



تدوین مدل پارادایمیک توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران

مریم صداقت^۱، محمود ضیایی^۲

DOI:10.22034/jtd.2023.366264.2680

چکیده

در بسیاری از کشورها، گردشگری راه اصلی و چه بسا تنها راه توسعه است. بنابراین، باید مطمئن بود گردشگری به شیوه‌ای توسعه یابد که سهم آن در توسعه پایدار مقصد بهینه باشد. هدف پژوهش حاضر تدوین مدل بومی سازی شده به منظور توسعه پایدار گردشگری برای جمهوری اسلامی ایران است. روش پژوهش تحلیل داده بنیاد است و جامعه آماری این پژوهش متشکل از خبرگان صنعت گردشگری است که به روش گلوله برفی انتخاب شده و مورد مصاحبه نیمه ساختاریافته قرار گرفته‌اند. دستاورد اصلی این پژوهش ارائه مدلی هم پیوند و شبکه‌ای برای توسعه پایدار گردشگری شامل عوامل سببی (نگرانی‌های زیست محیطی ایران، اهمیت تأثیرات گردشگری و بعد ژئوپولیتیک ایران)، عوامل محوری (پایداری منابع گردشگری، آینده‌نگری در حفظ منابع گردشگری و عدالت و برابری در استفاده از منابع گردشگری)، عوامل زمینه‌ای (مشارکت و انسجام ذی نفعان گردشگری، فرهنگ سازی با توجه به گردشگری و آموزش و پژوهش گردشگری)، عوامل ساختاری (حس مکان گردشگری، مدیریت مالی گردشگری، ایمنی و امنیت در گردشگری، علم و فناوری‌های نوین گردشگری و حکمروایی خوب در گردشگری)، عوامل مدیریتی (خط مشی گذاری و برنامه ریزی گردشگری، بازاریابی گردشگری، مدیریت منابع زیست محیطی کشور، مدیریت منابع گردشگری، مدیریت کیفیت جامع گردشگری و ارزیابی و نظارت پایداری گردشگری) و عوامل پیامدی (غناي فرهنگی کشور، حفاظت از منابع گردشگری، رضایت گردشگران و رفاه و کیفیت زندگی) است.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۷

واژه‌های کلیدی:

تحلیل داده بنیاد، توسعه پایدار گردشگری، مدل پارادایمیک، ایران

مقدمه

رهیافت گردشگری پایدار گردشگری را در غالب مرزها بررسی می‌کند و رابطه مثلث‌واری میان جامعه میزبان و سرزمین آن را از یک سو و جامعه میهمان یعنی گردشگران را از سویی دیگر با صنعت گردشگری برقرار می‌کند و قصد دارد فشار و بحران موجود بین این سه را تعدیل کند و در طولانی مدت موازنه‌ای میان آن‌ها برقرار سازد (Qadri, 2003: 135). با این حال، موضوعی که پیرامون مفهوم گردشگری پایدار مطرح بوده و سبب شده تا این موضوع در سطح جهان پذیرفته نشود دور ماندن آن از موضوع اساسی توسعه پایدار است. مفهوم گردشگری پایدار بر پایدار کردن گردشگری تأکید می‌کند نه پایدار کردن اجتماع و محیطی که

گردشگری در آن قرار دارد (Rezvani, 2008: 128). اما در توسعه و برنامه ریزی فعالیت‌های گردشگری در قالب رویکرد پایداری باید به پایداری عرصه‌ها، محیط‌های جغرافیایی و پایداری فعالیت‌های گردشگری به طور جامع و نظام مند توجه شود (Mahdavi et al., 2017: 10).

انتقاد دیگر به گردشگری پایدار این است که هنوز مفهومی پیچیده و مبهم است. این بحث مطرح است که پایداری ممکن است ارزش عملی لازم برای توجه به موضوعات و مسائل پایداری را نداشته باشد. در این انتقادات، گردشگری پایدار مفهومی ایدئال در نظر گرفته می‌شود که فقط برای مباحث فلسفی و اجتماعی مفید است (Rezvani, 2008: 128). توسعه پایدار

۱. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران (نویسنده مسئول). maryam.sedaghat@khu.ac.ir
 ۲. استاد مدیریت گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.



گردشگری رهیافت جدیدی به رویکرد گردشگری پایدار محسوب می‌شود که از ۱۹۹۲ (بعد از کنفرانس ریو) و در طی موج سوم توسعه گردشگری مطرح شد. در این رهیافت، اصول اساسی توسعه و توسعه پایدار بیش از خود گردشگری و اجزا و عناصر آن مد نظر قرار گرفت؛ زیرا، در رهیافت توسعه گردشگری پایدار، گردشگری چرخه‌ای برای توسعه پایدار قلمداد می‌شود که در آن به تمام تأثیرات احتمالی اقتصادی، اجتماعی و محیطی گردشگری در کنار ذی‌نفعان توجه می‌شود (Waligo et al., 2013).

اما یکی از ضعف‌های مفهوم توسعه پایدار گردشگری این است که اصول و هدف‌های این مفهوم در مجموعه‌ای از رهنمودها بیان شده است که به‌طور کلی طرح اولیه‌ای به‌نسبت انعطاف‌ناپذیر و غرب‌محور از توسعه گردشگری را نشان می‌دهد. تمامی مدل‌های توسعه پایدار گردشگری غیربومی بر ابعاد چهارگانه رایج (اقتصادی، زیست‌محیطی، فرهنگی و اجتماعی و سیاسی) تمرکز دارند و کمتر به ارائه‌گویه‌ها متناسب با ساختار مقصدها پرداخته‌اند. به عبارت دیگر، آن‌ها رویکردی هماهنگ در زمینه توسعه گردشگری ارائه کرده‌اند که معمولاً براساس اداره حدود تغییرات پذیرفتنی زیست‌محیطی و اجتماعی است و انواع نامحدود موقعیت‌های توسعه گردشگری را توجیه نمی‌کند؛ به این معنا که مقصدها از نظر عوامل متعددی از جمله نیازهای توسعه‌بخشی محلی و نظام‌های برنامه‌ریزی، بلوغ و تنوع اقتصاد محلی با هم تفاوت دارند» (Sharpley & Telfer, 2015: 88).

