

Research Paper

Presenting a sustainable rural tourism model with a social capital approach

Zahra Mashayekh¹, Amir Kazemi^{2*}, Hamid Mahmoudian Ataabad³, Hassan Soltani³

1. Department Of Management and Cultural Planning, Fars Science and Research Branch, Islamic Azad University, Fars, Iran

1. PhD Student, Department of Management and Cultural Planning, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran

2. Assistant Professor, Department of MBA, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran (Corresponding Author)

3. Assistant Professor, Department of Islamic Education, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran

4. Associate Professor, Department Of Management, Shiraz Branch, Islamic Azad University, Shiraz, Iran

Received: 24 April 2019

Accepted: 27 February 2020

PP:1-17

Use your device to scan and read the article online

**Keywords:**

Rural tourism, sustainable development, social capital, sustainable tourism..

Abstract

Rural tourism, with careful planning, can enhance the quality of life and create economic, social, and cultural benefits. The aim of this research was to present a model of sustainable rural tourism with a social capital approach. The present study was applied in terms of research objective and qualitative in terms of methodology, with a data-driven theoretical framework. In this research, a cognitive approach was adopted, utilizing various methods of data collection such as library study, examination of specialized sources and texts, as well as semi-structured interviews. Based on purposive sampling, 14 experts, specialists, and managers of tourism and rural area management were interviewed in 2023. The conducted interviews were coded using ATLAS.ti software. To validate the results, the data were evaluated and analyzed based on tri-categorization, and the research findings were categorized into five themes: contextual conditions, background conditions, intervention strategies, and consequences. A model with six themes and 19 core codes based on 112 identified codes was developed. The contextual conditions (five themes including agricultural conditions, cultural and social conditions, rural conditions, tourist attractions, and financial conditions), strategies (five themes including marketing strategies, support and assistance, local empowerment, tourism management and planning, and rural product development), consequences (four themes including value creation, entrepreneurship, social capital development, and regional development), background conditions (two themes including participation and collaboration, regional infrastructure), and intervention strategies (three themes including policy-making and regulations, public biases, and tourist attitudes) were identified. The sustainable rural tourism model with a social capital approach was designed to promote sustainable development of rural areas and enhance social relationships within them. The use of social capital approach in the model of sustainable rural tourism leads to improved communication among local residents, youth, and tourists. These social connections bring about improvements in rural life, increased social cohesion, and participatory development in decision-making related to rural tourism. Furthermore, considering the importance of social capital, local residents can strengthen cohesion and collaboration in various areas such as environmental preservation, preservation and promotion of local culture, and rural economic development.

Citation: Amirhossein Khademi, Mohammad Rahim Rahnema , Masoud Zamanipoor (2021): An Analysis of the future Challenges of Social, Institutional, and Economic Sustainability of Iranian Metropolises .Journal of Regional Planning , Vol 11, No 42, PP:1-17

DOI:

*Corresponding author: Amir Kazemi

Address: Assistant Professor ,Department Of MBA .Shiraz Branch .Islamic Azad University, Shiraz.Iran.

Tell: 09128272624

Email: Kazemi357@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction

The main idea of social capital - where social relationships are valuable as they promote collaboration towards common goals - is valid in many fields, and tourism is no exception. From a sustainable development perspective, social capital, along with natural capital, human capital, and self-capital of human resources, has become an integral component determining the well-being of a country (Karampela et al., 2021). These factors are also vital for regional development in order to overcome emerging inequalities. There is still a need for a better understanding of the complexities of social capital and how it can enhance the growth of the tourism industry. Therefore, this research examines the model of rural tourism based on social capital, considering rural areas in Iran. This model advocates for an inclusive approach that emphasizes community participation and empowerment, while requiring an organizational structure that enhances coordination within the community.

The research seeks to answer the question: What is the model of sustainable rural tourism with a social capital approach?

Methodology

The present study was conducted as an applied research in terms of research objective and utilized a qualitative approach with a grounded theory framework. In this research, a cognitive perspective was adopted, and various data collection methods were employed, such as library research, examination of specialized sources and texts, as well as semi-structured interviews. Data triangulation, which involves controlling for the consistency of different data sources within the same method, was also emphasized in this research, utilizing multiple data sources. The potential participants consisted of all stakeholders, experts, professionals, and managers in the field of tourism and rural area management in the year 2023. Purposeful sampling was employed, and individuals from this group were selected to participate in the qualitative part of the research and were involved in the interview process. Purposeful sampling from experts was used to determine the samples for this study, and a total of 14 individuals were selected. For the analysis of qualitative data, the grounded theory

approach using ATLAS.ti software was employed. The analysis of the collected qualitative data was conducted in three stages: open coding, axial coding, and selective coding.

Results and Discussion

The research findings were identified and categorized into five themes: contextual conditions, background conditions, intervening factors, strategies, and outcomes. A model with 19 core codes based on 112 open codes was developed within six themes. The contextual conditions included agricultural conditions, cultural and social conditions, rural conditions, tourist attractions, and financial conditions. The strategies encompassed marketing strategies, support and assistance, local empowerment, tourism management and planning, and rural product development. The outcomes consisted of value creation, entrepreneurship, social capital development, and regional development. The background conditions included participation and collaboration and regional infrastructure, while the intervening factors encompassed policy-making and regulations, public biases, and tourist attitudes. The model of sustainable rural tourism with a social capital approach was designed to promote sustainable development in rural areas and enhance social connections within them. Finally, a paradigm model was illustrated using ATLAS.ti software. The reliability and validity indicators confirmed the model's effectiveness.

Conclusion

A sustainable rural tourism model with a social capital approach has been designed to promote sustainable development in rural areas and enhance social connections within them. The use of a social capital approach in the sustainable rural tourism model leads to the strengthening of relationships among locals, youth, and tourists. These social connections bring improvements in the lives of rural communities, increased social cohesion, and participatory development in decision-making related to rural tourism. Furthermore, considering the importance of social capital, local residents can enhance solidarity and collaboration in various areas such as environmental preservation, the preservation and promotion of local culture, and rural economic development. As a result, the

sustainable rural tourism model with a social capital approach can contribute to sustainable development and improve the quality of life in rural areas.

روزنامه بیند ویدایش منطقه

مقاله پژوهشی

ارائه الگوی گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی

زهرا مشایخ¹، امیر کاظمی^{2*}، حمید محمودیان عطاآباد³، حسن سلطانی⁴

1. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، پردیس علوم و تحقیقات فارس، دانشگاه آزاد اسلامی، فارس، ایران

1. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

2. استادیار، گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

3. استادیار، گروه معارف اسلامی، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

