

سنجش مشارکت اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری (مطالعه موردی: شهر ساری)

سید حسن رسولی^۱، آزیتا رجبی^{۲*}، صدرالدین متولی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۱۷

چکیده

گردشگری یکی از حوزه‌های مهم اقتصادی در جهان محسوب می‌گردد که با سرعت در حال پیشروی است و حجم قابل توجهی از درآمد، اشتغال و تولید ملی را به خود اختصاص داده است و به عنوان یکی از منابع اثربخش در راستای ایجاد درآمد ارزی یک کشور محسوب می‌گردد. مشارکت مردم در توسعه گردشگری بخشی از یک حرکت جهانی است و به همین دلیل هم در برنامه‌های جهانی مانند برنامه جامع گردشگری، بر توسعه گردشگری در سطح ناحیه ای و محلی با مشارکت مردم بومی و جامعه محلی تأکید شده است. اهمیت مشارکت در روابط و پیوندهای اجتماعی به گونه ای است که می‌توان آن را عنصر اساسی زندگی اجتماعی تلقی نمود که زمینه همکاری و تعامل را در ابعاد مختلف گسترش می‌دهد. مقاله حاضر گردشگری را به عنوان صنعتی خدماتی و انسان محور می‌داند که نقش سازنده مردم به منظور گسترش و توسعه آن با اهمیت تلقی می‌نماید. نتایج و یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که نگاه به مردم در صنعت گردشگری باید از نگاهی مصرف‌گرایانه به نگاهی تولیدکننده و عرضه‌کننده تبدیل شود؛ همچنین مردم در توسعه صنعت گردشگری باید وارد بخش تصمیم‌سازی و سیاستگذاری شوند تا خود را موظف به حضور در بخش اجرا بدانند و با مشکلات و موانع احتمالی مبارزه نمایند. از این روی با توجه به عناصر و عوامل مختلف توسعه صنعت گردشگری راهکارهای پیشنهادی به منظور افزایش مشارکت اجتماعی و مردمی به عنوان محور و شاخص توسعه ارائه شده است.

واژگان کلیدی: مشارکت اجتماعی، گردشگری، توسعه پایدار، ساری

^۱دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

^۲دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

(نویسنده مسئول مکاتبات: azitarajabi@yahoo.com)

^۳دانشیار گروه جغرافیا، واحد نور، دانشگاه آزاد اسلامی، نور، ایران.

مقدمه

مشارکت عبارت است از درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گوناگون، به گونه ای که آنان را بر می‌انگیزد تا برای دستیابی به هدف های گروهی، دیگران را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک شوند (Golabi & Akhshi, 2014: 146). از طرف دیگر مشارکت اجتماعی و حضور آگاهانه مردم در صحنه فعالیت‌های گردشگری به ویژه در سال‌های اخیر، بعنوان یکی از شاخصه‌های اصلی توسعه پایدار در این صنعت مورد تاکید قرار گرفته است. توسعه پایدار عبارت از توسعه‌ای که نیازهای کنونی جهان را تامین کند، بدون آنکه توانایی نسل‌های آتی را در برآوردن نیازهای خود به مخاطره افکند و اینکه توسعه پایدار رابطه متقابل انسانها و طبیعت در سراسر جهان است (Eskandari & Heydari et al, 2016: 4) و گردشگری را به مثابه ابزاری توانمند در راستای اجرای سیاست‌های توسعه پایدار مورد بررسی و تحلیل قرار می‌دهد و رویکردی جدید به شمار می‌رود (Heydari et al, 2016: 17).

گردشگری یک فعالیت اقتصادی انسان‌مدار است که بر پایه تعاملات اجتماعی قرار گرفته است و تنها زمانی به رونق خواهد رسید که مردم محلی را از طریق کمک به ارزش‌های اجتماعی همچون فعالیت، آموزش و افزایش حکومت محلی به مشارکت گیرد. گردشگری پایدار بین نیازهای صنعت گردشگری، حمایت از محیط زیست، فضای اجتماعی و جامعه محلی نوعی تعادل و توازن برقرار می‌کند (Tavalaei et al: 2017: 95). در گردشگری پایدار بین هدف‌های متقابل و مشترک گردشگران، مسافران، جامعه میزبان و مقصد یا محلی که پذیرای گردشگران است نوعی همکاری و تشریک مساعی به وجود می‌آید. بدین اعتبار، با تاکید به مبانی توسعه پایدار، گردشگری پایدار ناظر بر همزمانی و همپوشانی جنبه‌های محیطی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی در فرایند توسعه توریسم است، بطوریکه، تعادل مناسب بین این سه جنبه در دراز مدت برقرار باشد (یونسکو، طی گزارشی برای قرن بیست و یکم، توسعه پایدار را مستلزم گذار از عضویت فردگرایانه در جامعه، به مشارکت دموکراتیک مردم در صحنه، تلقی کرده است (Amin Beidokhti, 2014: 6)).

بر این اساس توسعه پایدار، بدون برخورداری از کارکردهایی در جهت تعمیق مشارکت دموکراتیک دست یافتنی نخواهد بود. گردشگری پایدار به عنوان شکلی از گردشگری جایگزین، در پی بهبود کیفیت زندگی ساکنین محلی، ارتقای تجربیات گردشگران و حفظ محیط زیست مقصد می‌باشد. بنابراین به طور تفکیک‌ناپذیری با مردم و جامعه ارتباط دارد و به منظور تداوم و توسعه برنامه‌ریزی بنیادی جهت توسعه و مدیریت صنعت گردشگری، مشارکت جوامع محلی امری ضروری است (Mohammadi Zadeh, 2016: 3).

چنانچه توسعه گردشگری بر پایه جامعه محلی مدنظر قرار گیرد، مبنای مشارکت جامعه محلی در توسعه و اجرای پروژه‌های گردشگری در محدوده یک جامعه بومی است. این نوع خاص از گردشگری که بر پایه نگرش پایین به بالا در توسعه شکل گرفته است به عنوان راهی برای اجرای گردشگری پایدار در محدوده یک روستا و یا یک شهر می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد (Rokneddin Eftekhari et al, 2011: 4). نقش مشارکت اجتماعی در توسعه صنعت گردشگری نه تنها به فرآیند ایجاد

تصمیمات و مزایای توسعه صنعت گردشگری مربوط است بلکه جزء جدایی ناپذیر برای گردشگری پایدار نیز در نظر گرفته می شود. در صنعت گردشگری به عنوان صنعتی خدماتی و انسان محور، نباید از نقش مشارکت جامعه محلی برای توسعه غافل ماند (Sajjadian & Sajjadian, 2008:68). نگاه به مردم در این صنعت نباید صرف نگاه به مصرف کننده باشد و اینکه تنها گروه خاصی از جامعه عهده دار تولید و عرضه هستند. باید مردم را در توسعه این صنعت و تصمیم سازی ها و سیاست گذاری ها وارد نمود تا در اجرای برنامه ها مشارکت داشته و با مشکلات، موانع و مزایای حاصل از این صنعت به خوبی آشنا شوند. با آن که مشارکت اجتماعی یک اصل جهت اطمینان از پایداری توسعه گردشگری است و گرچه توجه به توسعه پایدار گردشگری در اهداف توسعه گردشگری اکثر کشورهای جهان مشاهده می شود. اما در کشورهای کمتر توسعه یافته نیز هر چه فقیرترین گروه ها اکثریت جامعه را تشکیل می دهند اما کمترین قدرت را داشته و به ندرت قادرند دیدگاه های خود را بیان کنند (Seir et al, 2017: 52). متأسفانه الگوی مشارکت جوامع در گردشگری بخصوص در کشورهای در حال توسعه ای مثل ایران، مشارکت غیرفعال بوده به گونه ای که به استثناء میزبانان رسمی یا افراد درگیر در فعالیت های رسمی گردشگری، جوامع محلی که می بایست به عنوان منبع اصلی برای دستیابی به گردشگری پایدار در نظر گرفته شوند، هیچ مسئولیت رسمی به عنوان میزبان در فعالیت های گردشگری نداشته و همواره از محور دید به دور هستند (Haji Nejad et al, 2013: 115).