از سوی دیگر، امروزه بحث درباره توسعه پایدار بدون در نظر گرفتن تفسیر، تبیین و اندازه‌گیری نمی‌تواند واجد هیچ‌گونه ارزشی باشد و بر این اساس برنامه‌ریزی و مدیریت توسعه پایدار نیازمند تفسیر و تبیین و اندازه‌گیری است. با این توصیف، ابزارها و روش‌هایی برای تفسیر و تبیین و اندازه‌گیری پیشرفت به‌سمت توسعه پایدار در صنعت گردشگری طراحی شده‌اند. با این حال، به دلیل وجود دیدگاه‌های متفاوت، منبعی وجود ندارد که در بردارنده روشی پذیرفته‌شده و کاربردی در تمام مناطق و بخش‌ها باشد (Mahdavi et al., 2017: 10)؛ زیرا از یک سو، علی‌رغم شکل‌گیری شاخص‌ها و ابزارها در سطوح جهانی و منطقه‌ای (Espinosa et al., 2008: 646)، در تفسیر و سنجش پایدار گردشگری به‌منزله سطح محلی مشکلاتی وجود دارد و از سوی دیگر شاخص‌های موجود عمدتاً براساس رویکرد بالا به

پایین بوده (Riley, 2001: 246) و مؤسسات ذی‌نفع متناسب با درک مفهوم توسعه پایدار گردشگری آن‌ها را طراحی کرده‌اند (Bell & Morse, 2003: 627). همچنین، نگاه راهبردی و آینده‌نگر به وضعیت پایداری در گردشگری در کشور وجود ندارد. بر این اساس، شاخص‌شناسی و انتخاب مدل و الگوهای مناسب برای ارزیابی وضع موجود پایداری برای دستیابی به الگوی مطلوب در آینده بسیار ضروری و اساسی است. به این ترتیب، باید گفت که مجموعه بحث‌های پیشین این نکته راهبردی را تقویت می‌کند که مفهوم پایداری به‌منظور تحقق توسعه پایدار گردشگری می‌تواند تحقق و ارتقا یابد. با این حال، تأکید می‌کنیم که برای گردشگری باید با توجه به اقتصاد کلان هر کشور و متن جامعه و مفهوم پایداری برنامه‌ریزی کرد. علاوه بر این، به‌مانند ایده‌های مکتب ساختاری از اندیشه وابستگی، توسعه پایدار گردشگری به افزایش ارتباط با جوامع محلی و افزایش مشارکت جامعه در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری نیاز دارد که باید به آن توجه کافی کرد و به توسعه و ترویج آن کمک کرد. یکی از عوامل یکسان‌سازی در رهیافت کل‌گرا در پایداری تبیین مفهوم پایداری و سیاست‌گذاری‌های آن، تدوین چهارچوب نظام‌مند برای سنجش و ارزیابی میزان پایداری در مسیر توسعه پایدار است. در این خصوص، به سازوکاری جامع نیاز است تا پیشرفت به‌سوی این اهداف را به‌شکلی مؤثر اندازه‌گیری کند. یکی از روش‌ها برای شناسایی و توجه به این چالش‌ها ابداع و به‌کارگیری شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری در چهارچوب و الگویی منظم است. در این خصوص، هرچند در ادبیات و نظریات توسعه و توسعه پایدار گردشگری ایران در دهه گذشته مفاهیم پایداری افزایش چشمگیری یافته است، مطالعات نشان می‌دهد که در ایران این پارادایم با چالش‌ها، مسائل و مشکلات بسیاری همراه است و به چهارچوبی منظم و نظام‌مند با در نظر گرفتن دیدگاه‌های خبرگان صنعت گردشگری نیاز است. به همین دلیل، یکی از اهداف بنیادین تحقیق حاضر شرح و بسط مدل شبکه‌ای مناسبی برای تبیین و طراحی مدل پارادایمی پیشنهادی به‌منظور توسعه پایدار گردشگری ایران است.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

حرکت از گردشگری انبوه به‌سوی رویکرد توسعه پایدار گردشگری از دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و مفهوم توسعه پایدار وارد ادبیات گردشگری شد (Lane, 2018: 161)



بعد گردشگری پایدار یعنی ابعاد اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی و تمرکز بر پنج رکن اصلی توسعه گردشگری پایدار شامل جاذبه های گردشگری، قابلیت دسترسی، جذابیت، پشتیبانی و مشارکت جوامع محلی دریافتند که برای دستیابی به گردشگری پایدار توسعه مدلی برای تمام این پنج رکن لازم و ضروری است (Maftuhah & Wirjodirdjo, 2018). کاردناس و همکاران (2015) نیز برای موفقیت توسعه پایدار گردشگری بیان کردند که باید تمام ابعاد توسعه به صورتی هم پیوند در نظر گرفته شوند و چهارچوب توسعه پایدار بر لزوم توازن میان این ابعاد تأکید داشته باشد (Cardenas et al., 2015: 256). همچنین، سازمان جهانی گردشگری^۱ (1993) در پژوهشی تحت عنوان «شاخص های توسعه پایدار گردشگری» به این نتیجه رسید که توسعه پایدار گردشگری دارای دو جنبه حفاظت از محیط زیست و منابع و میراث فرهنگی جوامع است. از این رو، گردشگری پایدار باید با سیاست مشخص و مدونی به اجرا درآید تا بتواند حرکت امیدبخش در توسعه همه جانبه فضاهای جغرافیایی را تضمین کند. همان طور که بررسی شد، اکثر تحقیقات انجام شده فقط به جنبه های محیطی و اقتصادی توسعه پایدار گردشگری پرداخته اند (Zeng & Ryan, 2012: 341)، اما ریچی^۲ و هال^۳ توسعه پایدار را مفهومی سیاسی می دانند و معتقد هستند که دستیابی به هدف پایداری گردشگری در جامعه به شدت به نظام سیاسی و توزیع قدرت جامعه مورد بحث بستگی دارد. برای مثال، برخلاف این حقیقت که یکی از اهداف اصلی گردشگری پایدار بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی هم در کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته است، دولت ها همه فرایند توسعه گردشگری را کنترل و هدایت می کنند. در نتیجه، ساکنان محلی اغلب با فرایندهای تصمیم گیری بیگانه اند یا از فرایندهای تصمیم گیری دور نگه داشته می شوند (Ghadami & Gholamian Bai, 2014: 119).

