت گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از جانب دولت ارائه گردد و با نظارت به عملکرد سازمان‌های رسمی و شرکت‌های خصوصی و اصلاح ضعف‌های آن‌ها، اعتماد از دست رفته مردم به آن‌ها بازگردد و زمینه تعامل مردم با نهادهای گروگزار صنعت گردشگری طبیعی مردم‌نهاد ایجاد گردد.
- ✓ نتایج حاکی از آن بود که منطقه مورد مطالعه به لحاظ توانمندی‌های اجتماعی، فرهنگی و نهادی در سطح مناسبی قرار دارد. به لحاظ توانمندی زیست‌محیطی به علت عدم مدیریت منابع طبیعی و عدم رعایت رفتارهای زیست‌محیطی و بهداشت محیط و همچنین به لحاظ توانمندی اقتصادی به علت کمبود وجود طرح‌های منسجم و منطقی اقتصادی بر پایه گردشگری طبیعی و کمبود اعتبارات در سطح مناسبی نیست. در نتیجه، لازم است دولت و سازمان‌های گروگزار به لحاظ اعتباری و مالی و همچنین زیرساختی منطقه مورد مطالعه را مورد توجه قرار دهند. به لحاظ توانمندی زیست‌محیطی نیز باید ترویج رفتار زیست‌محیطی، مدیریت محیط‌زیست، شناسایی و معرفی مناطق طبیعی دارای جاذبه گردشگری در دستور کار قرار گیرد.

6) منابع

- ابراهیمی، محمدصادق. (۱۳۹۲). **مدیریت توسعه کشاورزی**. اصفهان: نشر آموخته.
- امین‌بیدختی، علی‌اکبر، نوید شریفی. (۱۳۹۱). **بررسی رابطه بین رونق گردشگری و سرمایه اجتماعی در مناطق ساحلی دریای خزر**، فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری. سال هفتم. شماره ۱۷. صص ۱۴۹ـ۱۲۱.
- انتظاری، مژگان، یوسف آقایی‌پور. (۱۳۹۳). **بررسی پتانسیل‌های اکوتوریسم و ژئوتوریسمی منطقه نمونه گردشگری بیستون با استفاده از تکنیک SWOT**، مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری. سال پنجم. شماره ۱۶. صص ۸۸ـ۷۵.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- بدری، سیدعلی، خلیل رحمانی، مجید سجاسی‌قیداری، امید حسن‌پور. (۱۳۹۰). **راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان مریوان**، فصلنامه پژوهش‌های روستایی. سال دوم. شماره ۲. صص ۵۴ـ۳۱.

- تقدیسی، احمد، زهرا سلطانی، صدیقه کیانی .(۱۳۹۲). **نقش اکوتوریسم در فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد: نمونه موردی شهرستان خوانسار**، مجله تحقیقات جغرافیایی. سال بیست و هشتم. شماره ۴. صص ۱۵۲ـ۱۳۷.

- توکلی، مرتضی، سلیمان میرزاپور، محمدکاظم شمس‌پویا. (۱۳۹۴). **ارزیابی مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی در مناطق روستایی شهرستان خرم‌آباد**، فصلنامه جغرافیا و توسعه. سال سیزدهم. شماره ۳۹. صص ۲۸ـ۱۷.

- حیدری، زهرا، زینب محمدی. (۱۳۹۲). **تحلیل رابطه توسعه اکوتوریسم ساحلی و اثرات و پیامدهای زیست‌محیطی آن: مطالعه موردی سواحل شهرستان عباس‌آباد**، فصلنامه علمی محیط‌زیست. شماره ۵۷. صص ۶۷-۵۵.

- خانی، علیرضا، محمدتقی ایمان. (۱۳۹۳). **بررسی تأثیر متغیرهای اقتصادی و وضعیتی بر سرمایه اجتماعی**، مجله اطلاعات سیاسی ـ اقتصادی. شماره ۲۹۶. صص ۱۰۹ـ۱۰۱.