تنها عایدی که نصیب جوامع محلی در چنین کشورهایی می شود، اثرات منفی گردشگری مانند تراکم ترافیک، افزایش نرخ جرائم، تحلیل رفتن منابع آبی، افزایش هزینه زندگی و غیره است که به موازات عدم توجه به اصول توسعه پایدار حالتی اجتناب ناپذیر به خود می گیرند (Ashfehpour, et al, 2020: 44). لذا نگاه به مردم در صنعت گردشگری نباید صرف نگاه به مصرف کننده باشد و یا تنها گروه خاصی از جامعه عهده دار تولید و عرضه باشند بلکه باید مردم را در توسعه این صنعت و فعالیت های مربوط به آن وارد نمود تا در اجرای برنامه ها مشارکت داشته و با مشکلات، موانع و مزایای حاصل از این صنعت به خوبی آشنا شوند. شهر ساری و نقاط پیرامونی آن به سبب دارا بودن جاذبه های فراوان برای ساکنان شهرهای بزرگ و آلوده کشور بویژه تهران، هر ساله گردشگران داخلی و خارجی زیادی را جذب می کند (Nargesi, et al, 2018: 46). این روند زمانی می تواند حالت پایداری به خود گیرد که مشارکت جوامع محلی تحت لوای پایداری، در فرایند توسعه و برنامه ریزی گردشگری مورد توجه قرار گیرد. این امر مستلزم ایجاد یک چارچوب معیاری دقیق در راستای تقویت مشارکت اجتماعی است تا مسیر برنامه ریزی در راستای عنایت به توسعه پایدار گردشگری هموار گردد. این همان حلقه مفقوده ای است که برای اغلب مطالعات انجام گرفته در این زمینه می توان متصور شد (Saghaei, et al, 2016: 111).

سابقه تحقیق

در مقاله زیاری و همکاران (۱۴۰۱) با عنوان نقش مشارکت اجتماعات محلی در توسعه گردشگری منطقه ۲۲ کلانشهر تهران، نتایج نشان داد که شاخص های مشارکت اجتماعات محلی در توسعه گردشگری نهادی، اقتصادی و اجتماعی در محدوده مورد مطالعه پایین تر از حد متوسط است و شاخص

محیطی در محدوده مورد مطالعه در حدم توسط است. همچنین در آزمون مسیریضرایب مسیراقتصادی با ضریب ۰/۸۷۹ بحرانی ترین مسیر جهت توسعه گردشگری با مشارکت اجتماعات محلی در محدوده مورد مطالعه و مسیر نهادی با ۰/۵۷۱ تاثیر گذارترین در توسعه گردشگری با مشارکت اجتماعات محلی در محدوده مورد مطالعه دارد.

تقی‌زاد فائید و مقنی جانسوز (۱۴۰۰)، در مقاله خود تحت عنوان بررسی رابطه مشارکت مردم و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز)، به این نتیجه رسیدند که بین دو متغیر مشارکت اقتصادی و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معنادار برقرار است و با مقدار همبستگی ۰/۶۳۲ و نزدیکی به عدد ۱، نسبت به دیگر متغیرها همبستگی بالایی دارد. همچنین بین دو متغیر مشارکت زیست محیطی و توسعه گردشگری رابطه مثبت و معناداری برقرار است و با مقدار همبستگی ۰/۲۸۸ مشخص شد که این دو متغیر با یکدیگر همبستگی پایینی دارند. از سویی بین دو متغیر مشارکت اجتماعی-فرهنگی و توسعه گردشگری رابطه منفی برقرار است و با مقدار همبستگی ۰/۱۰۲ مشخص شد که این دو متغیر با یکدیگر همبستگی پایینی دارند. در نتیجه مشارکت اقتصادی در مقایسه با مشارکت زیست محیطی و مشارکت اجتماعی-فرهنگی نقش مهمتری در راستای توسعه گردشگری در کلانشهر تبریز دارد و باید برنامه ریزان گردشگری، توجه ویژه ای به موضوع مشارکت اقتصادی مردم این شهر داشته باشند. بدین ترتیب، ارایه شناخت مراتب اولویت ابعاد مشارکت جامعه میزبان در توسعه گردشگری، توجه ویژه ای به موضوع مشارکت اقتصادی مردم این شهر داشته باشند.

تبریزی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله خود با عنوان سنجش رفتار مشارکتی جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی شهر سی سخت)، نتایج به دست آمده نشان میدهد، بین متغیرهای مکنون تحقیق رابطه‌ی علی برقرار می‌باشد و شدت این رابطه در تمایل به مشارکت منجر به رفتار (۰/۵۳۸) در مقایسه با سایر متغیرهای مکنون بیشتر است. همچنین در بین متغیرهای مستقل، متغیر "آگاهی" با ضریب ۰/۴۲۹ دارای بیشترین تأثیر است و در میان سه ویژگی، گرایش انگیزهای با ۰/۰۹ - کمترین تأثیر و ویژگی اقتصادی با ۰/۱۴۲ بیشترین تأثیر را داشته است.

یبوه آه^۴ و همکاران، (۲۰۱۷) با عنوان "عوامل مؤثر بر پذیرش گردشگری کشاورزی توسط کشاورزان (کارولنیا شمالی)" اشاره نمود. در اکثر پژوهش‌های ملی در زمینه مورد بحث، ابعادی نظیر: نگرش جامعه محلی، تمایل به پرداخت، مشارکت در کارآفرینی، مشارکت اجتماعی و هوش فرهنگی مورد بررسی قرار گرفته و عوامل زمینه ساز توسعه و آثار این فعالیت به تفصیل تبیین شده است.

هنفیا^۵ و همکاران (۲۰۱۳)، در مقاله خود با عنوان نگرش جامعه محلی و حمایت از توسعه گردشگری در جزیره تیومان مالزی به این نتیجه رسیدند که جامعه محلی جزیره تیومان از آینده توسعه گردشگری بر اساس مزیت شخصی اخذ شده حمایت می‌کنند و نقش ساکنان برای حمایت از توسعه گردشگری و حفظ رشد قوی آن ضروری است.

سانگ کاکورن و سووان نارات^۶ (۲۰۱۳)، مقاله ای نوشتند با عنوان مشارکت مردم محلی در توسعه

⁴ Yeboah

⁵ Hanafiah

⁶ Sangkorn & Suwannarat

گردشگری در چیانگ مای تایلند، نتایج نشان داد که مردم محلی با توسعه گردشگری در منطقه خود نگرانی دارند. با افزایش مهمانخانه، هتل، بوتیک، هتل کوچک و دیگر کسب و کارهای گردشگری باعث شده است که مردم مایل به شرکت در توسعه گردشگری از قبیل برنامه ریزی، فرایند مدیریت و دیگر موارد مرتبط با توسعه گردشگری پایدار در این منطقه باشند.

مبانی نظری پژوهش

مشارکت اجتماعی

مشارکت یک مفهوم غنی است که عبارت است از: راه‌های متفاوت موجود برای مردم متفاوت در زمینه‌های متفاوت. گای^۷ مشارکت را فرآیندی غیر متمرکز می‌داند که امکان توزیع منابع، فرصت‌ها، آموزش و قدرت تصمیم‌گیری در سطوح بزرگ و پایین را میسر می‌سازد تا مردم بتوانند نقشی بسیار مؤثر در توسعه ایفا کنند (Wang, 2010: 761). مشارکت اجتماعی محدوده‌ای که ساکنان در موضوعات مشترک زندگیشان در جامعه مشارکت دارند را توضیح می‌دهد. مشارکت جامعه می‌تواند به عنوان یک فاکتور اساسی در توسعه گردشگری پایدار محسوب شود (Jones, 2005: 310; Lepp, 2007: 878). همچنین مشارکت جامعه می‌تواند یک نقش مهم در توسعه گردشگری پایدار بازی کند، به خاطر اینکه مشارکت اجتماعی می‌تواند سطح جامعه را از طریق افزایش اثرات مثبت گردشگری و کاهش اثرات منفی آن در جامعه افزایش دهد. بنابر این مشارکت جامعه در گردشگری فرصت‌های زیادی برای ساکنان جامعه میزبان در راستای توسعه گردشگری پایدار فراهم می‌نماید (Tosun, 2006: 496; Simpson, 2008: 4; Okazaki, 2008: 515).