موسایی و همکاران (2012) بیان می کنند که موانع توسعه پایدار گردشگری در ایران در بسیاری از حوزه های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی قابل پیگیری نیست و دلیل آن را فقدان اولویت بندی و دسته بندی شاخص های مؤثر در توسعه گردشگری پایدار می دانند و بر این باور هستند که کشور ایران فاصله بسیاری تا

سیاست توسعه پایدار (Van der Duim, 2007: 965). گردشگری امروزه رویکردی عمومی است که از طریق دولت ها به آن توجه شده است تا گردشگری از لحاظ بوم شناسی در طولانی مدت قابل قبول، از لحاظ مالی خودکفا و از نظر دیدگاه های اجتماعی و اخلاقی برای جوامع محلی مفید و نویدبخش باشد (Altinay & Kashif, 2005).

توسعه پایدار گردشگری فرایندی است که نیازهای گردشگران و جامعه میزبان را تأمین و در عین حال از فرصت های آینده حمایت می کند و مدیریت تمامی منابع را به منظور تأمین انواع نیازهای اقتصادی و اجتماعی به همراه دارد (Risteskia et al., 2012: 429; Fazenda et al., 2010: 377). باتلر بیان می کند توسعه پایدار گردشگری به توسعه گردشگری با تأکید بر جامعه میزبان می پردازد (Weaver & Lawton, 2002: 348; Byrd Jr, 2003: 23). این نوع توسعه باید پیوند اقتصادی بلندمدتی میان جامعه هدف و فعالیت ها برقرار کند و آثار منفی گردشگری در محیط طبیعی و رفاه اجتماعی فرهنگی جامعه مورد بازدید را به حداقل برساند. همچنین، تصمیم گیری و فرایند توسعه پایدار گردشگری مستلزم درگیری (مشارکت) چندگانه ذی نفعان در همه سطوح برنامه ریزی و سیاست گذاری با همکاری دولت ها، سازمان های مردم نهاد، ساکنان محلی و فعالان اقتصادی است. در فرایند مشارکتی است که میزان، نوع و کیفیت گردشگری مورد نظر هر جامعه تعیین می شود (Lee, 2001: 290; Tosun, 2001: 290; Malik & Bhat, 2015: 12; Lee & Hsieh, 2016: 779). متیو و سرچیش (2017) به جنبه های زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی توسعه گردشگری در اصول پایداری اشاره می کنند و بر تعادل مناسب بین این سه بعد برای ایجاد پایداری بلندمدت تأکید می کنند (Mathew & Sreejesh, 2017: 84). جانوس و باجدور (2013) نیز بیان می کنند که چهارچوب توسعه پایدار گردشگری شامل رهنمودها و اقداماتی است که نه تنها باید در حوزه های خاص فعالیت گردشگری در نظر گرفته شوند، بلکه باید با توجه به چهارچوب ایجاد انواع گردشگری از جمله گردشگری انبوه و انواع آن نیز به آن توجه شود. آن ها همچنین مفهوم توسعه پایدار گردشگری را بر پایه زمینه های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی معرفی کردند (Janusz & Bajdor, 2013: 525). اما مفتوحا و ویرجودیرجو (2018) در پژوهش خود با بررسی سه

1. World Tourism organization

2. Ritchie

3. Hall



دستیابی به توسعه پایدار گردشگری دارد. در این زمینه، محسنی (2010) در پژوهشی تحت عنوان «گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها» معتقد است مهم‌ترین چالش‌ها و موانع پیش‌روی گردشگری پایدار در ایران مسائل مدیریتی، فقدان سرمایه‌گذاری، فقدان طرح جامع مناطق حفاظتی و فقدان منطقه‌بندی مناطق حساس از نظر ظرفیت‌های اکولوژیکی است که این امر موجب بروز پیامدهای منفی در مناطق گردشگری می‌شود. اما ضیائی و عباسی (2018) در پژوهش خود با عنوان «چالش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل» دریافتند که توسعه گردشگری پایدار از وجه عرضه با چالش‌هایی چون ماهیت پیچیده سیستم گردشگری و وابستگی مقصد به کلان‌سیستم‌های خارجی و از وجه تقاضا با چالش‌هایی چون ماهیت منحصر به فرد تولید و مصرف تجربه گردشگری و اندازه واقعی بازار تقاضای گردشگری مواجه است.

همان‌طور که مشاهده شد، در حوزه گردشگری، پیشینه تحقیقات دانشگاهی سرشار از موضوعات مرتبط با مفهوم پایدار است، اما مباحث ارائه شده در این تحقیقات بیشتر جنبه مفهومی دارند تا عمل‌گرایانه. در واقع، مطالب کمی درباره اقدامات عملی گردانندگان و کسب‌وکارهای موجود در صنعت گردشگری برای کاهش تأثیراتشان در محیط منتشر شده است. از طرفی، بیشتر تعاریف و شاخص‌های مربوط به گردشگری پایدار جنبه توصیفی دارند و بیشتر کسب‌وکارها و شرکت‌های گردشگری برای حرکت به سمت گردشگری پایدار و اجرای این مفهوم عاجز هستند. از این منظر، تدوین مدلی بومی برای توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران، که تمام جوانب اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی

توسعه پایدار را در نظر گرفته باشد، ضروری به نظر می‌رسد. بنابراین، نگارندگان در تلاش هستند، با ارائه مدلی بومی برای توسعه گردشگری پایدار و در نظر گرفتن تمام جوانب آن، بستری برای سیاست‌گذاری کلان در حوزه گردشگری با توجه به مفهوم پایداری فراهم کنند.