4. دانشیار، گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

چکیده

گردشگری روستایی با برنامه ریزی دقیق می تواند کیفیت زندگی را ارتقاء دهد، منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایجاد کند. هدف از تحقیق ارائه الگوی گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی بود. پژوهش حاضر از حیث هدف پژوهش کاربردی و از حیث روش، کیفی با رویکرد نظریه داده بنیاد بود. در این پژوهش زاویه بندی روش شناختی با استفاده از روشهای مختلف گردآوری دادهها نظیر روش مطالعه کتابخانه ای و بررسی منابع و متون تخصصی و همچنین مصاحبه نیمه ساختاریافته رعایت گردید. براساس نمونه گیری هدفمند، 14 نفر از نخبگان، خبرگان و مدیران گردشگری و مدیریت مناطق روستایی در سال 1402 مورد مصاحبه قرار گرفتند. مصاحبه های انجام شده در نرم افزار ATLAS.TI کدگذاری شدند. برای تأیید نتایج به دست آمده براساس سه سوپیه سازی، داده ها مورد ارزیابی و تحلیل روایی قرار گرفتند. یافته های پژوهش در پنج مقوله شرایط علی، زمینه ای، مداخله گر، راهبرد و پیامدها به تفکیک مشخص شدند. یک مدل در 6 مقوله، 19 کد محوری براساس 112 کد باز شناسایی شد. شرایط علی (5 مقوله شامل شرایط کشاورزی، شرایط فرهنگی و اجتماعی، شرایط روستا، جاذبه های گردشگری و شرایط مالی)، راهبردها (5 مقوله شامل استراتژی های بازاریابی، حمایت و پشتیبانی، توانمندسازی محلی، مدیریت و برنامه ریزی گردشگری و توسعه محصولات روستایی)، پیامدها (4 مقوله شامل ارزش آفرینی، کارآفرینی، توسعه سرمایه اجتماعی و توسعه منطقه)، شرایط زمینه ای (2 مقوله شامل مشارکت و همکاری و زیرساخت های منطقه ای)، شرایط مداخله گر (3 مقوله شامل سیاست گذاری و قوانین، سوگیری های مردمی و نگرش گردشگران)، مدل گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی به منظور توسعه پایدار روستاها و تقویت ارتباطات اجتماعی در آنها طراحی شده است. استفاده از رویکرد سرمایه اجتماعی در مدل گردشگری روستایی پایدار، منجر به تقویت ارتباطات میان اهالی محلی، جوانان و گردشگران می شود. این ارتباطات اجتماعی بهبودی را در زندگی روستایی ها، افزایش همبستگی اجتماعی و توسعه مشارکتی در تصمیم گیری های مربوط به گردشگری روستایی به همراه دارد. علاوه بر این، با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی، اهالی محلی می توانند همبستگی و همکاری را در زمینه های مختلف مانند حفظ محیط زیست، حفظ و ارتقای فرهنگ محلی و توسعه اقتصادی روستا تقویت کنند.

تاریخ دریافت: .

تاریخ پذیرش: .

شماره صفحات: .

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



واژه های کلیدی:

گردشگری روستایی، توسعه پایدار، سرمایه اجتماعی، گردشگری پایدار.

استناد:

DOI: 10.30495/JZPM.2021.3942

* نویسنده مسئول: امیر کاظمی

نشانی: استادیار، گروه مدیریت، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

تلفن: 09128272624

پست الکترونیکی: Kazemi357@yahoo.com

تاب‌آوری توسعه اقتصادی اجتماعی یک کشور یا یک منطقه خاص است (Wolf et al., 2015). اگرچه تعریف کلی از سرمایه اجتماعی وجود ندارد، کارشناسان کاملاً موافق هستند که اساساً یک اعتماد و رابطه پویا و قوی بین یکدیگر در یک گروه یا جامعه وجود دارد. در سرمایه اجتماعی رابطه‌ای برای شناخت یکدیگر، درک و کمک به یکدیگر و تبادل اطلاعات و همکاری برای دستیابی به اهداف مشترک وجود دارد. فواید این رابطه (چه عمدی و چه ناخودآگاه) هر از چند گاهی باعث ایجاد و تشویق اعتماد می‌شود، که دوام می‌آورد و برای ایجاد منافع فیزیکی یا غیر فیزیکی مفید است. این رابطه به هم پیوسته توانایی عمل یک بازیگر فردی یا جمعی را ارتقا خواهد داد. اگر ارتباط به اندازه کافی گسترش یابد، تأثیر مثبتی در افزایش ظرفیت عمل کل نظام اجتماعی خواهد داشت (Madani, 2022).

با این حال، سرمایه اجتماعی همیشه برای حفظ و توسعه ابتکارات جامعه محلی کافی نیست. سیاست‌های هماهنگ دولت برای توسعه بیشتر سرمایه اجتماعی و ایجاد فضای مساعد برای توسعه جامعه ضروری است (Ramaano, 2021). اهمیت آن در زمینه‌هایی مانند ایجاد سرمایه انسانی، نوآوری، توسعه پایدار، رشد اقتصادی، دموکراسی، کاهش فقر یا پایداری محیط زیست ثابت شده است. ایده اصلی سرمایه اجتماعی - که روابط اجتماعی دارای ارزش هستند، زیرا آن‌ها همکاری در جهت اهداف مشترک را ترویج می‌کنند - بنابراین در بسیاری از زمینه‌ها معتبر است و گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست (Sidal et al., 2015).

درواقع، تحقیق در مورد موضوع هنوز در مرحله اولیه است. با این وجود، علاقه به ارتباط این دو حوزه در دهه گذشته افزایش یافته است، پژوهشگرانی که این موضوع را تجزیه و تحلیل کرده و به تدریج در ایجاد سرمایه اجتماعی به عنوان یک عنصر ضروری توسعه گردشگری پایدار در مناطق شهری و روستایی مشارکت داشته‌اند. با این وجود، تنها تعداد کمی از مقالات و مطالعات آکادمیک که این دو موضوع را به هم مرتبط می‌کند، یافت می‌شود - مفهوم سرمایه اجتماعی هنوز به طور محکم در ادبیات گردشگری ریشه ندارد. در حالی که اهمیت آن مورد پذیرش محققان گردشگری قرار گرفته است، هنوز نیاز به درک بهتر از پیچیدگی‌های عملکرد سرمایه اجتماعی و اینکه چگونه می‌تواند رشد صنعت گردشگری را تقویت کند، وجود دارد. بنابراین این پژوهش با در نظر گرفتن مناطق روستایی ایران مدل گردشگری روستایی را بر اساس سرمایه اجتماعی بررسی می‌کند، این مدل از یک رویکرد درون‌زا دفاع می‌کنند که دلالت بر مشارکت و

گردشگری روستایی در اواخر دهه 1970 و اوایل دهه 1980 به یک فعالیت جهانی و رو به رشد تبدیل شد (Lane et al., 2022). در ابتدا، توسط بسیاری از مفسران به عنوان یک فعالیت نسبتاً بی‌اهمیت تلقی می‌شد که احتمالاً در آینده نزدیک از بین خواهد رفت. با این حال، ثابت کرده است که در توسعه کلی گردشگری بسیار مهم است و راه را برای ایجاد اشکال کاملاً جدید گردشگری بر اساس بازارهای تخصصی در حال رشد سریع پیشرو می‌کند. همچنین به سنگ بنای رشد گردشگری پایدار تبدیل شده است و اکنون نقشی حیاتی در طرح‌های بازسازی منطقه‌ای در بسیاری از کشورها و بسیاری از موقعیت‌ها دارد (Stylidis et al., 2021). شاید مهم‌تر از همه، رشد گردشگری روستایی به شکستن کنترل توسعه‌دهندگان املاک و استراحتگاه‌های بزرگ گردشگری بر رشد گردشگری کمک کرد. گردشگری روستایی شکلی غیرمتمرکز و در مقیاس کوچک از گردشگری بوده و هست که به بسیاری از ساختمان‌های موجود امکان تغییر کاربری و استفاده مجدد را می‌دهد، که در حال حاضر یکی از ویژگی‌های شناخته شده توسعه پایدار است (Dimitriadou et al., 2021).