مشارکت اجتماعی در توسعه گردشگری

مشارکت یک مفهوم غنی است که عبارت است از: راه‌های متفاوت موجود برای مردم متفاوت در زمینه‌های متفاوت. مشارکت را فرآیندی غیرمتمرکز می‌داند که امکان توزیع منابع، فرصت‌ها، آموزش و قدرت تصمیم‌گیری در سطوح بزرگ و پایین را میسر می‌سازد تا مردم بتوانند نقشی بسیار مؤثر در توسعه ایفا کنند (Ebrahimipour, et al, 2016:123). بر اساس بررسی‌ها و مطالعه منابع موجود در رابطه با موضوع مشارکت اجتماع شهری در توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری شهری، می‌توان به سه نوع مشارکت اشاره کرد: مشارکت ماریپیچی، مشارکت در فرآیندهای تصمیم‌گیری، و سهمیم شدن در منافع توسعه، یا سود جستن از فرصت‌های توسعه (Amin Beidokhti, et al, 2014: 6).

مشارکت ماریپیچی

بر اساس نوشته‌های صاحب‌نظران، مشارکت ماریپیچی فرضیه‌ای پیشنهادی برای برنامه‌ریزی گروه‌های محروم اجتماعی به منظور مشارکت در توسعه است که در اوایل، با سهمیم شدن در منافع و به تدریج، با سهمیم شدن در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی شروع می‌شود. این فرضیه حاکی از آن است که مردم برای مشارکت در فعالیت‌هایی که در منافع آن سهمیم‌اند، از آمادگی و توانایی بیشتری برخوردارند و علاقه و ظرفیت آنها با مشارکت در تصمیم‌گیری افزایش می‌یابد (Portaheri et al, 2013: 21).

^۷ Ghai

فرضیه ماریپیچی برای فرآیندهای برنامه‌ریزی ممکن است در مراحل گوناگون ارائه شود. در شروع، مردم اثرات منفی توسعه، مثلاً تأثیرپذیران، را می‌بینند و بعد، به «بهره‌برداران یا ذی‌نفعان» تبدیل می‌شوند. در چنین شرایطی، در اوایل، مردم به تدارک و جبران خسارت می‌پردازند و سرانجام، درگیر فعالیت‌هایی گوناگون می‌شوند که در منافع آنها سهیم‌اند. سپس، با آغاز مشارکت، ظرفیت‌های محلی تقویت و تحکیم می‌شود تا اینکه بهره‌برداران یا همان ذی‌نفعان افزایش یافته، به دریافت‌کنندگان خدمات که از ابتکار عمل و کنترل بیشتری بر توسعه برخوردارند، تبدیل شوند. در واقع، از آنجا که آنها به میانجی‌گری در توسعه می‌پردازند، به «مالکان یا متصرفان» تبدیل می‌شوند، نه بدین معنی که مالک همه چیز باشند بلکه به طور کلی، از توانایی برخی تصمیم‌گیری‌های معین درست و مؤثر در زندگی خود برخوردار می‌شوند (Navabakhsh & Bazarafshan, 2013: 53).

این فرضیه در زمینه توسعه گردشگری در چهار اجتماع شهری با قومیت‌های گوناگون در استان هاینان چین آزمایش شده است. این تحقیق کاربردی در ۲۰۰۵ با استفاده از روش‌های بررسی کتابخانه‌ای، پژوهش مشارکتی، پیمایش، مصاحبه با افراد کلیدی، مصاحبه چهره به چهره، و مشاهده محل انجام شده است (Hadipour, et al, 2014: 66).

در واقع، باید حمایت‌های اصولی از اولین برنامه‌ریزی با ترویج سهم شدن در منافع همراه باشد. با توجه به توزیع ظرفیت‌ها، باید سهم شدن در تصمیم‌گیری با اندیشه درست صورت گیرد. مدل ماریپیچی فرضیه‌ای نظری با دستورالعملی معنی‌دار است. در هر حال، نتایج بررسی‌ها نشان می‌دهد که مشارکت در اجتماعات شهری با سهم شدن در منافع توسعه و در واقع، با ذی‌نفع شدن میسر است که بدین ترتیب، امکان موفقیت در روستاهای فقیر افزایش می‌یابد (Sharafi, et al, 2019: 31). این مفهوم به آسانی مورد قبول و درک تصمیم‌گیرندگان سنتی و خود اهالی روستا قرار می‌گیرد. همچنین، بر اساس این تحقیق، اگر پیشرفت‌های اخیر تداوم یابد و کمک‌های بیرونی بیشتر شود، ممکن است برخی اجتماعات به دریافت‌کنندگان خدمات تبدیل شوند. از سوی دیگر، اغلب برنامه‌ریزان شهری و تصمیم‌گیرندگان سنتی از مفهوم قدرت سهم شدن در تصمیم‌گیری آگاه نیستند. در مقیاس کوچک، چه بسا پاره‌ای از ابتکارات اولیه به فرآیندی از کانون و مرکز مشورت در موضوعات خاص تبدیل و از سوی تصمیم‌گیرندگان سنتی اجرا شود. آن دسته از روش‌های توسعه‌ای که بدون درک و فهم شرایط محلی، بر اساس ایده‌های خارجی مطرح می‌شود، نامطلوب‌اند. هنگامی توسعه مطلوب است که مردم محلی در آن درگیر شده و بر پایه منابع و دانش خود در آن سهیم باشند (Sabouri, Khosroshahi, 2010: 156).

در اصطلاح اداری، پایین‌ترین سطح ساختار اداری در ایران روستاست. مشارکت، حتی در صورت برانگیخته شدن از سوی عوامل بیرونی، مستلزم پذیرش پیشاپیش و شرکت ارادی افراد است. شناخت ویژگی‌های اجتماعی افراد در جامعه شهری زمینه‌ساز طرح پروژه‌هایی است که در راستای ایجاد تغییر و زمینه‌های لازم برای توسعه محسوب می‌شود (Hadipour, et al, 2015: 67). در ایران، شمار برنامه‌ریزی‌های بهره‌مند از مشارکت بسیار اندک است، به ویژه در مواردی که جمعیت شهری فقیر درگیر آن باشند. به منظور کاهش سلطه اقلیت بر منافع توسعه، باید در راستای ترفیع و ترویج عامه‌پسند

مشارکت و نیز نظارت بر فرآیندهای برنامه ریزی که در حال حاضر، مطلوبیت آن پدیدار شده است. بر آگاهی های عمومی افزود، که البته هم اکنون به گونه ای گسترده در سطح کشور مطرح شده است (Heydari Mokarar, et al, 2012: 3).

جنبش خود مدیریتی روستا برنامه ای از بالا به پایین محسوب می شود که با این عقیده شروع شده است که بسیاری از مشکلات شهری در فقدان نظام دموکراتیک به ویژه در سطح روستاها ریشه دارد. این جنبش شهروندان را به مشارکت در تصمیم گیری در قلمرو روستا تشویق می کند و بر آن است که برای جمعیت شهری فرصتی برای انتخاب رهبر محلی فراهم سازد تا در مدیریت روستا درگیر شده و در فرآیند تصمیم گیری روستا مشارکت کند پس از گذشت چهارده سال از جنبش خود مدیریتی روستا در چین، این جنبش تنها در ده درصد از روستاها پایدار مانده است (Nargesi, et al, 2018: 48). از جمله دلایل متعدد این ناکامی، عدم حمایت ملموس از این جنبش، مانند حمایت سرمایه ای، و عدم ارائه خدمات ملموس گسترده از سوی قدرت مدیریت تمرکززدایی بوده است. بیش از هشتاد درصد تداوم جنبش خود-مدیریتی نیز تنها در پنج استان ثروتمند چین رخ داده است (Tavalaei et al: 2017: 95).

انگیزش و محرک های فعالیت مردم با نیازهای آنها مرتبط است. اشخاصی از مردم باید راهنمایی و مدیریت این جنبش را بر عهده گیرند که ابتکارهای مشارکتی را به خوبی درک و حمایت کنند و از موقعیت مردم و القا و ایجاد اعتماد و اطمینان نزد مشارکت کنندگان شناخت داشته باشد (Najarzadeh & Nemat Elahi, 2015: 4).