روش تحقیق

این پژوهش، از نظر جهت‌گیری پژوهش، بنیادی، از نظر رویکرد پژوهش، استقرایی، از نظر هدف پژوهش، اکتشافی - توصیفی و، از نظر فلسفه پژوهش، در زمره پژوهش‌های کیفی قرار دارد. به منظور گردآوری داده‌ها، از ابزار مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. روش تحلیل مصاحبه‌ها نیز تحلیل داده‌بنیاد است. به‌طورکلی سه رهیافت اصلی در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد وجود دارد که با عنوان رهیافت نظام‌مند، ظاهرشونده و ساخت‌گرایانه مشهور هستند. رهیافت نظام‌مند، که با روش اشتراوس و کوربین (1998) شناخته می‌شود، در این تحقیق استفاده شده است. رکن اساسی در فرایند تجزیه و تحلیل داده‌بنیاد «کدگذاری» است. کدگذاری در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد نوعی تحلیل محتوا است که در پی یافتن و مفهوم‌سازی موضوعات قابل بحث در میان انبوه داده‌ها است (Danaeifard, 2005: 60). افراد مصاحبه‌شونده به‌صورت روش گلوله‌برفی انتخاب شدند و مصاحبه‌ها تا اشباع نظری ادامه یافتند که در مجموع هشت مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. معیار توقف فرایند گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها حصول «کفایت نظری» است؛ به این معنا که ادامه پژوهش تغییری در مفهوم یا مقوله فرعی حین تحقیق در پی نداشته باشد. جدول ۱ چگونگی تحقق این معیار را نشان می‌دهد.

جدول ۱: فرایند ظهور مفاهیم و مقوله‌های فرعی تا مرز کفایت نظری (یافته‌های پژوهش)

ردیف	مصاحبه‌شونده	مدت مصاحبه	کد باز	تعداد کد جدید	تعداد مفاهیم	تعداد مفاهیم جدید	تعداد مقوله‌های فرعی	تعداد مقوله‌های فرعی جدید
۱	A	۳۵ دقیقه	۷۵	۷۵	۳۵	۳۵	۲۰	۲۰
۲	B	۳۰ دقیقه	۵۷	۲۸	۳۷	۱۹	۲۱	۴
۳	C	۲۵ دقیقه	۶۸	۹	۳۳	۳	۲۰	-
۴	D	۲۵ دقیقه	۸۲	۳	۳۲	۲	۱۷	-
۵	E	۵۰ دقیقه	۴۸	۳	۲۶	۲	۱۷	-
۶	F	۲۵ دقیقه	۴۳	-	۲۹	-	۱۷	-
۷	G	۳۵ دقیقه	۶۳	-	۲۵	-	۱۴	-
۸	H	۲۵ دقیقه	۴۰	-	۲۲	-	۱۵	-



عرضه توصیفی غنی و ثبت سوابق ممیزی

در این فرایند پژوهشگران باید شرح مفصلی از پدیده مورد مطالعه، بافت و زمینه آن عرضه کنند تا خواننده بتواند راجع به همخوانی تفسیر و تحلیل پژوهشگر از داده‌ها با توجه به آنچه در متن داده‌ها است قضاوت کند (Khanifar & Muslimi, 2018: 65). این موضوع هم در قسمت روش‌شناسی و هم در نتیجه‌گیری با نقل قول برخی از مصاحبه‌ها نشان داده شده است.

گردآوری و تحلیل هم‌زمان داده‌ها

تعامل رفت و برگشت بین داده‌ها و تحلیل جوهر دستیابی به روایی و پایایی است (Charmaz & Bryant, 2008: 374). مقایسه و سنجش مستمر در پژوهش حاضر به صورت مداوم و با حرکت رفت و برگشتی محققان برای اصلاح مفاهیم و مقولات قبلی ظهور یافته انجام شده است.

خودآگاهی

در تحقیق‌های کیفی، محقق بخش جدایی‌ناپذیر فرایند تحقیق و یافته‌های حاصله است. لذا، بسیار مهم است که محقق از این امر آگاه و سوگیری‌ها و فرض‌های خود را مدنظر داشته باشد (Mohammadpur, 2012: 342). برای جلوگیری از این امر، مقوله‌ها با پنج نفر از استادان و دانشجویان دکتری از طریق پرسش‌نامه به اشتراک گذاشته شده و از دیدگاه‌های آن‌ها برای تقویت نتایج تحقیق استفاده شده است.

برای سنجش پایایی نیز از روش پایایی بازآزمون استفاده شده است؛ این روش به میزان سازگاری طبقه‌بندی داده‌ها در طول زمان در فاصله زمانی بین ۵-۳۰ روز اشاره دارد. این شاخص را می‌توان زمانی محاسبه کرد که یک کدگذار یک متن را در دو زمان متفاوت کدگذاری کرده باشد. روش محاسبه پایایی بازآزمون یا شاخص ثبات به این صورت است که ابتدا تعداد توافق‌ها را دو برابر و حاصل را بر تعداد کل کدها تقسیم می‌کنند. اگر مقدار به دست آمده عددی بیشتر از ۶۰ درصد باشد، می‌توان ادعا کرد که میزان پایایی تحلیل مناسب است. در نتیجه، قابلیت اعتماد کدگذاری تأیید می‌شود (Khastar, 2009). در این پژوهش، از میان کل مصاحبه‌ها، تعداد چهار مصاحبه (H, G, F, E) به صورت تصادفی انتخاب شد و هرکدام از آن‌ها دو بار در فاصله زمانی بیست‌روزه کدگذاری شدند.