بنابراین، اگر گردشگری با برنامه‌ریزی دقیق بتواند کیفیت زندگی را ارتقا دهد، منافع اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ایجاد کند - درواقع طبق گفته مک کول و مارتین (McCool & Martin, 1994)، این هدف اصلی توسعه گردشگری است (McKercher, 1993). با این حال، چندین مورد است که این سناریو رخ نمی‌دهد، با مدل‌های گردشگری روستایی که از جمعیت فاصله می‌گیرند و مزایای آن را کاهش می‌دهند. در این زمینه، مفهوم گردشگری روستایی یکپارچه که توسط ساکسنا، کلارک، اولیور و ایلبری (Saxena, Clark, Oliver, & Ilbery, 2007) ارائه شد، با اشاره به «گردشگری که صریحاً با ساختارهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، طبیعی و انسانی مرتبط است، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. محل‌هایی که در آن اتفاق می‌افتد». این مدل که از طریق ساخت شبکه‌های رسمی و غیررسمی که هماهنگی و یکپارچگی محلی را تحریک می‌کند، به دنبال توسعه گردشگری پایدار با مزایای بلندمدت است (Perehygina et al., 2022).

از منظر توسعه پایدار، سرمایه اجتماعی همراه با سرمایه طبیعی، سرمایه انسانی و خود سرمایه منابع انسانی جزء لاینفک مؤلفه تعیین کننده رفاه کشور شده است (Karampela et al., 2021). این عوامل همچنین یکی از عوامل حیاتی برای توسعه منطقه‌ای برای غلبه بر نابرابری‌های نوظهور هستند. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که سرمایه اجتماعی یک عامل اساسی برای شروع و حفظ

توانمندسازی جامعه دارد، درحالی که ساختار سازمانی را می‌طلبد که هماهنگی را در جامعه ارتقا دهد. به دنبال پاسخی برای این سؤال است که مدل گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی چیست؟

پیشینه تحقیق و مبانی نظری

دوره پس از جنگ جهانی دوم یکی از رشدهای اقتصادی عمده بود که عمدتاً توسط نفت، همراه با تمام مکانیسم‌های حمل‌ونقلی که نفت ارزان‌قیمت را فعال می‌کرد - به‌ویژه اتومبیل‌ها و هواپیماها، تأمین می‌کرد (Pato et al., 2021). در همان زمان، تعداد جمعیت در سراسر جهان به لطف پیشرفت‌های پزشکی افزایش یافت. ترس از مشکلاتی که احتمالاً رشد غیرقابل توقف اقتصادی و جمعیتی ایجاد می‌کرد، فراگیر شد. گروه‌های فشار برای بحث و انتقاد از جنبه‌ها و پیامدهای آن رشد به وجود آمدند (Scuttari et al., 2021).

توسعه اقتصادی مناطق روستایی با موانعی مواجه است که مختص آن‌هاست. یکی از موانع اصلی کاهش جمعیت و سالخوردگی است که در دهه‌های اخیر تشدید شده و عامل کمبود عوامل و مروجین است که می‌تواند روند توسعه اقتصادی را آغاز کند. کشاورزی در مقیاس کوچک که برای اقتصاد و جامعه روستایی اهمیت زیادی دارد، از کاهش توان اقتصادی رنج می‌برد و سطح تحصیلات پایین جمعیت، همراه با کمبود مراکز دانشی که بتوانند آموزش دهند، به این معنی است که جایگزین‌های شغلی کمی برای ساکنان این مناطق وجود دارد. این وضعیت به دلیل ساختار ضعیف تجاری و نهادی، جذابیت پایین سرمایه‌گذاری و کسری خدمات و زیرساخت، مشخصه این مناطق، بدتر شده است. این شرایط، مهاجرت روستایی را تشدید می‌کند و در نتیجه باعث از دست دادن عزت‌نفس و احساس تعلق و همچنین بحران هویت در کسانی می‌شود که عقب‌مانده‌اند. بنابراین، نواحی روستایی از چالش‌های جدی در زمینه‌های اجتماعی و اقتصادی رنج می‌برند (Liu et al., 2020).

بالین وجود، مناطق روستایی همچنین دارای ویژگی‌هایی مانند چشم‌انداز روستایی، شرایط برای انجام ورزش‌های طبیعی، آرامش، صلح یا میراث فرهنگی هستند که به‌عنوان دارایی‌های توریستی قوی عمل می‌کنند که منجر به افزایش گردشگری روستایی می‌شود. لین و همکاران (2016)، تصریح می‌کند که در حالت ایده‌آل گردشگری روستایی باید در مناطق روستایی، از نظر عملکردی روستایی، در مقیاس روستایی، در ماهیت سنتی، به‌طور ارگانیک و آهسته رشد کند و توسط جوامع محلی کنترل شود. لین با تعریف گردشگری روستایی نظر خود را در مورد چگونگی توسعه گردشگری روستایی نیز بیان می‌کند (Lane & Kastenholz, 2015). این نوع توسعه گردشگری از طریق

تأثیر چند برابری که ایجاد می‌کند، توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و ایجاد درآمد تکمیلی و توقف یا حتی معکوس کردن مشکل کاهش جمعیت، پتانسیل ایجاد فرآیند احیای مناطق روستایی را دارد. علاوه بر این می‌تواند به حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی و افزایش کیفیت زندگی مردم کمک کند و در نتیجه آن‌ها را به ماندن در منطقه تشویق کند (Milano et al., 2019).

سرمایه اجتماعی همچنین به ارزش پیوند و اعتماد در گروهی از مردم یا جامعه و حداقل یکی از پنج عنصر اصلی اشاره دارد. انسانی، اجتماعی، فیزیکی، مالی و طبیعی. سرمایه اجتماعی پایداری زندگی را تشویق می‌کند (Kishi, 2019). به‌عنوان نهاد یا نهاد، روابط، نگرش‌ها و ارزش‌هایی تعریف می‌شود که بر تعاملات بین افراد حاکم است و به توسعه اقتصادی و اجتماعی کمک می‌کند. در کشورهای توسعه‌یافته، سرمایه اجتماعی به سرمایه‌ای حیاتی برای تولید توسعه پایدار تبدیل شده است. دلیل و نیومن (Dale and Newman, 2018) در تحقیقات خود در کانادا و استرالیا نشان دادند که سرمایه اجتماعی پیش‌نیاز شرایط موردنیاز برای توسعه پایدار جامعه است که دسترسی به منابع خارج از جامعه را به هم متصل و افزایش می‌دهد (Scuttari et al., 2022).

عباسی و همکاران (Abbasi et al., 2022) پژوهشی با عنوان طراحی الگوی توسعه کارآفرینی بوم گردی روستایی با رویکرد کیفی ارائه نمودند. هدف از پژوهش طراحی مدلی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی در شهرستان دزفول هست. این تحقیق از نوع کیفی و از نظر روش اجرا آمیخته‌ای از تحلیل محتوای کیفی و تکنیک دلفی است. نتایج نشان می‌دهد که ترکیب مسئولیت اجتماعی، مسئولیت زیست‌محیطی، رشد و توسعه از طریق اکوتوریسم و نوآوری‌ها و خلاقیت‌های بوم گردی، توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی را فراهم می‌کند. همچنین عامل کالبدی- زیرساختی، عامل اقتصادی، عامل آموزشی و اطلاعاتی، عامل نهادی، عامل محیطی، عامل اجتماعی-فرهنگی و عامل فردی به‌عنوان مهم‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی شناسایی شدند.