تأکید اصل طرح های گردشگری جامع در کشورهای کمتر توسعه یافته مانند چین بر برنامه ریزی کالبدی و بخش های رسمی است که در سطح بالای رضایت مجریان تنظیم شده و در راستای جذب گردشگران است. برنامه ریزی گردشگری متأثر از اصطلاح «پایداری» دچار تحول شده و بر استفاده و محافظت از منابع طبیعی تأکید می کند. منظور از سهیم شدن در تصمیم گیری در سطوح بالا و پایین چندان روشن و قابل درک نیست. با این همه، در رویکردهای برنامه ریزی، اثرات اجتماعی منفی نادیده گرفتن آن بر گردشگری و موضوعات توزیعی، که قائل به وجود ظرفیتی محدود برای بهبود زندگی مردم عادی بود، پذیرفته شده است (Majidiparast & Rezazadeh, 2016: 3).

مشارکت با سهیم شدن در تصمیم گیری و فرآیندهای برنامه ریزی مشارکت با سهیم شدن در تصمیم گیری مفهومی است که از موقعیت غالب در جهان توسعه یافته ناشی شده است. همچنان که تاسم می گوید، علت پدیدار شدن چنین مشارکتی نیازهای دولتمردان به پاسخ گویی در برابر اقدام های اجتماعی در دهه ۱۹۹۰ بود. مشارکت در تصمیم گیری اغلب به مثابه یکی از اهداف تغییرات اجتماعی و یا روشی منتهی به تغییر شناخته شده و معمولاً به مفهوم شراکت و نظارت در تصمیم گیری ها از سوی ذی نفعان تعریف شده است (برنامه ریزی مشارکتی یا اشتراکی)، یا عبارت است از توزیع مجدد قدرت برای توانمندسازی کسانی که تاکنون از نظارت در فرآیندهای سیاسی محروم بوده اند (برنامه ریزی حمایتی) (Keshtkar & Hatami, 2015: 43).

منظور از مشارکت با سهیم شدن در تصمیم گیری ارتقای انتظام جدید اجتماعی و حل آسیب های

اجتماعی است. بسیاری بر این باورند که از طریق این مشارکت، اهدافی چون اصلاح مسائل اجتماعی و سیاسی، ارتقای ثبات دموکراسی، افزایش صلح و صفای اجتماعی و مشروعیت سیاسی، پذیرش و اعتمادهای مجریان از نیازهای محلی، بهبود کیفیت طرح‌ها و تصمیم‌گیری‌ها، آگاهی و آموزش مشارکت‌کنندگان، توسعه رهبران محلی، توسعه حمایت‌ها از اجرا و راه‌اندازی، و ارتقاء پیوستگی اجتماعی محقق می‌شوند. در زمینه گردشگری، مشارکت با سهمیم شدن در تصمیم‌گیری عبارت است از روشی برای ارتقاء پایداری، تعادل توسعه اقتصادی و اجتماعی، برنامه‌ریزی همه جانبه مقاصد گردشگری، اطمینان از داشتن درکی از مکان، داشتن ارزیابی سریع مؤثر از موقعیت‌های پیچیده، توسعه ارزش‌های عمومی، ضمانت توزیع برابر منافع، و افزایش شناخت از ذی‌نفعان (Heydari et al, 2016: 15).

در هر حاضر تشویق به مشارکت اجتماعی در برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌ها بطور گسترده همانند یک فلسفه و روشی برای ترفیع توسعه مورد پذیرش قرار گرفته است، لیکن هنوز یک شکاف گسترده‌ای بین قدرت نطق و بیان با واقعیت در میدان باقی مانده است.

مشارکت با سهمیم شدن در منافع

مشارکت با سهمیم شدن در منافع بازتابی از توسعه مسیرهایی برای رسیدن اکثریت مردم به منافع واقعی خود، و گویای موضوعی اخلاقی است مبنی بر آن که بیشتر مردم، به خاطر بی‌خبری مظلومانه خود از برنامه‌های توسعه‌ای، نباید به صورت نظام‌مند از توسعه محروم شوند (Bastani, 2011: 56). مشارکت با سهمیم شدن در منافع زمینه‌ساز فرصت‌هایی خوب برای مردمی است که برخلاف گذشته، به جای دریافت یک بار حمایت، اکنون می‌توانند با حمایت دیگران مانند تدارک کمک‌های مالی، به خودشان کمک کنند (Taleb et al, 2088: 31).

در گردشگری، مشارکت با سهمیم شدن در منافع به پایداری فرهنگ محلی، دارایی‌های عمومی و مهارت‌های صنعتی کمک می‌کند. همچنین، مطالعات نشان می‌دهد که در نتیجه مشارکت با سهمیم شدن در منافع در گردشگری، فرصت‌هایی برای تشویق مردم به سرمایه‌گذاری در بهداشت، آموزش و سایر تسهیلات اجتماعی به وجود می‌آید و به بهبود مهارت‌های فنی، ارتباطات، و داد و ستد مردم می‌انجامد (Nasiri Moghadam & Khoshsima, 2015: 3).

باید مشارکت در فعالیت‌های سهمیم شدن در منافع نسبت به مشارکت در فعالیت‌های تصمیم‌گیری در میان شهروندان فقیر بسیار ملایم‌تر آغاز شود، به ویژه آنکه با اختیارات اقتصادی اندکی همراه است. البته چه بسا انگیزه شهروندان برای مشارکت با سهمیم شدن در منافع بسیار قوی باشد، که احتمالاً در اصول ارزشی و بهبود اجتماعی ریشه دارد (Ebrahimipour et al, 2017: 121). فراخوان مشارکت در فعالیت‌های سهمیم شدن در منافع توسعه، با توجه با اندوخته منابع، تجارب و مهارت‌ها در این زمینه، به آسانی صورت می‌گیرد.

هدف از آغاز مشارکت با سهمیم شدن در منافع پیش از مشارکت در فعالیت‌های تصمیم‌گیری شکستن برخی سیاست‌های محلی و محدودیت‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مشارکت است که در نتیجه آن، فرصت‌هایی برای بسترسازی مشارکت در تصمیم‌گیری فراهم می‌شود. به همین منظور، در موارد

اجرایی بلندمدت، چه بسا تقویت مشارکت در تصمیم‌گیری با موفقیتی بیش از مشارکت با سهیم شدن در منافع همراه باشد. با توسعه مشارکت افراد دستاوردهایی در زمینه کنترل بیشتر بر منابع اقتصادی، ایجاد اعتماد و کاهش وابستگی، افزایش روابط گروهی، و ارتقاء بینش مردم و شایستگی‌های اخلاقی و فنی خواهند داشت (Alipour & Mohammadi, 2016: 3).

روش پژوهش

از آنجا که پژوهش حاضر به دنبال تعیین وضعیت مشارکت اجتماعی در صنعت گردشگری شهر ساری و از این منظر ارائه معیارهای موثر در این زمینه می‌باشد، لذا از نظر هدف، پژوهشی کاربردی و بر حسب ماهیت پژوهش به صورت توصیفی - تحلیلی می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات از روش ترکیبی، یعنی از ترکیب روش‌های کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش شامل کلیه شهروندان بالای ۲۰ سال شهر ساری از یک سو و کارشناسان و صاحب‌نظران ادارات و سازمان‌های دولتی و نهادهای مردم‌نهاد مرتبط با صنعت گردشگری و هتلداری و صاحبان آژانس‌های مسافرتی و تفریحی در سطح شهر از سوی دیگر خواهند بود. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از ضریب همبستگی و رگرسیون خطی ساده استفاده شده است. طبقه‌بندی و انتخاب معیارهای پژوهش نیز با استفاده از پردازش و تجزیه و تحلیل‌های آماری داده‌ها در نرم‌افزار SPSS انجام شده است.