سپس، کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی، برای هرکدام از مصاحبه‌ها با یکدیگر مقایسه و از طریق

روایی و پایایی پژوهش

برخلاف پژوهش‌های کمی، در میان تحقیقات کیفی، هیچ آزمون استاندارد برای روایی وجود ندارد. بنابراین، ماهیت مفهوم روایی در پژوهش‌های کیفی به بازنمایی مشارکت‌کنندگان، اهداف پژوهش و مناسب بودن فرایندها ارتباط دارد (Ghaed Ali & Latifi, 2020: 12-13). به همین منظور، پژوهشگران افزون بر «درگیری طولانی با طرح پژوهش» (بیش از یک سال)، شاخص‌های «باورپذیری»^۱، «قابل دفاع»^۲ و «امانت‌دار»^۳ (Faqihi & Alizadeh, 2005) را با نقل داده‌های مناسب مصاحبه‌های خبرگان گردشگری رعایت کردند. همچنین، با کمک معیار پایایی، در تحقیقات کیفی، موضوع مورد مطالعه تفسیر و از عبارت «ممیزی تحقیق» به جای اصطلاح پایایی در پژوهش‌های کمی استفاده می‌شود. باید اشاره کرد که در تحقیق حاضر همه موضوع‌های زیر رعایت شده‌اند:

حساسیت نظری محقق

حساسیت نظری به کیفیت شخصی محققان بستگی و نشان‌دهنده آگاهی از ظرافت‌ها و معنای داده‌ها است (Price & Cameron, 2010: 411). محققان بیش از یک سال برای این پژوهش مطالعه و تحقیق کردند.

سازگاری روش‌شناختی

سازگاری روش‌شناختی به این معنا است که، اگر محقق مدعی است از روش خاصی استفاده کرده، لازم است کلیه رویه‌های متناسب با آن روش‌شناسی را مدنظر قرار دهد (Mohammadpur, 2012: 342). در این پژوهش، کلیه رویه‌های روش‌های تحلیل داده‌بنیاد (کدگذاری باز، محوری و انتخابی) رعایت شده است.

به‌کارگیری تطابق همگونی

به‌کارگیری تطابق همگونی به مفهوم جمع‌آوری داده‌های مختلف با بهره‌گیری از منابع گوناگون به منظور مطالعه پدیده‌ای خاص است (Khanifar & Muslimi, 2018: 65). در این پژوهش، محققان از تطابق همگونی در داده‌ها با انتخاب نمونه‌های مصاحبه خبرگان از رشته‌های گوناگون متناسب با موضوع دانشگاه‌های متعدد این مسئله را رعایت کرده‌اند.

1. Plausible
2. Defensible
3. Trustworthiness



باید گویای محتوای داده باشد، به طوری که محقق و خواننده، با مشاهده این عنوان و تیترا، تا حدود زیادی به مفهوم جملات پی ببرند (Miles & Huberman, 1984: 263). این گام مستلزم ایجاد کدهای اولیه (باز) از داده‌ها است. بر مبنای این روش، شناسه‌هایی برای این فرایند تعریف شده است که در ابتدا به معرفی این شناسه‌ها می‌پردازیم:

شناسه‌های حروفی A, B, C, ...: بیانگر موردهای مورد مطالعه که همان مصاحبه با خبرنگار است. شناسه‌های عددی ۱، ۲، ۳ و ...: بیانگر شماره نکته کلیدی است.

مثال: A10 نشان‌دهنده دهمین نکته کلیدی در مصاحبه شماره اول است.

در این مرحله، کدگذاری و ایجاد کدهای اولیه به روش کدگذاری سطر به سطر به صورت دستی انجام می‌شود. در این مرحله، ۱۱۸ کد اولیه برای توسعه پایدار گردشگری از مصاحبه‌های خبرنگار به دست آمده است که نمونه‌ای از این کدگذاری در جدول ۲ نشان داده شده است.

میزان توافقی‌ها و عدم توافقی‌های موجود، برای هر کدام از مصاحبه‌ها، شاخص ثبات محاسبه شد. در هر مصاحبه، کدهایی که در دو فاصله زمانی با هم مشابه هستند، با عنوان توافق و کدهای غیرمشابه با عنوان عدم توافق مشخص می‌شوند. تعداد کل کدها در فاصله زمانی بیست‌روزه برابر ۱۹۴، تعداد توافقی‌ها برابر ۶۹ و تعداد عدم توافقی‌ها برابر ۲۷ است. پایایی بازآزمون مصاحبه‌های انجام‌شده در پژوهش حاضر ۷۱ درصد است و، چون این مقدار بیشتر از ۶۰ درصد است، در نتیجه قابلیت اعتماد کدگذاری تأیید می‌شود.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در سه بخش کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی بیان می‌شود.

کدگذاری باز

کدگذاری باز شامل دو مرحله است. در مرحله اول، به هریک از اجزا عنوان و برجستگی داده می‌شود. این عنوان، که اصطلاحاً به آن «کد» گفته می‌شود،

جدول ۲: نمونه کدگذاری باز مصاحبه‌ها

شناسه	کد باز	متن مصاحبه
D41	وجود ابزارهای گوناگون فیزیکی، قانونی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری در نظارت و کنترل گردشگری کشور	در باره ابزارهای کنترل و نظارت در توسعه پایدار گردشگری به‌طور کلی می‌توانیم ابزارهای گوناگون فیزیکی، قانونی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری داشته باشیم. به لحاظ نرم‌افزاری، بحث آموزش و فرهنگ‌سازی است. به لحاظ سخت‌افزاری، مجموعه‌ای از قوانین می‌توانند نقش بازدارندگی داشته باشند و این قوانین قطعاً راهگشا هستند. ما کدهای اخلاق را داریم که جنس آن‌ها با قوانین متفاوت است. سرپیچی از قوانین مجازات دارد، اما کدهای اخلاقی براساس توافقی ضمنی تعیین می‌شوند؛ به این معنا که در جامعه به دلایل مختلف وفاق‌ی بین گروه‌های گوناگون اجتماعی و ذی‌نفعان شکل می‌گیرد. می‌توانیم تکنیک‌ها و ابزارهای دیگری را به لحاظ اعمال محدودیت‌های زمانی، مکانی و ابزاری داشته باشیم. می‌توانیم بحث محاسبه ظرفیت تحمل و LAC را داشته باشیم. حتی سیاست‌های تشویقی برای کسب‌وکارهای دارای رفتاری مسئولانه‌تر را می‌توان نام برد. می‌توانیم معافیت‌های گمرکی و مشوق‌های مالی، مالیاتی و تعرفه‌ای در نظر بگیریم.
D42	آموزش به‌منزله ابزار نرم‌افزاری کنترل پایدار گردشگری کشور	
D43	وجود قوانین و مقررات در نظارت توسعه پایدار گردشگری کشور	
D44	وجود کدهای اخلاقی به‌منزله ابزار کنترلی در گردشگری کشور	
D45	ظرفیت تحمل و محدوده قابل تحمل در کنترل پایدار گردشگری کشور	
D46	اعمال محدودیت‌های زمانی، مکانی و ابزاری در نظارت و کنترل بازدیدکنندگان	
D47	سیاست‌ها و قوانین تشویقی برای کسب‌وکارهای گردشگری کشور در رفتار مسئولانه آن‌ها	
D48	معافیت‌های گمرکی، مشوق‌های مالی، مالیاتی و تعرفه‌ای در کنترل پایدار گردشگری کشور	