مهدی پور و همکاران (Mehdipour et al., 2022)، پژوهشی با عنوان آسیب‌شناسی خانه‌های دوم در نواحی روستایی شهرستان لاهیجان در دو دهه اخیر ارائه نمودند. شهرستان لاهیجان با داشتن جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی فراوان همواره به‌عنوان یکی از کانون‌های گردشگری در استان گیلان بوده است. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد بین تمام مؤلفه‌های زیست پذیری و گردشگری خانه‌های دوم رابطه معنادار وجود دارد و گسترش خانه‌های دوم در مناطق کوهستانی و جنگلی بیشتر از

مناطق ساحلی بوده است و تاثیرات بخش کالبدی- فیزیکی از گردشگری خانه‌های دوم بیشتر از بخش‌های دیگر بوده است.

عسگری و همکاران (Asgari et al., 2022)، پژوهشی با عنوان شناسایی عوامل مزیت‌ساز در گردشگری بافت تاریخی شهر یزد با رویکرد تخریب خلاق ارائه نمودند. براساس ارجاعت صورت گرفته عواملی چون شرایط موجود جهت جذب طبقه خلاق، وجود جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و حفظ هویت آن‌ها، صنایع خلاق و تعامل و هم آفرینی در خلق ارزش‌ها، توجه به خلاقیت و نوآوری و توجه به تحقیق و توسعه به‌عنوان برترین مزایای رقابتی محدوده مورد مطالعه در مقایسه با رقبا تعیین گردید.

شایان و همکاران (Shayan et al, 2022)، پژوهشی با عنوان رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری مبتنی بر تحولات نظام سرمایه‌داری ارائه نمودند. بر این اساس تغییرات رفتاری تقاضای گردشگری بر مبنای سه مؤلفه برنامه‌ریزی، محصولات گردشگری، و خصوصیات، قابل تعریف است. همچنین تغییرات رفتاری عرضه گردشگری، مبتنی بر چهار مؤلفه اقتصادی، برنامه‌ریزی، محصولات گردشگری، و ساختار و کارکرد قابل تعریف است. با سنجش و ارزیابی مدل رفتارشناسی عرضه و تقاضای گردشگری که بر اساس تحولات نظام سرمایه‌داری، در این پژوهش ارائه گردید، زمینه لازم برای آگاهی نسبت به الگوی رفتاری عرضه و تقاضای گردشگری را فراهم می‌آورد که هدایت‌کننده توسعه گردشگری در مناطق مختلف خواهد بود.

میری و همکاران (Miri & Hossein Zahi, 2021)، پژوهشی با عنوان بررسی وضعیت مؤلفه‌های گردشگری خلاق در شهر چابهار و نقش آن در توسعه پایدار شهری ارائه نمودند. نتایج رگرسیون چند متغیره نشان داد که متغیر مالی بیشترین تأثیر را با مقداربتای $0/371$ بر توسعه پایدار شهری داشته است و متغیر گردشگری با مقدار بتای $0/132$ کم‌ترین تأثیر را داشته است.

لین و همکاران (Lane et al., 2022)، پژوهشی با عنوان گردشگری روستایی و پایداری: یک موضوع ویژه، بررسی و به روز رسانی برای سال‌های آغازین قرن بیست و یکم ارائه نمودند. گردشگری روستایی به یک فعالیت جهانی و رو به رشد تبدیل شد. در ابتدا، توسط بسیاری از مفسران به‌عنوان یک فعالیت نسبتاً بی‌اهمیت تلقی می‌شد که احتمالاً در آینده نزدیک محو خواهد شد. با این حال، ثابت کرده است که در توسعه کلی گردشگری بسیار مهم است و راه را برای ایجاد اشکال کاملاً جدید گردشگری بر اساس بازارهای تخصصی در حال رشد سریع پیشرو می‌کند. همچنین به سنگ بنای رشد گردشگری پایدار تبدیل شده است و اکنون نقشی حیاتی در طرح‌های بازآفرینی منطقه‌ای در بسیاری از کشورها و بسیاری از موقعیت‌ها دارد. این مقدمه توسعه

گردشگری روستایی را توضیح می‌دهد. همچنین مقالات منتشر شده در این شماره ویژه را بررسی می‌کند. این سازمان مشتاقانه منتظر آینده‌های ممکن برای گردشگری روستایی در سال‌های آغازین قرن بیست و یکم است.

لی (Li, 2022)، پژوهشی با عنوان بررسی الگوی توسعه گردشگری هوشمند روستایی بر اساس پیشینه اینترنت اشیا ارائه نمود. گردشگری هوشمند درخشان در این زمینه پدید آمده است. این یک مدل عملیات هوشمند کم کربن است که فناوری و مدیریت را ادغام می‌کند، یعنی از فناوری کلان داده به‌عنوان مبنایی برای هوشمندتر کردن گردشگری روستایی سنتی و دیجیتالی کردن استفاده می‌کند. گردشگری هوشمند می‌تواند نقش بسیار خوبی در بهبود مدیریت گردشگری روستایی، توسعه اقتصاد روستایی و بهبود مدیریت و خدمات گردشگری داشته باشد و از این طریق باعث توسعه صنعت گردشگری شود. هدف این تحقیق ساخت و توسعه مدل استراتژیک گردشگری هوشمند روستایی مبتنی بر فناوری داده‌های بزرگ است. از طریق بررسی واقعی گردشگری هوشمند روستایی همراه با ادبیات مرتبط، کاربرد نوآورانه داده‌های بزرگ توصیف و تحلیل می‌شود و تجزیه و تحلیل بلادرنگ جاذبه‌های گردشگری از طریق داده‌های بزرگ انجام می‌شود. تراکم تراکم مردم به گردشگران کمک می‌کند تا مسیرهای متناسب با تراکم را انتخاب کنند و جریان متراکم را به موقع مدیریت می‌کند و به این ترتیب از یک سری خطرات ناشی از تردد بیش از حد مردم به‌طور مؤثر جلوگیری می‌کند و مدیریت گردشگران را تقویت می‌کند. همچنین اقدامات متقابلی را ارائه می‌کند که توسعه گردشگری هوشمند روستایی برای بهبود پلت فرم اطلاعات گردشگری هوشمند روستایی، تدوین استانداردهای خدمات هوشمند، ایجاد پلتفرم خدمات استعدادهای هوشمند و ایجاد مدل جدیدی از بازاریابی گردشگری هوشمند روستایی نیاز دارد.