- خانی، فضیله، حمیده خسروی‌مهر، علی طورانی. (۱۳۹۳). **سنجش پتانسیل‌های گردشگری روستایی با رویکرد رفع چالش‌های اقتصادی: مطالعه موردی در دهستان قلعه قافه شهرستان مینودشت**، فصلنامه پژوهش‌های روستایی. سال پنجم. شماره ۱. صص۲۱۲ـ۱۹۱.

- رضوانی، محمدرضا، سیدحسن مطیعی‌لنگرودی، فاطمه محمدزاده لاریجانی. (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 ـ پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی. سال چهارم. شماره ۳. صص ۱۲۲ـ۱۰۷.

- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا. داوود مهدوی، مهدی پورطاهری. (۱۳۸۹). **فرآیند بومی‌سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی درایران**، فصلنامه پژوهش‌های روستایی. سال اول. شماره ۴. صص ۴۱ـ۱.

- ریاحی، وحید، علیرضا جمشیدی، داود جمینی، رامین چراغی. (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. سال دوم. شماره ۴. صص ۲۴ـ۱.

- سقایی، مهدی، محمدباقر مسعودی. (۱۳۹۳). **اکوسیستم‌های طبیعی و اکوتوریسم با تأکید بر ایران**. تهران: نشر مهکامه.

- سلیمانی‌هارونی، خدیجه. بهمن خسروی‌پور، مسعود برادران، منصور غنیان. (۱۳۸۹). **نگرش ساکنان مناطق گردشگری روستایی نسبت به پیامدهای گردشگری روستایی**، مجله تحقیقات و توسعه کشاورزی ایران. سال دوم. شماره ۲. صص ۲۱۳ـ۲۱۸.

- صالحی، صادق، مصطفی قدمی، زهرا همتی‌گیومی. (۱۳۹۱). **بررسی رفتارهای محیط‌زیستی در بین گردشگران ساحلی: مطالعه موردی گردشگران ساحلی شهر بوشهر در ایام نوروز**، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال اول. شماره ۱. صص ۵۸ـ۳۵.

- طالب، مهدی، حسین بخشی‌زاده، حسین میرزایی. (۱۳۸۷). **مبانی نظری مشارکت اجتماع روستایی در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در ایران**، فصلنامه روستا و توسعه. سال یازدهم. شماره ۴. صص ۵۲ـ۲۵.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- علوی‌زاده، سیدامیرمحمد، محمودرضا میرلطفی. (۱۳۹۲). **نقش اقتصاد غیر زراعی بر ماندگارسازی روستاییان در مناطق روستایی شهرستان سمیرم**، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای. سال سوم. شماره ۱۰. صص ۸۲ـ۷۱.

- عینالی، جمشید، حسین فراهانی، حسین، احمد رومیانی. (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. سال دوم. شماره ۶. صص ۷۴ـ۵۲.

- عینالی، جمشید، غلامحسین جعفری، اسماعیل تبیره. (۱۳۹۳). **ارزیابی اکوتوریسم در توسعه مناطق روستایی: مطالعه موردی دهستان اورامان‌تخت شهرستان سروآباد**، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. سال سوم. شماره ۹. صص ۲۱۲ـ۱۹۲.

- غزانی، عزت‌اله، مسعود بیژنی، محمد چیذری. (۱۳۹۵). **نقش سرمایه اجتماعی در توسعه گردشگری طبیعی مردم‌نهاد از دیدگاه روستاییان استان مازندران**، مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی. سال دوازدهم، شماره ۱. صص ۶۹ـ۵۳.

- قادرمرزی، حامد، داود جمینی، علیرضا جمشیدی (۱۳۹۴). **واکاوی اثرات گردشگری بر توسعه نواحی روستایی، مورد: روستای قوری قلعه**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال چهارم، شماره ۴. صص ۱۲۷ـ۱۱۱.

- قهاری، حسین، محسن کلانتری، سمیه قزلباش. (۱۳۹۲). **مطالعه وضعیت سرمایه اجتماعی در استان زنجان، فصلنامه علمی ـ پژوهشی رفاه اجتماعی**. سال سیزدهم. شماره ۵۱. صص ۲۸۱ـ۲۴۵.

- معاونت برنامه‌ریزی استانداری (۱۳۹۱). **سالنامه آماری استان مازندران در سال ۱۳۹۱**. گزارش منتشر نشده.