کدها واحد خرد تحلیل هستند که بر پایه آن‌ها پژوهش، ۶۱ مفهوم شناسایی شد. نمونه تشکیل مفاهیم مفهوم‌سازی داده‌ها شکل می‌گیرد. در این تحقیق، از کدهای باز اولیه به شرح جدول ۳ نشان داده شده روش کدگذاری سطر به سطر استفاده شده است. در این است.

جدول ۳: نمونه‌ای از تشکیل مفهوم از کدهای باز مصاحبه‌ها

شناسه	کد باز	مفهوم
A25	نقش آموزش در تغییر دیدگاه مردم به گردشگری کشور	آموزش مناسب گردشگری
A5	گردشگری عاملی برای رونق فساد، فحشا و غیره در کشور	اهمیت آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری
A2	رونق گردشگری بدون توجه به فرهنگ جامعه	
A7	نقش امنیت کشور در تغییر زیرساخت‌های ذهنی کشورها درباره ایران	امنیت پایدار کشور
A71	عامل مؤاخذ و سؤال هر نعمت از جمله طبیعت و آثار از انسان	هدفمندی آفرینش منابع گردشگری
A32	وجود بروشور و کتابچه‌های گردشگری مرتبط با توسعه پایدار گردشگری کشور	تبلیغات اثربخش گردشگری
A53	بهبود تصویر ایران با تبلیغات رسانه‌ای با توجه به توسعه پایدار گردشگری	
A64	نقش تبلیغات در آشناسازی دیگر کشورها با فرهنگ ایران	
A13	موقعیت استراتژیک سرزمینی ایران در حوزه گردشگری	موقعیت سرزمینی ایران
A70	توجه به بحث اسراف و تبذیر در منابع دینی و توسعه پایدار گردشگری	مصرف عاقلانه منابع در فرهنگ کشور
A39	توجه به مصرف پایدار منابع در متون دینی کشور	
A72	اهمیت اصالت جاذبه‌های کشور در توسعه پایدار گردشگری	
A62	وجود زیرساخت‌ها از لحاظ اقتصادی و اهمیت آن در پایداری گردشگری و احساس خوب به ایران	وجود زیرساخت‌های گردشگری
A73	حفاظت از جاذبه‌های طبیعی کشور با توجه به توسعه پایدار گردشگری	حفاظت از منابع طبیعی کشور
A74	حفاظت از جاذبه‌های فرهنگی کشور با توجه به توسعه پایدار گردشگری	حفاظت از میراث فرهنگی کشور
A21	حاکمیت قانون در مجوزها و سرمایه‌گذاری‌های گردشگری کشور	بستر سازی قانونی گردشگری
A66	ایجاد بسترهای قانونی برای حفظ محیط زیست در کشور	
A11	وجود قوانین یک‌دفعه‌ای و تغییرات یک‌دفعه‌ای آن‌ها در گردشگری کشور	
A14	تغییر قوانین و مقررات برای تحقق توسعه پایدار گردشگری در کشور	
A22	وجود قانون به‌منزله اصلی‌ترین ضمانت اجرایی در توسعه گردشگری کشور	
A50	تدوین قوانین و مقررات کشوری درست در حوزه گردشگری	
A20	اهمیت وجود بخش خصوصی در فرایندهای توسعه گردشگری کشور	خصوصی سازی گردشگری
A30	نقش بخش خصوصی در توسعه گردشگری پایدار کشور	
A12	وجود ساختارهای دولتی در توسعه گردشگری کشور	ساختار سازمانی گردشگری
A19	وجود فرایندهای پیچیده، تودرتو و بوروکراسی‌های زیاد در سیستم گردشگری کشور	
A9	وجود فضای کسب‌وکار غیر حمایتی در گردشگری کشور	کارایی و اثربخشی دولت در گردشگری
A24	نقش دولت در اجرای قوانین و عملیاتی کردن آن در کشور	
A28	نقش پررنگ دولت در خط‌مشی‌گذاری توسعه پایدار گردشگری کشور	
A29	نقش دولت در حفظ محیط زیست و فرهنگ جامعه ایرانی	
A45	وظیفه دولت در کنترل و نظارت توسعه پایدار گردشگری کشور	
A51	نقش دولت در تسهیل فضای کسب‌وکار گردشگری کشور	
A55	داشتن رویکرد هدایتی در دولت به گردشگران در توسعه پایدار گردشگری	
A18	اهمیت کار بردی و عملیاتی بودن برنامه‌های توسعه گردشگری کشور	