مدنی (Madani, 2022)، پژوهشی با عنوان بررسی نقش گردشگری روستایی در توسعه اشتغال پایدار ساکنان در دوران پس از کرونا با رویکرد سناریویی ارائه نمود. در مقاله مذکور از تحلیل موضوعی و برنامه‌ریزی سناریو استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش را صاحب نظران مدیریت و برنامه‌ریزی روستایی، گردشگری روستایی، مدیریت دولتی، مددکاری اجتماعی، جامعه شناسی و جغرافیای روستایی تشکیل می‌دهند که به روش نمونه گیری هدفمند مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به یافته‌های مرحله اول که با استفاده از تحلیل موضوعی انجام شد، مضامین استخراج شده از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته در 48 مضمون پایه، 14 موضوع سازمان‌دهی و 4 مضمون جهانی طبقه‌بندی شدند که برای شناسایی عوامل محرک در مرحله بعد مورد استفاده

قرار گرفتند. پس از نتایج کمی، چهار سناریو شامل درهای باز اقتصادی، گردشگری خانه دوم، سپر دفاعی اقتصادی، انزوای اقتصادی و قفل یافت شد. از این رو گردشگری روستایی نه تنها به توسعه اشتغال پایدار کمک می‌کند، بلکه بر ساکنان به‌ویژه اشتغال‌زایی و درآمد آن‌ها تأثیر می‌گذارد. گردشگری روستایی با غنی‌سازی انتخاب‌های شغلی و تنوع بخشیدن به اشتغال پایدار روستایی، منجر به تغییر قابل‌توجهی در تحرک نیروی کار در روستاها شده است.

همان‌طور که از پیشینه پژوهش قابل‌برداشت است اولاً تاکنون در هیچ پژوهشی در مدل‌سازی گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی ارائه نگردیده است، در هیچ‌یک از تحقیقات مشابه خارجی روش تحقیق مورد استفاده در این پژوهش مورد استفاده قرار نگرفته است؛ بنابراین همان‌طور که بیان شد این پژوهش در ایران کاملاً جدید بوده و نوآوری در عنوان و پرداخت و روش تحقیق به‌وضوح جنبه نوآوری این پژوهش را نشان می‌دهد.

مواد و روش تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف پژوهش کاربردی و از حیث روش، کیفی با رویکرد نظریه داده بنیاد (Strauss & Corbin, 1998) بود. در این پژوهش زاویه بندی روش شناختی با استفاده از روشهای مختلف گردآوری دادهها نظیر روش مطالعه کتابخانه‌ای و بررسی منابع و متون تخصصی و همچنین مصاحبه نیمه ساختاریافته رعایت گردید. زاویه بندی داده‌ای نیز که عبارت از کنترل سازگاری منابع داده‌ای متفاوت، در قالب همان روش می‌باشد، نیز در این پژوهش مورد توجه پژوهشگران قرار گرفت و از بیش از یک منبع داده‌ای استفاده شد. مشارکت کنندگان بالقوه آن، کلیه صاحب‌نظران، نخبگان، خبرگان و مدیران گردشگری و مدیریت مناطق روستایی در سال 1402 بودند. روش نمونه‌گیری هدفمند بود و افرادی انتخاب شدند این گروه برای انجام بخش کیفی پژوهش انتخاب شدند و در فرایند مصاحبه شرکت کردند. برای تعیین نمونه‌های این پژوهش و تعیین این گروه از خبرگان از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد (Tabatabaee, Hasani, Mortazavy & Tabatabaieichehr, 2013). در این پژوهش مآخذ اصلی داده‌ها مصاحبه بوده است به طوری که مصاحبه‌های ابتدایی به صورت اکتشافی و توصیفی بوده‌اند و به تدریج پس از انجام هر مصاحبه، کدگذاری مصاحبه به مصاحبه داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها انجام می‌گردید و به وسیله روش مقایسه دائمی داده‌ها کدهای نظری از طریق کدگذاری باز پدیدار می‌گردید و به همین منوال کدگذاری‌های 14 مصاحبه انجام گردید و مفاهیم و طبقات فرعی و اصلی ظهور یافت؛ لازم به ذکر است که متراکم و اشباع شدن طبقات محوری براساس نمونه‌گیری نظری انجام می‌گردید به طوری که با انجام مصاحبه با جامعه آماری پژوهش تا جایی ادامه می‌یافت که مفاهیم آن مقوله متراکم و غنی شود به عنوان مثال با 8 مصاحبه اول که انجام گردید مقوله نوع تغییر متراکم شد در مقوله‌های دیگر مانند نتایج و پیامدها، داده‌ها کافی نبود به همین دلیل مصاحبه‌ها براساس نمونه‌گیری نظری ادامه پیدا کرد تا مقوله موردنظر اشباع شود. لازم به ذکر است که نمونه‌گیری نظری برای مصاحبه‌ها نه براساس تعداد مصاحبه شوندگان بلکه براساس میزان نقش آنها در متراکم کردن مقوله‌ها انجام شده است. تا مصاحبه 14 مصاحبه‌ها به اشباع نظری رسیدند. مدت زمان انجام مصاحبه بین 30 تا 50 دقیقه بود. برای تحلیل داده‌های کیفی پژوهش از طریق گراندد تئوری¹ در نرم افزار ATLAS TI استفاده شد. در این طرح مراحل تحلیل داده‌های کیفی گردآوری شده، در سه مرحله کدگذاری باز²، کدگذاری محوری³ و کدگذاری انتخابی⁴ انجام شد. براساس سؤالات زیر از افراد انتخاب شده در نمونه کیفی مصاحبه انجام شده است:

- 1- نقش سرمایه اجتماعی در زمینه گردشگری روستایی پایدار چیست و چگونه می‌تواند تأثیرگذاری در توسعه پایدار این صنعت داشته باشد؟
- 2- چه انواع داده‌ها و شاخص‌هایی برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در گردشگری روستایی استفاده می‌شود؟
- 3- آیا می‌توانید مثال‌های موفق از کشورهای دیگر یا مناطق مشخصی که از سرمایه اجتماعی برای توسعه گردشگری روستایی پایدار بهره‌برداری کرده‌اند، مطرح کنید؟
- 4- چالش‌ها و موانع اصلی در استفاده از سرمایه اجتماعی برای توسعه گردشگری روستایی پایدار چیست؟
- 5- چه نقشی دولت، مردم، و مجتمع‌های محلی در تقویت و توسعه سرمایه اجتماعی در جامعه روستایی برای پشتیبانی از گردشگری روستایی پایدار دارند؟

¹ Grounded Theory

² Open Coding

³ Axial Coding

⁴ Selective Coding

6- آیا تجربیات شما نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی می‌تواند به بهبود زندگی مردم محلی و تعادل اجتماعی و اقتصادی در روستاها کمک کند؟

7- چه استراتژی‌ها و ابزارهایی برای تشویق مشارکت اجتماعی و افزایش سرمایه اجتماعی در گردشگری روستایی پایدار پیشنهاد می‌کنید؟

8- چه اقداماتی برای افزایش آگاهی و آموزش مردم محلی و افراد مشارکت‌کننده در صنعت گردشگری روستایی به منظور بهره‌برداری بهینه از سرمایه اجتماعی انجام می‌دهید؟

9- آیا تأثیر سرمایه اجتماعی در تجربه گردشگران و رضایت آن‌ها از سفرهایشان در مناطق روستایی را مورد بررسی قرار داده‌اید؟

بحث و یافته‌های تحقیق

توصیف آماری مشخصات مشارکت‌کنندگان بخش میدانی در جدول 1 ارائه شده است

جدول 1. ویژگی‌های جمعیتی شناختی مصاحبه‌شوندگان

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	6	43%
	مرد	8	57%
تحصیلات	کارشناسی ارشد	10	71%
	دکتری و بالاتر	4	29%
سابقه کار	20-15	5	36%
	25-20	7	50%
	25 و بالاتر	2	14%
	40-30	6	43%
سن	50-40	6	43%
	50 و بالاتر	2	14%

به منظور کدگذاری باز، تمامی مصاحبه‌ها در نرم افزار Atlasti وارد، بررسی‌های لازم انجام شده و کدهای مورد نظر استخراج شدند. برچسب گذاری کدها با استناد به مصاحبه‌ها انجام شده است و محقق سعی کرده است تا حد ضرورت به بینش افراد نسبت به پاسخ داده شده پایبند باشد تا از هرگونه سوگیری احتمالی و ناخواسته تا حد امکان جلوگیری شود. محقق در تمام فرایند کدگذاری‌ها به حساسیت نظری که از اصول تحقیق نظریه پردازی داده بنیاد است پایبند بوده است و این کار را جهت غنای هرچه بیشتر تحقیق انجام داده است. در جدول 2 نمونه‌ای از کدگذاری مصاحبه‌های انجام شده مشخص شده است.