- گزارش سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران (۱۳۹۳). **پتانسیل استان مازندران در طبیعت‌گردی (اکوتوریسم)**، قابل دسترسی در http://www.mchto.ir/content/view/150

- مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن، زهرا حیدری. (۱۳۹۱). **متنوع‌سازی اقتصاد روستاهای ساحلی با تأکید بر گردشگری صیادی (مورد: روستاهای ساحلی شهرستان تنکابن)**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال اول، شماره ۱. صص ۳۷ـ۱۹.

- منافی‌آذر، رضا، سمیه شیخی‌کوهسار. (۱۳۹۱). **ارزیابی سیاست متنوع سازی اقتصاد روستایی با تأکید بر مشاغل غیرکشاورزی: مطالعه موردی دهستان سلطانعلی شهرستان گنبد کاووس**. همایش ملی توسعه روستایی، رشت، دانشگاه گیلان.

- نجفی‌کانی، علی‌اکبر، سیدحسن مطیعی‌لنگرودی، کبری نجفی. (۱۳۸۸). **امکان‌سنجی توسعه اکوتوریسم در مناطق روستایی با استفاده از مدل تحلیلی SWOT در شهرستان آمل**، نشریه علمی و پژوهشی انجمن جغرافیای ایران. سال ششم. شماره ۱۸ و ۱۹. صص ۱۳۷ـ۱۲۱.

- ولی‌زاده، ناصر، فاطمه عزیزی، عزت‌اله غزانی، مینا حسینیان. (۱۳۹۴). **بررسی وضعیت هنرستان‌های کشاورزی با استفاده از تکنیک SWOT**. همایش ملی آموزش، تهران، دانشگاه شهید رجایی.

- هادی‌زاده‌زرگر، صادق، بهرنگ سخایی. (۱۳۹۳). **تحلیل زمینه‌های توسعه گردشگری در سکونت‌گاه‌های روستایی شهرستان ساری**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال سوم، شماره ۲. صص ۵۳ـ۳۹.

- Dinga, E. (2014). **Social Capital and Social Justice**. Procedia Economics and Finance, 8, PP: 246-253.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- Drumm, A., & Moore, A. (2005). **Ecotourism Development-A Manual for Conservation Planners and Managers.** Volume I-An Introduction to Ecotourism Planning. The Nature Canservancy, USA.

- Ghasemi, M., & 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, PP:89.

- Hoang, T. X., Pham, C. S., & Ulubaşoğlu, M. A. (2014). **Non-Farm Activity, Household Expenditure, and Poverty Reduction in Rural Vietnam: 2002–2008.** World Development, 64, PP: 554-568.

- Jones, S. (2005). **Community-based ecotourism: The significance of social capital.** Annals of Tourism Research, 32(2), PP: 303-324.

- Khanal, B. R., & Babar, J. T. (2007). **Community based ecotourism for sustainable tourism development in the Mekong region**. Policy Brief. Hanoi Resource Center: Hanoi, Vietnam.

- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., & Liang, Z. (2014). **The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism**. Tourism Management, 41, PP: 190-201.

- Manu, I., & Kuuder, C. J. W. (2012). **Community-based ecotourism and livelihood enhancement in Sirigu, Ghana.** International Journal of Humanities and Social Science, 2(18), PP: 97-108.

- Park, D. B., Lee, K. W., Choi, H. S., & Yoon, Y. (2012). **Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea.** Tourism Management, 33(6), PP: 1511-1520.

- Pongponrat, K., & Chantradoan, N. J. (2012). **Mechanism of social capital in community tourism participatory planning in Samui Island,** Thailand. Tourismos, 7(1), PP: 339-349.

- 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).** No Published.

- 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).** No Published.

- van Beuningen, J., & Schmeets, H. (2013). **Social capital in 2009: An index for the Netherlands.** Procedia-Social and Behavioral Sciences, 72, PP: 73-90.

- Zhao, W., Ritchie, J. R., & Echtner, C. M. (2011). **Social capital and tourism entrepreneurship.** Annals of Tourism Research, 38(4), PP: 1570-159.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]