جدول ۱- سنجه‌های مربوط به مشارکت اجتماعی

متغیر	شاخص	سنجه
مشارکت اجتماعی	مشارکت در مدیریت شهر	همکاری و همفکری با مدیران شهری
		مشارکت در طرح‌ها و برنامه‌های توسعه‌ای
		همکاری در جلب مشارکت دیگر ساکنین
		پیگیری امور مربوط به شهر
مشارکت با نهادهای مدنی		عضویت در نهادها یا موسسات
		کمک مالی به نهادها یا موسسات
		شرکت در جلسات نهادها یا موسسات
		شرکت در تاسیس نهادها یا موسسات
مشارکت در فعالیتهای اجتماعی		اعتماد به دیگران
		مشورت با دیگران در انجام فعالیت‌های اجتماعی
		انجام گروهی کارها
		ترجیح منافع عمومی به منافع فردی
مشارکت محلی		کمک به دیگران در جهت حل مشکلات
		شرکت در جلسات عمومی شهر
		میزان مشارکت در نگهداری از تاسیسات عمومی شهر
		میزان مشارکت و همکاری هم‌محلی‌ها در تأمین هزینه خدمات شهری
		میزان همبستگی و تعاملات اجتماعی
		میزان همکاری در راه‌اندازی مراسمات اجتماعی و مذهبی در شهر

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

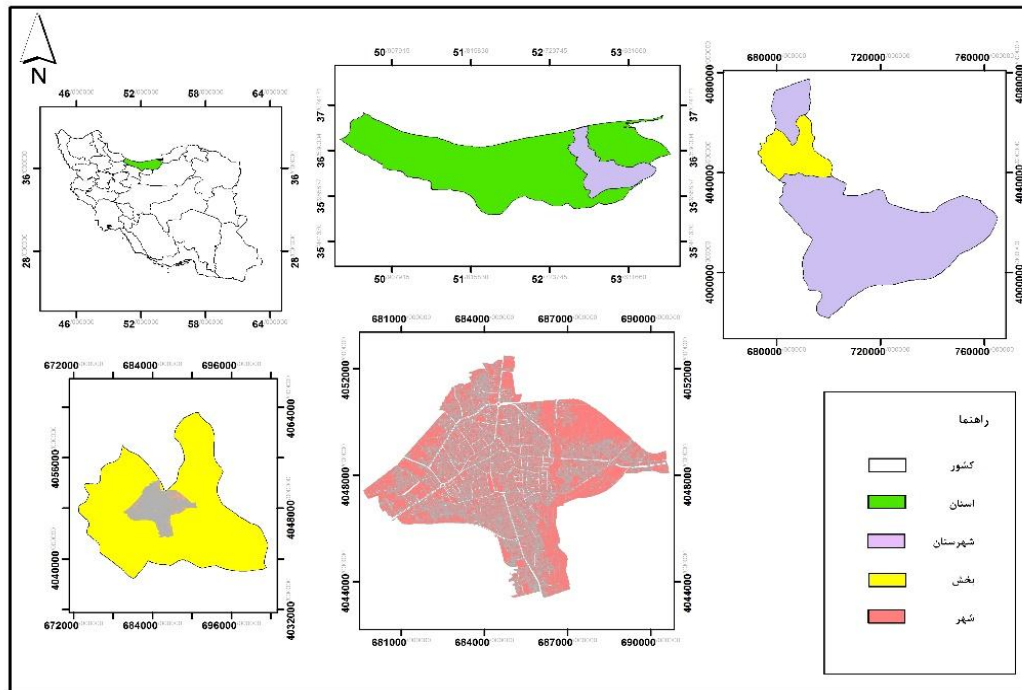
جدول ۲- سنجه‌های مربوط به گردشگری شهری

متغیر	شاخص	سنجه
توسعه گردشگری شهری	اقتصادی	افزایش قیمت زمین و مسکن در شهر
		افزایش اشتغال
		ایجاد و بهبود زیرساخت‌ها (جاده، پل و ...)
		افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در شهر
		مشارکت شهروندان در امر برنامه‌ریزی گردشگری و نظرخواهی از آنان
اجتماعی - فرهنگی	اجتماعی - فرهنگی	افزایش سطح آگاهی‌های اجتماعی
		بهبود کیفیت زندگی شهروندان
		افزایش امنیت شهری
		تغییر در گویش و لهجه مردم محلی
		پی بردن جامعه به ارزش فرهنگ بومی و تلاش در جهت حفظ آن
		حفاظت و نگهداری بهتر از آثار فرهنگی و ابنیه تاریخی
		رشد خدمات فرهنگی (کتابخانه‌ها، مساجد و ...)
		افزایش فضاهای سبز شهری
		تغییر کاربری اراضی شهر
		آلودگی صوتی و بصری
زیست محیطی و کالبدی	زیست محیطی و کالبدی	ساخت و ساز بی‌رویه با توسعه گردشگری
		توسعه خانه‌سازی مدرن و از بین رفتن معماری سنتی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

قلمرو پژوهش

ساری مرکز استان مازندران در شمال ایران، یکی از بزرگ‌ترین و پرجمعیت‌ترین شهرهای استان مازندران و شمال کشور است. شهر ساری بین ۵۳ درجه و ۵۳ ثانیه تا ۵۳ درجه و ۷ دقیقه و ۴۶ ثانیه طول شرقی و ۳۶ درجه و ۳۰ دقیقه و ۵۹ ثانیه تا ۳۶ درجه و ۳۵ دقیقه و ۴۳ ثانیه عرض شمالی قرار گرفته است. از لحاظ موقعیت طبیعی، این شهر در جنوب دریای مازندران و در منطقه جلگه‌ای شهرستان ساری قرار گرفته و تنها قسمت‌های جنوبی و جنوب غربی آن به کوه‌ها و تپه ماهورهای کم ارتفاع منتهی می‌گردد. ارتفاع از دریای آزاد ۱۱۸/۵ متر و فاصله آن تا دریای مازندران ۲۷ کیلومتر است. وسعت وضع موجود شهر ۲۴۷۹/۲۴ هکتار است. شیب عمومی شهر از جنوب به شمال بوده و بسیار ملایم است (Mazand Design Consulting Engineers, 2015: 112). در نقشه شماره ۱ موقعیت شهر ساری نشان داده شده است.



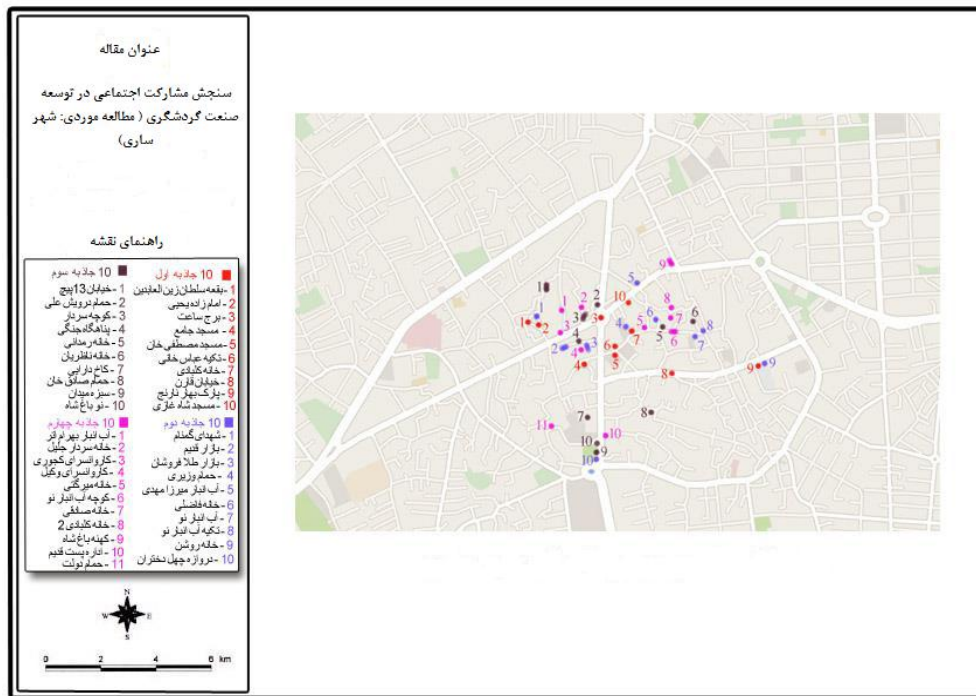
نقشه ۱- موقعیت شهر ساری در سلسله مراتب تقسیمات کشوری (ترسیم: نگارنده، ۱۴۰۰)