شناسه	کد باز	مفهوم
A75	تدوین خط‌مشی‌های درست با توجه به توسعه پایدار گردشگری کشور	تدوین خط‌مشی و برنامه‌های گردشگری
A15	استراتژیک نبودن اسناد بالادستی گردشگری	
A16	همراستا نبودن اسناد بالادستی توسعه کشور	
A17	سلیقه‌ای بودن اسناد بالادستی توسعه گردشگری کشور	
A35	اهمیت وجود نگرش سیستمی در فضای کسب‌وکار گردشگری کشور	نگرش سیستمی در خط‌مشی و برنامه‌های گردشگری
A40	حرکت در زمین برای دستیابی به درک بالا به منظور ستایش خداوند و تأمل در نظام آفرینش	معرفت‌شناسی گردشگران
A41	نقش سفر و گردشگری در شناخت گردشگران از خود با مشاهده آثار خداوند	خودشناسی گردشگران
A60	گردشگری پایدار عاملی برای کاهش فقر در کشور	رفاه عمومی جامعه ایرانی
A1	گردشگری ابزاری برای ورود ارز به کشور	رفاه و خودکفایی اقتصادی
A3	گردشگری عاملی برای توسعه اقتصادی جوامع محلی در کشور	
A59	گردشگری عاملی برای توزیع درآمد و رفاه اقتصاد محلی در کشور	
A67	اشتغال‌آفرینی، درآمدزایی و ارزآوری گردشگری در کشور	
A68	گردشگری عاملی برای برون‌رفت از تحریم‌های کشور	
A36	توجه به عدالت به‌منزله مهم‌ترین شاخص توسعه پایدار گردشگری در قرآن	عدالت اجتماعی
A57	توجه به عدالت اجتماعی در اسلام به‌منزله مهم‌ترین شاخص توسعه پایدار گردشگری	
A61	عدالت اجتماعی مهم‌ترین اصل توسعه پایدار گردشگری در آموزه‌های اسلامی	
A4	گردشگری عاملی برای توسعه هویت فرهنگی و اجتماعی کشور	هویت‌بخشی فرهنگی به کشور
A69	گردشگری عاملی برای انسجام اجتماعی و آشنایی فرهنگ‌ها و اقوام در کشور	
A8	آگاه‌سازی مردم کشور در خصوص گردشگری و توسعه آن	آگاه‌سازی عمومی در خصوص گردشگری
A23	آگاه‌سازی و فرهنگ‌سازی قوانین مرتبط با حفظ محیط زیست در کشور	
A26	آگاه‌سازی جامعه ایرانی در خصوص توسعه گردشگری کشور	
A34	آگاه‌سازی و تقویت جامعه ایرانی در خصوص توسعه پایدار گردشگری	
A27	استفاده از فرهنگ معاشرت بزرگان در سفر	الگوگیری از پیشینه فرهنگ سفر در کشور
A38	اهمیت حراست و حفظ محیط زیست در سیره و گفتار پیامبر و پیشینیان	
A6	اهمیت دیدگاه مسئولان و مردم کشور درباره گردشگری	نگرش به گردشگری
A49	تغییر ذهنیت به توسعه گردشگری در کشور	
A63	تغییر دیدگاه‌های فرهنگی به گردشگری کشور	
A54	هماهنگ‌سازی استانداردهای هتل‌های کشور با استانداردهای جهانی	استانداردسازی گردشگری
A65	کیفیت‌بخشی به خدمات هتل‌ها، حمل‌ونقل و جاده‌های کشور	کیفیت‌بخشی به خدمات گردشگری
A52	بهبود بخشیدن به سیستم‌های کیفیتی خدمات گردشگری کشور	



شناسه	کد باز	مفهوم
A58	تقسیم مناسب ریسک سرمایه‌گذاری بین کارگر و سرمایه‌گذار در کسب‌وکارهای گردشگری با توجه به آموزه‌های اسلامی	سرمایه‌گذاری در گردشگری
A10	وجود موانع زیاد در سرمایه‌گذاری بخش گردشگری کشور	
A33	مشارکت جامعه ایرانی در توسعه گردشگری	مشارکت ذی‌نفعان گردشگری
A56	همکاری قوای سه‌گانه کشور در توسعه پایدار گردشگری	همکاری و انسجام ذی‌نفعان گردشگری
A42	ابزارهای پولی و مالی صنعت گردشگری برای نظارت و کنترل توسعه پایدار گردشگری کشور	قوانین صنعت گردشگری
A44	وجود قوانین و مقررات صنعت گردشگری به‌منزله ابزار کنترل و نظارت در توسعه پایدار گردشگری کشور	
A31	وجود کدهای اخلاقی گردشگری در فرودگاه‌های کشور	کدهای اخلاقی در گردشگری
A37	توجه به فرهنگ جامعه و عرف محلی در آموزه‌های اسلامی	
A43	وجود کدهای اخلاقی برای برخورد با گردشگران دیگر کشورها	
A48	وجود کدهای اخلاقی در آموزه‌های دینی (کمک به درراه‌ماندگان) به‌منزله ابزار اجتماعی و فرهنگی کنترل توسعه پایدار گردشگری	
A46	کنترل و نظارت توسعه پایدار گردشگری توسط اصناف و بخش خصوصی کشور	کنترل و نظارت گردشگری
A47	کنترل و نظارت توسعه پایدار گردشگری توسط دولت در کشور	

مرحله دوم کدگذاری متمرکز است که عبارت است از استفاده از معنادارترین یا فراوان‌ترین کدهای اولیه برای غربال کردن و تقلیل میزان زیادی از داده‌ها. در این مرحله، محقق، با تعیین و مرتب کردن کدها یا مفاهیم، کدهای مشابه و مشترک را در قالب مقوله‌ای واحد قرار می‌دهد. مقوله به مفاهیم سطح بالاتری از انتزاع گفته می‌شود که از مجموعه‌ای از مفاهیم سطح پایین‌تر اساس ویژگی مشترک آن‌ها ساخته می‌شود (Mohammadpur, 333: 2012). در این مرحله، مقوله‌های فرعی از بازآرایی مفهوم به دست می‌آیند. در این مرحله، محققان، از ۶۱ مفهوم، ۲۴ مقوله فرعی برای توسعه پایدار گردشگری به شرح جدول ۴ به دست آورده‌اند.