جدول 1. مصاحبه‌های کدگذاری شده

کد	مصاحبه
- شبکه‌ها، ارتباطات و روابط انسانی - افزایش مشارکت مردم محلی در توسعه گردشگری روستایی - تشویق به توسعه فرهنگ محلی و میراث فرهنگی. - افزایش رضایت گردشگران از تجربه‌هایشان. - ایجاد ارتباطات قوی بین مشارکت‌کنندگان در صنعت گردشگری روستایی.	نقش سرمایه اجتماعی در زمینه گردشگری روستایی پایدار به عنوان یک عامل مهم برای توسعه پایدار این صنعت بسیار مهم است. سرمایه اجتماعی شامل شبکه‌ها، ارتباطات و روابط انسانی در جامعه محلی است. این سرمایه اجتماعی می‌تواند به تعدادی از موارد زیر تأثیرگذار باشد: • افزایش مشارکت مردم محلی در توسعه گردشگری روستایی. • تشویق به توسعه فرهنگ محلی و میراث فرهنگی. • افزایش رضایت گردشگران از تجربه‌هایشان. • ایجاد ارتباطات قوی بین مشارکت‌کنندگان در صنعت گردشگری روستایی.
- تعداد و نوع شبکه‌های اجتماعی محلی. - سطح مشارکت اجتماعی در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با گردشگری. - سطح اعتماد و همبستگی در جامعه محلی.	اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی در گردشگری روستایی می‌تواند از معیارها و شاخص‌هایی متنوع استفاده کند. برخی از این شاخص‌ها عبارتند از: تعداد و نوع شبکه‌های اجتماعی محلی. سطح مشارکت اجتماعی در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با گردشگری.

کد	مصاحبه
-تعداد و کیفیت رویدادها و فعالیت‌های اجتماعی محلی. -اندازه‌گیری تأثیر مشارکت اجتماعی در توسعه پروژه‌های گردشگری	سطح اعتماد و همبستگی در جامعه محلی. تعداد و کیفیت رویدادها و فعالیت‌های اجتماعی محلی. اندازه‌گیری تأثیر مشارکت اجتماعی در توسعه پروژه‌های گردشگری.
-برگزاری جشن‌ها و رویدادهای محلی - ایجاد شبکه‌های اجتماعی محلی و ترویج فرهنگ محلی	مثال‌های موفق از کشورهای دیگر وجود دارد که از سرمایه اجتماعی برای توسعه گردشگری روستایی پایدار بهره‌برداری کرده‌اند. برای مثال، ایتالیا با برگزاری جشن‌ها و رویدادهای محلی، توانسته است گردشگران را به مناطق روستایی جذب کند. همچنین، کشورهای اسکاندیناوی با ایجاد شبکه‌های اجتماعی محلی و ترویج فرهنگ محلی به توسعه گردشگری در روستاها کمک کرده‌اند.
-کمبود آگاهی و توانمندی در جامعه محلی برای مشارکت در صنعت گردشگری -نبود زیرساخت‌های لازم برای توسعه گردشگری روستایی -ایجاد تعادل بین توسعه گردشگری و حفاظت از محیط زیست و میراث فرهنگی -مدیریت مشکلات مرتبط با تراکم گردشگری در مناطق روستایی.	موانع اصلی در استفاده از سرمایه اجتماعی برای توسعه گردشگری روستایی پایدار ممکن است عبارت باشند از: کمبود آگاهی و توانمندی در جامعه محلی برای مشارکت در صنعت گردشگری. نبود زیرساخت‌های لازم برای توسعه گردشگری روستایی. ایجاد تعادل بین توسعه گردشگری و حفاظت از محیط زیست و میراث فرهنگی. مدیریت مشکلات مرتبط با تراکم گردشگری در مناطق روستایی.
-حمایت‌ها مالی و سیاسی - ترویج توسعه پایدار و تدوین قوانین مناسب - مشارکت در پروژه‌ها و بازاریابی میراث فرهنگی محلی - برنامه‌ها و رویدادهای محلی	دولت می‌تواند با ارائه حمایت‌ها مالی و سیاستی، ترویج توسعه پایدار و تدوین قوانین مناسب به تعدادی از این نقش‌ها کمک کند. مردم محلی می‌توانند با مشارکت در پروژه‌ها و بازاریابی میراث فرهنگی محلی نقش مهمی ایفا کنند. مجتمع‌های محلی می‌توانند برنامه‌ها و رویدادهای محلی را ترویج کنند و فرصت‌های شغلی محلی ایجاد کنند.
-بهبود زندگی مردم محلی و تعادل اجتماعی و اقتصادی - تشویق مشارکت اجتماعی و توسعه مهارت‌های افراد محلی	بله، تجربیات نشان می‌دهد که سرمایه اجتماعی می‌تواند بهبود زندگی مردم محلی و تعادل اجتماعی و اقتصادی در روستاها کمک کند. با تشویق مشارکت اجتماعی و توسعه مهارت‌های افراد محلی، می‌توان تأثیر مثبتی بر روی اقتصاد محلی و اشتغال ایجاد کرد.

در ادامه براساس ابعاد مدل داده بنیاد اشتراوس و کوربین (Strauss & Corbin, 1998)، دسته بندی کدهای شناسایی در جداول 3 تا 7 مشخص شده است.

جدول 3. کدگذاری باز داده های کیفی (شرایط علی)

کد اولیه	مقوله	کدمحوری
تنوع محصول	شرایط کشاورزی	شرایط علی
تنوع الگوی کشت با توجه به تنوع گروه های مردمی		
تکثر فرهنگ های کشاورزی		
تنوع بسترهای کشت		
تنوع در محصولات کشاورزی و باغی		
مهمان نوازی مردم	شرایط فرهنگی و اجتماعی	
سنتی بودن افکار غالب روستا		
ذهنیت مردم نسبت به افراد غریبه		
شناسایی رفتارهای توده ای منطقه		
اهمیت مناسبات مذهبی		
ارزش ها و اعتقادات مردم		
خرافه و سنت گرایی در منطقه		
سطح تحصیلات مردم		
الگوگیری اجتماعی منطقه		
تعریف و شناخت روستا	شرایط روستا	
نقاط قوت و ضعف روستا		
شناسایی تعداد خانوار		
دارا بودن اقالیم مختلف روستایی و طبیعی	جاذبه های گردشگری	
آرامش و دوری از هرج و مرج زندگی شهرنشینی		
حیوانات وحشی و گیاهان منحصر به فرد		