جاذبه های گردشگری ساری

این شهر با توجه به وسعت، قدمت و موقعیت جغرافیایی و نیز دسترسی به زیست بوم های متنوع و دارا بودن جاذبه ها و بناهای تاریخی فراوان، بدون شک یکی از پر ظرفیت ترین مناطق گردشگری در ایران و حتی خاورمیانه محسوب می گردد. جاذبه های شهر ساری عبارتند از: ۱- پل تجن، ۲- مجموعه ی فرح آباد که بقایای شهر قدیمی فرح آباد به وسعت ۳۰ تا ۴۰ هکتار در و در فاصله دو کیلومتری ساحل دریای مازندران قرار دارد، ۳- بنای بانک ملی، ۴- مسجد جامع ساری، ۵- مسجد مصطفی خان، ۶- امام زاده عباس، ۷- ساختمان امامزاده یحیی، ۸- برج سلطان زین العابدین، ۹- برج ساعت، ۱۰- آب انبار میرزا مهدی، ۱۱- آب انبار نو که این آب انبار در مرکز شهر ساری و در بافت قدیمی مابین خیابانهای قارن و ۱۸ دی کنونی قرار دارد، ۱۲- حمام درویش علی خان (حمام خوبی)، ۱۳- حمام وزیری که در مرکز شهر ساری و در مجاورت خانه کلبادی قرار دارد، ۱۴- خانه کلبادی: این عمارت زیبا در مرکز شهر ساری و در محله ی آب انبار نو قرار دارد. در حدود ۱۳۰ سال پیش سردار جلیل از امرای ارتش دوره قاجار این بنای دو طبقه را برای فرزندش «امیرنصرت شکوه نظام» ساخت اما با فوت امیر نصرت این بنا به فرزند وی منوچهرخان کلبادی به ارث رسید، ۱۵- عمارت فاضلی: عمارت قدیمی فاضلی یکی از مجموعه بناهای ارزشمند واقع در محور تاریخی- فرهنگی آب انبار نو شهر ساری است، ۱۶- خانه سردار جلیل، ۱۷- خانه رمدانی.

از دیگر بناهای تاریخی شهر ساری می توان به مقبره ی امامزاده محمدرضا، مقبره ی ملامجدین، ساختمان دارایی ساختمان شیلات، ساختمان شهرداری، حمام صادق خان کاروانسرای حضرت، حمام اصفهانی و حسینیه ی عباس خانی، اشاره کرد (شهرداری ساری، ۱۳۹۵).

جاذبه های گردشگری شهر ساری را در نقشه شماره ۲ مشاهده می کنید.



نقشه ۲- جاذبه های گردشگری شهر ساری در بافت قدیم

ماخذ: (حاجیان تیلیکی و خرقة پوش، ۱۳۹۴: ۵)

بحث و یافته ها

بررسی رابطه بین مشارکت اجتماعی و توسعه گردشگری شهری به منظور بررسی رابطه میان مشارکت اجتماعی و توسعه گردشگری شهری از آزمون های همبستگی و رگرسیون استفاده شده است.

جدول ۳- بررسی رابطه بین مشارکت اجتماعی و توسعه گردشگری شهری

متغیر مستقل	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری	تعداد
مشارکت اجتماعی	۰,۸۴۶	۰,۰۰۰	۳۸۴

متغیر وابسته = توسعه گردشگری، سطح خطا = ۰,۰۵

ماخذ: یافته های پژوهش، ۱۴۰۰

مطابق با نتایج جدول شماره ۳، مقدار سطح معناداری (Sig=0.000) کمتر از ۵ درصد خطاست. بدان معناست که بین متغیر مشارکت اجتماعی با توسعه گردشگری شهر ساری رابطه معناداری وجود دارد. میزان این همبستگی بالا بوده و نشان دهنده همبستگی قوی و مثبت می باشد. به منظور بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، از آزمون های رگرسیون خطی چندگانه استفاده شده و متغیرها از روش Enter وارد مدل رگرسیونی شدند که نتایج آزمون ها در سطح تشخیص ۵ درصد خطا و اطمینان ۹۵ درصد در جدول شماره ۳ نشان داده شده است.

جدول ۴- بررسی واریانس خطی بودن مدل و آزمون ضرایب رگرسیون چندمتغیره

مدل	ضریب تعیین (R ²)	F (ANOVA)	t	Beta	Sig
مشارکت در مدیریت شهر	-	-	۲,۹۳۹	۰,۰۹۴	۰,۰۰۳
مشارکت با نهادهای مدنی	-	-	۵,۱۵۶	۰,۲۵۵	۰,۰۰۰
مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی	-	-	۴,۷۷۳	۰,۲۲۶	۰,۰۰۰
مشارکت محلی	-	-	۸,۱۵۲	۰,۳۸۵	۰,۰۰۰
تأثیر شاخص‌ها بر توسعه گردشگری	۰,۸۵۵	۲۵۷,۲۹۶	-	-	۰,۰۰۰

$$y = 0.112x_1 + 0.222x_2 + 0.216x_3 + 0.354x_4$$

معادله رگرسیونی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۰

چنانچه جدول شماره ۴ نشان می‌دهد، نتیجه آزمون تحلیل واریانس جهت بررسی خطی بودن مدل رگرسیونی در سطح تشخیص ۰,۰۵ معنادار است. بنابراین، با احتمال ۹۵ درصد مدل خطی رگرسیونی به درستی بزرارش شده است.

در این معادله رگرسیونی که گردشگری شهری y به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده؛ نتایج حاکی از آن است که ضریب تأثیر متغیر مشارکت در مدیریت شهر (x_1) در سطح تشخیص ۰,۰۵ معنادار است ($t=2.939$ و $Pvalue=0.003$). بنابراین، تأثیر مثبت مشارکت در مدیریت شهر بر توسعه گردشگری شهری ساری تأیید شد.

ضریب تأثیر متغیر مشارکت با نهادهای مدنی (x_2) که همزمان با متغیر مشارکت در مدیریت شهر (x_1) وارد مدل شد، در سطح تشخیص ۰,۰۵ با احتمال ۹۵ درصد معنادار است ($t=5.156$ و $Pvalue=0.000$). بنابراین، تأثیر مثبت مشارکت با نهادهای مدنی بر توسعه گردشگری شهری ساری مورد تأیید قرار گرفت.

ضریب تأثیر متغیر مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی (x_3) که همزمان با متغیر مشارکت در مدیریت شهر (x_1) و متغیر مشارکت با نهادهای مدنی (x_2) وارد مدل شد، در سطح تشخیص ۰,۰۵ با احتمال ۹۵ درصد معنادار است ($t=4.773$ و $Pvalue=0.000$). بنابراین، تأثیر مثبت مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی بر توسعه گردشگری شهری ساری مورد تأیید قرار گرفت.

ضریب تأثیر متغیر مشارکت محلی (x_4) که همزمان با متغیر مشارکت در مدیریت شهر (x_1) و متغیر مشارکت با نهادهای مدنی (x_2) و متغیر مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی (x_3) وارد مدل شد، در سطح تشخیص ۰,۰۵ با احتمال ۹۵ درصد معنادار است ($t=8.152$ و $Pvalue=0.000$). بنابراین، تأثیر مثبت مشارکت محلی بر توسعه گردشگری شهری ساری مورد تأیید قرار گرفت.

نتیجه‌گیری

سیاست‌های یک جانبه رشد و توسعه در اکثر کشورهای تازه استقلال یافته بعد از جنگ جهانی دوم موجب خسارات زیادی به منابع طبیعی گردید، در نتیجه جامعه جهانی در سیاست‌های خود بازنگری کرده و توسعه پایدار با شعار حفظ منابع طبیعی برای آیندگان، وارد ادبیات علمی جهان شد. این موضوع با سرعت تمام در اکثر رشته‌ها از جمله گردشگری وارد شد. گردشگری به عنوان یک صنعت

جهانی، در معرض نیروهای سیاسی، اقتصادی و فرهنگی است (Navabakhsh et al, 2013). در همین راستا همان طور که در مباحث نظری عنوان شد تفسیر توسعه گردشگری به عنوان شاخصی وابسته تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد که یکی از مهم ترین آنها مؤلفه های اجتماعی است. زیرساختهای اجتماعی در کنار عوامل اقتصادی، تاریخی، فرهنگی و سیاسی می تواند بر جذب گردشگران و ماندگاری بیشتر آنها کمک کند. پارادایم جامعه شناسی گردشگری توجه خود را به ساختار اجتماعی جامعه میزبان و همچنین نیازهای گردشگران به عنوان کنش گرانی هدفمند معطوف می کند. جامعه شناسی گردشگری سبک و چارچوب روابط بین بومیان یک منطقه و گردشگران می پردازد، کم و کیف این نوع رابطه در توسعه گردشگری و حفظ گردشگران می تواند اثرگذار باشد. مقوله های اجتماعی با توجه به پتانسیل جمعی و فرهنگی خود همواره در رشد و یا عقب ماندگی پدیده ها اقتصادی اثرگذار هستند. عوامل اجتماعی مؤثر بر توسعه گردشگری را می توان در دو قالب شاخص های روبنایی و شاخص های زیربنایی تقسیم بندی نمود. هر یک از این عوامل به صورت مستقیم و یا با واسطه بر روند و توسعه گردشگری می تواند اثرگذار باشد.