کدمحوری	مقوله	کد اولیه
		آثار تاریخی و معماری
		جاذبه های مذهبی و امامزاده ها
		مناظر دریا، جنگل، زراعی متنوع
		تنوع خاک
		پوشش گیاهی و میزان آب
	شرایط مالی	سطح درآمد منطقه
		توانایی مالی کشاورزان
		پتانسیل درآمدزایی منطقه
		وضعیت سرمایه گذاری
		حمایت مالی دولتی

جدول 4. کدگذاری باز داده های کیفی (شرایط راهبردی)

کدمحوری	مقوله	کد اولیه
راهبرد	استراتژی های بازاریابی	برند سازی گردشگری منطقه ای
		استفاده از ابزار بازاریابی و تبلیغاتی نوین
		نیازسنجی گردشگران و تحقق نیازهای آنها در منطقه
		مدیریت برند محصولات روستایی
		استفاده از رسانه های اجتماعی متعدد
		شهرت سازی در یک زمینه خاص گردشگری
	حمایت و پشتیبانی	سازماندهی منابع روستایی
		ثبات در قوانین حمایت از گردشگری روستایی
		مردم سالاری و نظرخواهی از روستاییان
		حمایت از گردشگری روستایی
		حمایت از ارزش های اجتماعی منطقه
		نظارت و ارزیابی عادلانه رویه توسعه گردشگری روستایی
		حمایت مالی و ایجاد صندوق سرمایه گذاری گردشگری روستایی
		تشویق سرمایه گذاران (معافیت از مالیات و موارد مشابه)
	توانمندسازی محلی	آموزش مهارت های کارآفرینی به مردم
		توسعه کارهای تیمی و گروهی
		فرهنگ سازی برای توسعه گردشگری در منطقه
		آموزش روش های نوین کشاورزی
		آموزش قوانین و مقررات محیط زیست
		ترویج جهان وطن گرایی (کاهش تعصبات بومی)
		فرهنگ سازی حفظ ارزش های اجتماعی
		ایجاد تورهای گردشگری روستایی
	مدیریت و برنامه ریزی گردشگری	ایجاد امکانات رفاهی برای گردشگران بین المللی
		الگو برداری از مناطق روستایی گردشگری موفق
		ایجاد نهادها و تشکل های فعال گردشگری
		بهبود نقاط ضعف منطقه از نظر گردشگری
		ایجاد مزیت رقابتی غیر قابل تقلید از نظر گردشگری
		ایجاد سایت گردشگری منطقه ای
	توسعه محصولات روستایی	حصیربافی و صنایع دستی
		تولید گیاهان دارویی
		ایجاد گلخانه های کشاورزی
		کشت میوه های با کیفیت محلی
		تولید خشکبار و تولید لبنیات محلی
		کشت محصولات جدید برحسب نیاز گردشگران

جدول 5. کدگذاری باز داده های کیفی (پیامدها)

کد محوری	مقوله	کد اولیه
پیامد	ارزش آفرینی	خلق ارزش پایدار و افزوده در روستا
		تحقق اهداف حمایت از تولیدات ملی
		رونق اقتصادی
		افزایش درآمد ارزی
		سودآوری
		فرهنگ سازی و توسعه ارزش های روستایی
		افزایش کارایی برنامه های راهبردی روستایی
		افزایش کارایی قوانین و مقررات گردشگری روستایی
		بهبود معیشت
		رفع بیکاری
	کار آفرینی	افزایش کسب و کار های روستایی
		بهبود خرید و فروش محصولات روستایی
		بهبود مهارت افراد در تامین نیروی انسانی از روستا
		افزایش امنیت اجتماعی
		افزایش مشارکت روستاییان
		پیوند دوستی و جمعی
		افزایش احساس اعتماد
		بهبود جایگاه ارزش های اجتماعی
		حس تعلق به روستا
		انسجام و همبستگی اجتماعی
	توسعه سرمایه اجتماعی	توسعه گردشگری سبز منطقه
		حفظ منابع طبیعی و فرهنگی منطقه و جلوگیری از تخریب محیط زیست به عنوان نتیجه ای از مدیریت مسئولانه گردشگری
		توسعه گردشگری سلامت
		توسعه گردشگری تفریحی
		شهرت برند گردشگری روستایی منطقه
	توسعه منطقه	

جدول 6. کدگذاری باز داده های کیفی (شرایط زمینه ای)

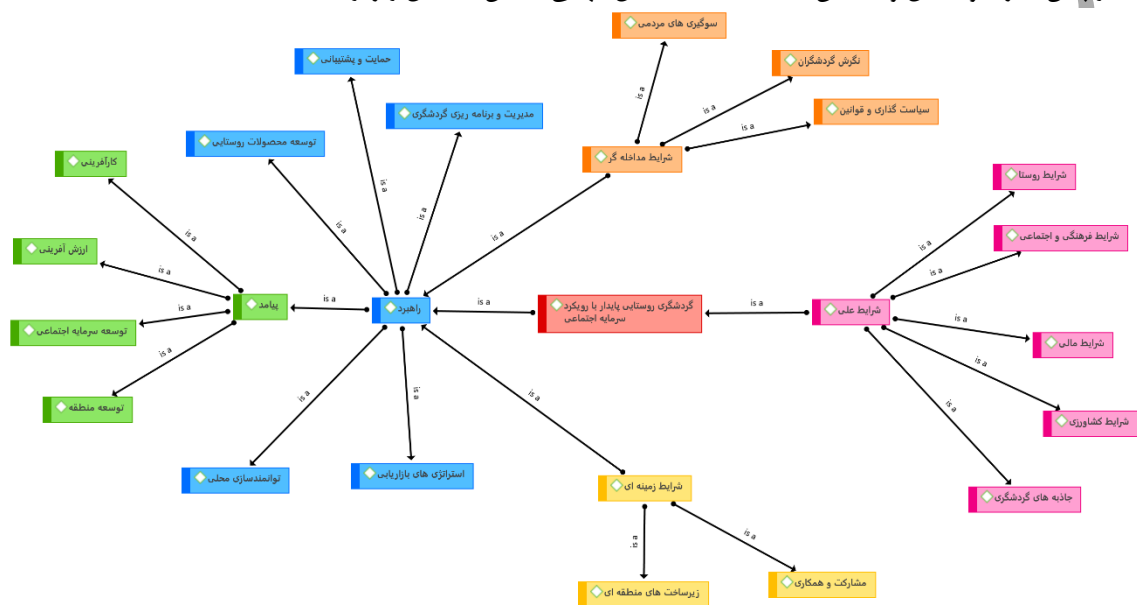
کد محوری	مقوله	کد اولیه
شرایط زمینه ای	مشارکت و همکاری	همکاری نهادهای وابسته به روستا
		نظارت سازمان گردشگری
		شرکت های تعاونی در جهت محصولات کشاورزی
		دسترسی راه ها و خطوط ارتباطی
		دسترسی به شرایط بهداشتی مناسب
	زیرساخت های منطقه ای	دسترسی به انرژی های لازم (آب، برق و گاز)
		پهنای باند اینترنت
		مکان یابی محل دفن زباله
		دسترسی به خانه بهداشت و اورژانس

جدول 7. کدگذاری باز داده های کیفی (شرایط مداخله گر)