باتوجه به چارچوب نظری پژوهش، به صورت نظری نقش شاخص های کیفیت تبلیغات و اقناع گردشگران، احساس امنیت گردشگران، نحوه برخورد جامعه میزبان، میزان مشارکت و تعاملات جامعه میزبان و میزان رضایت و جذب گردشگران به عنوان مهم ترین مؤلفه های اجتماعی نقش مؤثری بر توسعه گردشگری دارد.

احساس رضایت گردشگران همواره یکی از مهم ترین مؤلفه هایی است که در جذب، ماندگاری و در نهایت توسعه گردشگری اثرگذار است. احساس رضایت گردشگران تحت تأثیر مؤلفه های اقتصادی، اقلیمی، فرهنگی و در نهایت اجتماعی قرار دارد. این مهم نیز تحت تأثیر برنامه ریزی های کلان در حوزه های اقتصادی و اجتماعی قرار دارد. به همین ترتیب همان طور که در ابتدا عنوان شد، صنعت گردشگری به عنوان متنوع ترین و بزرگترین صنایع در جهان، مهم ترین منبع درآمد و ایجاد فرصت های شغلی برای بسیاری از کشورهای دنیا است. با توجه به اهمیتی که گردشگری برای جوامع امروزی دارد، شناخت عوامل مؤثر بر آن و همچنین پرهیز از تقلیل گرایی و تفسیر و تبیین مقوله توسعه گردشگری در پارادایم های مرتبط و رهگشا می تواند در تغییر نگرش و همچنین سیاست گذاری های آتی اثرگذار باشد. از آنجایی که مؤلفه های اجتماعی به خصوص ابعاد غیر مادی و غیر ملموس آن به عنوان اساس و زیربنای توسعه مورد تأیید اندیشمندان قرار گرفته است. در کشورهای توسعه نیافته، اهمیت مقوله های اجتماعی در فرآیند توسعه همواره از دید برنامه ریزان، سیاست گذاران و مدیران نادیده گرفته می شود.

مدیریت کلان در بحث صنعت گردشگری از مهم ترین مؤلفه های موفقیت در این صنعت نوظهور است. با توجه به اینکه مدیریت کوتاه مدت و سطحی نگر در صنعت گردشگری جوابگو نخواهد بود و این صنعت را به مرحله سوددهی نخواهند رساند، لذا مدیریت دولتی و دیدگاههای سیستم های دولتی پاسخ گوی نیازهای این صنعت نخواهند بود. در صنعت گردشگری ایجاد زیرساخت های لازم به همراه برنامه ریزی های کوتاه مدت و بلندمدت می تواند این صنعت را به شکوفائی برساند، لذا مدیریت

دولتی به دلیل کوتاه بودن عمر مسئولیت شان و تغییرات مدیریتی در تمام سطوح سازمانی، اجرای برنامه ریزی های بلندمدت امکان پذیر نیست و همچنین تغییرات پی در پی مدیران، اجرای برنامه های کوتاه مدت را هم مختل می کند و از همه مهم تر نبود احساس رقابت در میان مدیران دولتی باعث می شود تا صنعت گردشگری توسعه نیابد و علاوه بر آثار اقتصادی منفی باعث تخریب آثار تاریخی، هنری و محیط زیست و طبیعت هم گردد. تقویت مشارکتهای مردمی و تقویت مؤلفه های اجتماعی و توانمندسازی بومیان واگذاری مدیریت گردشگری به آنها می تواند ضعف های مذکور در ساختار کلان را حل و سبب توسعه گردشگری گردد. به همین ترتیب یکی از مهم ترین مؤلفه های اثرگذار در فرآیند توسعه یافتگی و پیشرفت کشورها، امر گردشگری است که به طور کامل متأثر از شرایط اجتماعی و فرهنگی جوامع است. طبق یافته های پژوهش حاضر می توان به این نتیجه رسید که تقویت مؤلفه های اجتماعی از جمله تقویت میزان تعاملات جامعه میزبان با گردشگران، تقویت سرمایه اجتماعی برون گروهی شهروندان و میزان مشارکت آنها در شهرهای توریست پذیر از جمله ساری و مهم تر از همه تأمین امنیت گردشگران از اصلی ترین مؤلفه های اثرگذار بر توسعه گردشگری است. به طور کلی امروزه کشورهای توسعه نیافته و یا در حال توسعه همچون ایران در تمامی حوزه های مرتبط با توسعه از جمله و گردشگری باید در برنامه ریزی های خود علاوه بر توجه به مؤلفه های زیرساختی و عینی، همواره باید شاخصها اجتماعی را به عنوان اصلی ترین مؤلفه پیشرفت، در برنامه ریزی های خود عملیاتی نمایند.

Refrenc:

- 1- Akhshi, Nazila, Golabi, Fatemeh (2014), social participation and social vitality, *Applied Sociology*, Volume 26, Number 3, Serial Number 3, pp. 139-160.
- 2- Alipour, Khaled. Mohammadi, Shahvin (2016), Investigating the role of people's participation in the development of tourism, a case study: Sardasht city, Third International Conference of Geographical Sciences, Shiraz, <https://civilica.com/doc/586936>.
- 3- Amin Beidokhti, Ali Akbar. Jafari, Sakineh. Farhadi, Vahidreza (2014), The relationship between social belonging and social participation with sustainable tourism development: the mediating role of perceived effects, *Tourism Management Studies*, No. 26, pp. 1-24.
- 4- Ashfehpor, Lilakohi, Sepideh. Qureishi Minabad, Mohammad Basit. Matie Langroudi, Seyyed Hasan, Haji Shirkia, Teimur (2020), spatial analysis of rural areas prone to agricultural tourism, case: Rudsar city, *Quarterly Journal of Spatial Economy and Rural Development*, 9th year, number 1 (31 series), pp. 41-66.
- 5- Bastani, Alireza (2011), economic works and legal foundations for the formation of an economic group with common interests (joint venture), *economic magazine - monthly review of economic issues and policies*, numbers 9 and 10, pp. 53-78.
- 6- Ebrahimpour, Habib, Babaei, Yavar, Sokhandan, Elnaz (2017), Investigating the impact of social capital on participation in sustainable tourism development with the mediating role of tourism effects (case study: Sarein), *Journal of Tourism Planning and Development*, 6th year, No. 22, pp. 118-143.
- 7- Eskandari, Neda. Saeedeh Zarabadi, Zahrasadat (201۶), sustainable development and urban tourism, the second international conference on architecture, civil engineering and urban planning at the beginning of the third millennium, Tehran, <https://civilica.com/doc/531763>.
- 8- Esmailizadeh, Hassan, Tabrizi, Nazanin, Ramezanzadeh Lasboi, Mehdi (2019), measuring the cooperative behavior of the local community in the development of agricultural tourism (case study of Si-Sakht city), *studies of urban structure and function*, 6th year, 20th issue , pages 127-146.
- 9- Hadipour, Marzieh. Lasemipour, Robab. Esmaili, Asieh (2015), participatory management of rural tourism and its role in sustainable development, *Tourism Space Quarterly*, fourth year, number 15, pp. 63-83.
- 10- Hajian Tilaki, AbbasAli, Khergheh-poosh, Fatemeh (2016), National Conference on culture, Turism and City identity, Mehr Andishan Arfa institute, 2016 January 23&24, pp. 1-15.
- 11- Haji Nejad, Ali. Paydar, Abuzar. Bagheri, Fatemeh. Abdi, Nasser (2013), Development of a strategic plan for the development of rural tourism in Iran, *Strategic and Macro Policy Quarterly*, Volume 2, Number 8, pp. 111-135.
- 12- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., Zulkifly, M. I. (2013). Local Community Attitude and Support towards Tourism Development in Tioman Island, Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 105, 792 – 800.
- 13- Heydari Mokarar, Hamid. Salehinia, Zainab. Shoghi, Marzieh (2012), evaluation of the performance of village councilors in local village management (case study: central part of Zabol city), National Rural Development Conference, Rasht, <https://civilica.com/doc/270199>
- 14- Heydari, Zahra. Rezvani, Mohammadreza. Badri, Seyyed Ali (2016), Analysis of factors affecting local community participation in agricultural tourism development

planning (case study: rural areas of the central part of Tankabon city), *Space Geographic Survey*, Volume 6, Number 21, pp. 13-26.

15- Jones, S. (2005). Community-Based Ecotourism: The Significance of Social Capital. *Annals of Tourism Research*, 32(2): 303-324.

16- Keshtkar, Mehran. Hatami, Hamidreza (2015), the conceptual model of organized popular participation to realize the strength of the internal structure of Nazan's power, *Basij Strategic Studies Quarterly*, 18th year, number 69, pp. 39-67.

17- Lepp, A. (2007). Residents' Attitudes towards Tourism in Bigodi Village, Uganda. *Tourism Management*, 28: 876-885.

18- Majidiparast, Sajjad. Rezazadeh, Mozghan (2016), the role of social and public participation in the development of tourism in the country, <https://civilica.com/doc/514346>.

19- Mohammadi Zadeh, Mina (2016), investigating the impact of people's social participation in the sustainable development of tourism, National Conference on Architecture and Urban Planning, Shirvan, <https://civilica.com/doc/738662>

20- Najarzadeh, Mohammad. Nemat Elahi, Majid (2015), investigating the role of social participation and social belonging in the development of rural tourism, the first national sustainable tourism conference with the approach of sports, health and environmental tourism, Ardabil, <https://civilica.com/doc/546163>.

21- Nargesi, Shaheen. Babaki, Ruhollah. Effati, Mahnaz (2018), investigation of the relationship between tourism, economic growth and financial development in Iran (1989-2016), *Quarterly Journal of Financial Economics*, Faculty of Economics and Accounting, Central Tehran Branch, Volume 12, Number 44, Serial Number 44, pp. 68-68 41.

22- Nasiri Moghadam, Manouchehr. Khoshsima, Seddigheh (2015), Rural tourism as a strategy for sustainable rural development in Khorgam district of Rudbar city, *Geographical Journal of Tourism Space*, Volume 4, Number 14, pp. 1-11.

23- Navabakhsh, Mehrdad. Bazarafshan, Mohammad (2013), survey of the measurement of sustainable urban development in Shiraz city in the last 10 years, *Iranian Journal of Social Development Studies*, 6th year, 3rd issue, pp. 49-69.

24- Okazaki, E. (2008). A Community-Based Tourism Model: its Conception and Use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(5), 511-529.

25- Portaheri, Mahdi. Mohammadi, Nahideh. Rokneddin Eftekhari, Abdoreza (2013), evaluation and measurement of deprivation in rural areas, case: central part of Javanrood city, *Quarterly Journal of Spatial Economy and Rural Development*, third year, number 3, series 9, pp. 17-40.

26- Rokneddin Eftekhari, Abdoreza. Mahdavi, Davoud. Portaheri, Mehdi (2011), evaluation of tourism sustainability in historical-cultural villages of Iran with emphasis on sustainable tourism development paradigm, *Tourism Studies Quarterly*, No. 14, pp. 1-39.

27- Sabouri Khosroshahi, Habib (2010), Education in the era of globalization; Challenges and strategies to face it, *Strategic Studies of Public Policy Quarterly*, Volume 1, Number 1, Serial Number 1, pp. 153-196.

28- Saghaei, Mohsen. Amini-Nejad, Gholamreza. Sabouhi, Gholamreza (2016), surveying the tourism capabilities of the coastal city of Bushehr based on the SWAT and TOPSIS model, *Geography and Environmental Planning*, Volume 27, Number 1, Serial Number 61, pp. 103-130.

29- Sajjadian, Nahid. Sajjadian, Mahyar (2008), using GIS in the continuation of village life and realizing sustainable rural development (example: rural tourism), housing and village environment, rural development, pp. 66-85.

30- Sangkakorn, K., Suwannarat, S. (2013). Local People Participation in Tourism Development: The Case Study of Chiang Mai. Paper presented in "The 2nd Conference on Asian Economic Development" on 14 August 2013 at Faculty of Economics, Chiang Mai University.

31- Seir, Reza. Ahmadian, Mohammad Ali. Jafari, Hamid. Alizadeh, Katayoun (2017), the role of tourism in generating income in rural areas by presenting a strategic model in the development of rural tourism (case study: Firouzkoh city), scientific-research quarterly of new attitudes in human geography, 10th year, number 2, pp. 77 - 49.

32- Sharafi, Marjan. Behzadfar, Mostafa. Daneshpour, Seyyed AbdolHadi. Barakpour, Naser. Khankeh, Hamidreza (2019), Participating or non-participating of people and planners? A qualitative research in the urban planning environment of Iran, Journal of Fine Arts - Architecture and Urban Planning, Volume 24, Number 2, pp. 29-38.

33- Simpson, M. C. (2008). Community Benefit Tourism Initiatives: a Conceptual Oxymoron? *Tourism Management*, 29, 1-18.

34- Sourì, Mohsen, Ziari, Yusufali, eghbali, Naser (2022), The role of local community participation in the development of tourism in the 22nd district of Tehran, *Regional Planning Scientific Quarterly*, (DOI): 10.30495/JZPM.2022.31097.4166.

35- Taghizad Faeid, Abolghasem, Moghani Jansouz, Monireh (2020), investigating the relationship between people's participation and tourism development (case study: Tabriz metropolis), *Geography and Planning Scientific Journal*, year 26, number 80, pp. 83-98.

36- Taleb, Mahdi. Bakshi Zadeh, Hassan. Mirzaei, Hossein (2008), Theoretical foundations of rural community participation in tourism planning in Iran, *Rural and Development Quarterly*, year 11, number 4, pp. 25-52.

37- Tavalaei, Simin. Soleimani, Mohammad. Jahani Dolat-Abad, Rahman. Jahani Dolat-Abad, Ismail (2016), The Role of Local Communities' Participation in Sustainable Tourism Industry (Case Study: Sareen), *Human Geographical Researches (Geographical Researches)*, Volume 49, pp. 95-113.

38- Tosun, C. (2006). Expected Nature of Community Participation in Tourism Development. *Tourism Management*, 27, 493-504.

39- Wang, H., Yang, Z., Chen, L., Yang, J., & Li, R. (2010). Minority Community Participation in Tourism: a Case of Kanas Tuva villages in Xinjiang, China. *Tourism Management*, 31(6): 759-764.

40- Measuring Social Participation in the Development of Tourism Industry(Case Study: Sari City)¹

Seyed Hassan Rasouli², Azita Rajabi^{3*}, Sadroddin Motevalli⁴

Abstract

Tourism is considered one of the important economic sectors in the world, which is advancing rapidly and has allocated a significant amount of income, employment, and national production to itself, and is considered as an effective source in generating a country's foreign income. People's participation in the development of tourism is part of a global movement, and for this reason, it has been emphasized in global programs such as comprehensive tourism programs, regional and local tourism development with the participation of indigenous people and local communities. The importance of participation in social relationships and connections is such that it can be considered as an essential element of social life that expands cooperation and interaction in various dimensions. This article considers tourism as a service-oriented and human-centered industry, which perceives the constructive role of people in its expansion and development as important. The results and findings of the research indicate that the view of people in the tourism industry should shift from a consumer-oriented perspective to a producer and supplier perspective; also, people in the development of the tourism industry should be involved in decision-making and policymaking in order to consider themselves obligated to participate in the implementation sector and combat potential problems and obstacles. Therefore, considering the various elements and factors of tourism development, proposed solutions have been presented to increase social and popular participation as the focus and indicator of development.

Keywords: social participation, tourism, sustainable development, Sari

¹ This article is extracted from the treatise titled "Development of the tourism model of Sari city in line with the focus of regional development".

² PhD student of Geography and Urban Planning, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran.

³ Associate Professor, Department of Geography and Urban Planning, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author: azitarajabi@yahoo.com)

⁴ Associate Professor, Department of Geography, Nour Branch, Islamic Azad University, Nour , Iran.