کد محوری	مقوله	کد اولیه
شرایط مداخله گر	سیاست گذاری و قوانین	قوانین سازمان میراث فرهنگی
		قوانین اداره حفاظت از محیط زیست
		قوانین برنامه ریزی روستایی و شهرسازی
		قوانین صنعت و معدن و تجارت
		نگرش روستاییان نسبت به افراد غریبه
	سوگیری های مردمی	

کدمحوری	مقوله	کد اولیه
نگرش گردشگران	مهاجرت روستاییان	
	نگرش مردم نسبت به شهرنشینی	
	بی میلی و بی انگیزگی روستاییان	
	ارزش درک شده گردشگری روستایی توسط گردشگران	
	درک آرامش و سلامت گردشگری روستایی	
	احساس امنیت منطقه گردشگری روستایی	
	ریسک درک شده گردشگری روستایی نسبت به انواع گردشگری	
	تجربه پیشین گردشگران و بازگشت مجدد	
	تبلیغات دهانی (منفی یا مثبت) گردشگران به افراد جدید	

بعد از پایان تجزیه و تحلیل و سنجش داده‌های مختلف، مدل نهایی تحقیق به شکل زیر ارائه شده است:



شکل 1. مدل داده بنیاد گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی (خروجی نرم افزار ATLAS.TI)

نتیجه گیری و ارائه پیشنهادها

هدف تحقیق حاضر مدل سازی گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی در استان فارس بوده است. از روش کیفی داده بنیاد، مقوله های تحقیق در 6 بعد استخراج شدند. شرایط علی عبارتست از حوادث یا رویدادهایی که به وقوع یا گسترش پدیده ای می انجامد. در پژوهش حاضر براساس دیدگاه مشارکت کنندگان مقوله های شرایط کشاورزی؛ شرایط فرهنگی و اجتماعی، شرایط روستا، جاذبه های گردشگری و شرایط مالی شناسایی شده و آن را به مقوله وسیع تر دیگری به نام شرایط علی ارتباط داده شده است. راهبردها مبتنی بر کنش ها و واکنش هایی برای کنترل، اداره و بازخورد پدیده مورد بررسی هستند. راهبردها هدفمند هستند به دلیلی صورت می گیرند. همواره شرایط مداخله گری نیز حضور دارند که راهبردها را سهولت می بخشند و یا آن را محدود می کنند. راهبردهای شناسایی شده

عبارتند از : استراتژی های بازاریابی، حمایت و پشتیبانی، توانمندسازی محلی، مدیریت و برنامه ریزی گردشگری و توسعه محصولات روستایی. نتایجی که در اثر راهبردها پدیدار می شود. پیامدها نتایج و حاصل کنش ها و واکنش ها هستند. پیامدها را همواره نمی توان پیش بینی کرد و الزاما همان هایی نیستند که افراد قصد آن را داشته اند. پیامدها ممکن است حوادث و اتفاقات باشند، شکل منفی به خود بگیرند، واقعی یا ضمنی باشند و در حال یا آینده به وقوع بپیوندند. هم چنین این امکان وجود دارد که آن چه که در برهه ای از زمان پیامد به شمار می رود در زمانی دیگر به بخشی از شرایط و عوامل تبدیل شوند. پیامدهای شناسایی شده عبارتند از ارزش آفرینی، کارآفرینی، توسعه سرمایه اجتماعی و توسعه منطقه. بستر یا زمینه مجموعه مشخصه های ویژه ای است که به پدیده مورد نظر دلالت می کند؛ یعنی محل حوادث و وقایع متعلق به پدیده. بستر نشانگر مجموعه شرایط

خاصی است که در آن راهبردهای کنش و واکنش صورت می پذیرد. مشارکت و همکاری و زیرساخت های منطقه ای به عنوان شرایط زمینه ای مشخص شدند. شرایط ساختاری که به پدیده ای تعلق دارند و بر راهبردهای کنش و واکنش اثر می گذارند. آنها راهبردها را در درون زمینه خاصی سهولت می بخشند یا آنها را محدود و مقید می کنند. مولفه های سیاست گذاری و قوانین، سوگیری های مردمی و نگرش گردشگران به عنوان شرایط مداخله گر شناسایی شدند.

مدل گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی به منظور توسعه پایدار روستاها و تقویت ارتباطات اجتماعی در آنها طراحی شده است. استفاده از رویکرد سرمایه اجتماعی در مدل گردشگری روستایی پایدار، منجر به تقویت ارتباطات میان اهالی محلی، جوانان و گردشگران می شود. این ارتباطات اجتماعی بهبودی را در زندگی روستایی ها، افزایش همبستگی اجتماعی و توسعه مشارکتی در تصمیم گیری های مربوط به گردشگری روستایی به همراه دارد. علاوه بر این، با توجه به اهمیت سرمایه اجتماعی، اهالی محلی می توانند همبستگی و همکاری را در زمینه های مختلف مانند حفظ محیط زیست، حفظ و ارتقای فرهنگ محلی و توسعه اقتصادی روستا تقویت کنند. در نتیجه، مدل گردشگری روستایی پایدار با رویکرد سرمایه اجتماعی می تواند به توسعه پایدار و ارتقای کیفیت زندگی در روستاها کمک کند. براساس نتایج به دست آمده پیشنهادهای زیر ارائه شده است:

ایجاد فرصت های تعامل اجتماعی: با ایجاد فضاها و فرصت هایی برای تعامل بین اهالی محلی، جوانان و گردشگران، سرمایه اجتماعی قوی تری شکل می گیرد. می توان از رویدادها، جشنواره ها، نمایشگاه ها و کارگاه های مشترک استفاده کرد تا این تعاملات اجتماعی ترویج یابد.

ترویج مشارکت مردمی: با ایجاد فرصت های مشارکت مردمی در تصمیم گیری های مربوط به گردشگری روستایی، اهالی محلی

می توانند به شکلی فعال در طرح و برنامه ریزی مشارکت کنند. برگزاری جلسات اطلاع رسانی، گروه های کاری و فرصت های مشارکت در تصمیم گیری های مهم، سرمایه اجتماعی را تقویت می کند.

حمایت از فرهنگ محلی: حفظ و تقویت فرهنگ محلی، هویت روستا و ارتباطات اجتماعی را تقویت می کند. با توجه به اینکه گردشگران علاقه مند به تجربه فرهنگ و سنت های محلی هستند، حمایت از صنایع دستی محلی، رستوران ها و هتل های محلی و برگزاری فعالیت های فرهنگی محلی می تواند سرمایه اجتماعی را تقویت کند.

ارتقای آموزش و آگاهی: با ارائه آموزش و آگاهی به اهالی محلی و گردشگران درباره مسائل محیط زیست، فرهنگ محلی و ارتباطات اجتماعی، سطح آگاهی جامعه افزایش می یابد. این آگاهی می تواند به تقویت ارتباطات و تعاملات مثبت بین اهالی محلی و گردشگران کمک کند.

تشویق به همکاری و همبستگی: تشویق اهالی محلی و گردشگران به همکاری و همبستگی در پروژه ها و فعالیت های مرتبط با گردشگری روستایی، سرمایه اجتماعی را تقویت می کند. این همکاری و همبستگی می تواند بهبودی در زندگی روستایی های روستایی و توسعه پایدار را به همراه داشته باشد.

سپاس گذاری

از «وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی» واقع در شهر شیراز که در توزیع و جمع آوری مصاحبه و هماهنگی های لازم نهایت همکاری و مساعدت را داشته اند، کمال تشکر و قدردانی بعمل می آید.