جدول ۴: مفهوم و ساخت مقوله فرعی توسعه پایدار گردشگری

مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی	محور
حفاظت از منابع طبیعی کشور	حفاظت از منابع گردشگری	عوامل پیامدی توسعه پایدار گردشگری	توسعه پایدار گردشگری
حفظ تنوع زیستی منابع اصیل ایرانی			
حفاظت از میراث فرهنگی کشور			
رفاه انسانی	رفاه و کیفیت زندگی		
رفاه عمومی جامعه ایرانی			
رفاه و خودکفایی اقتصادی			
تحکیم وحدت ملی	غناي فرهنگي کشور		
هویت‌بخشی فرهنگی به کشور			



مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی	محور
تجربه‌اندوزی گردشگران	رضایت گردشگران	غناي فرهنگي کشور	
عبرت‌آموزی گردشگران			
خودشناسی گردشگران			
معرفت‌شناسی گردشگران			
نگرش سیستمی در خط‌مشی و برنامه‌های گردشگری	برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری گردشگری		
تدوین خط‌مشی و برنامه‌های گردشگری			
اجرای خط‌مشی و برنامه‌های گردشگری			
تبلیغات اثربخش گردشگری	بازاریابی گردشگری		
بهبود تصویر ذهنی از ایران			
استاندارسازی گردشگری	مدیریت کیفیت جامع گردشگری		
کیفیت‌بخشی به خدمات گردشگری	مدیریت منابع گردشگری		
مدیریت منابع انسانی در گردشگری	نظارت و ارزیابی پایداری گردشگری		
مدیریت بازدیدکنندگان			
ارزیابی تأثیرات گردشگری			
کنترل و نظارت در گردشگری			
ظرفیت تحمل در گردشگری			
کدهای اخلاقی در گردشگری			
قوانین صنعت گردشگری			
مدیریت سواحل	مدیریت زیست‌محیطی منابع کشور		
مدیریت جنگل‌ها			
مدیریت انرژی			
مدیریت منابع آب			
همکاری و انسجام ذی‌نفعان گردشگری	مشارکت و انسجام ذی‌نفعان گردشگری		
هماهنگی ذی‌نفعان گردشگری			
مشارکت ذی‌نفعان گردشگری			
آموزش مناسب گردشگری	آموزش و پژوهش گردشگری	عوامل زمینه‌ای توسعه پایدار گردشگری	
تحقیق و پژوهش در گردشگری			
نگرش به گردشگری	فرهنگ‌سازی درباره گردشگری		
آگاه‌سازی عمومی در خصوص گردشگری			
الگوگیری از پیشینه فرهنگ سفر در کشور			



مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی	محور
موقعیت سرزمینی ایران	بعد ژئوپولیتیک ایران	عوامل سببی توسعه پایدار گردشگری	توسعه پایدار گردشگری
اهمیت آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری	اهمیت تأثیرات گردشگری		
اهمیت آثار زیست محیطی گردشگری	نگرانی های زیست محیطی ایران		
آلودگی صنعتی و سلطه انسان بر منابع			
شکندگی های زیست محیطی ایران	آینده نگری در حفظ منابع گردشگری	عوامل محوری توسعه پایدار گردشگری	
توجه به نسل آینده در گردشگری			
هدفمندی آفرینش منابع گردشگری	عدالت و برابری در استفاده از منابع گردشگری		
عدالت اجتماعی			
مالکیت مشترک منابع گردشگری	پایداری منابع گردشگری		
مصرف عاقلانه منابع در فرهنگ کشور			
بهره گیری پایدار از منابع طبیعی کشور			
بسترسازی قانونی گردشگری	حکمروایی خوب در گردشگری	عوامل ساختاری توسعه پایدار گردشگری	
خصوصی سازی در گردشگری			
کارایی و اثربخشی دولت در گردشگری			
ساختار سازمانی گردشگری			
مردم سالاری در گردشگری			
مسئولیت پذیری در گردشگری			
امنیت پایدار کشور	ایمنی و امنیت در گردشگری	توسعه پایدار گردشگری	
تولید دانش گردشگری			
فناوری های پیشرفته گردشگری	علم و فناوری های نوین گردشگری		
سرمایه گذاری در گردشگری	مدیریت مالی گردشگری		
اصالت جاذبه های گردشگری	حس مکان گردشگری		
وجود زیرساخت های گردشگری			

کدگذاری محوری

در این مرحله، مقوله ها به صورت شبکه با هم در ارتباط قرار می گیرند. یافتن کدهای مشترک و مقوله بندی محوری نیز مستلزم استفاده از روش مقایسه ای ثابت است (Neuman, 2006: 423). پدیدآورندگان این روش نام این فرایند مقایسه مستمر را «روش مقایسه پایدار» یا «روش تطبیق مداوم» نامیده اند (Selden, 2005: 119). بنابراین، در این مرحله، مقوله های کلان، ویژگی ها و ابعاد کدگذاری باز تدوین می شوند و سر جای خود قرار می گیرند تا دانش فزاینده ای درباره روابط ایجاد شود (Lee, 2001: 84). کدگذاری محوری دارای سه مرحله است:

مرحله اول: ساخت مقوله های اصلی با توجه به مقولات فرعی: با ایجاد پیوند میان مقوله ها و در پی آن میان مفاهیم و داده ها، مقوله های اصلی و فرعی نمایان

می شوند. در این کارکرد، با توجه به مقولات فرعی ظهور یافته در مرحله کدگذاری باز، به برقراری ارتباط میان آن ها و ساختن مقولات بزرگ تر و انتزاعی تر یعنی همان مقولات اصلی (۶ مقوله) در جدول ۴ اقدام کردیم. **مرحله دوم:** ایجاد شبکه ای ارتباطی میان کل مقولات در قالب چند طبقه: در این مرحله، یک یا چند مقوله از مقوله های کدگذاری باز به منزله مقوله محوری انتخاب می شود و در مرکز فرایند قرار می گیرد. مقوله های محوری ایده، حادثه یا رخدادی هستند که مفاهیم و مقوله ها بر محور آن ها ایجاد می شوند. به عبارتی، حادثه یا اتفاقی اصلی هستند که سلسله کنش هایی برای کنترل یا اداره کردن آن ها وجود دارد و به آن ها مربوط می شود (Aslipour, 2014: 109). مقوله محوری سایر مقوله ها را به هم مرتبط می سازد. سایر مقوله ها عبارت هستند از:



به عبارتی دیگر، کنش‌ها، تعامل‌ها و عواطفی را دربر می‌گیرند که در پاسخ به رویدادها، موقعیت‌ها و مسائل روی می‌دهند (Mohammadpur, 2012: 340). این مقوله‌ها راهبردهایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده محوری ارائه می‌دهند.

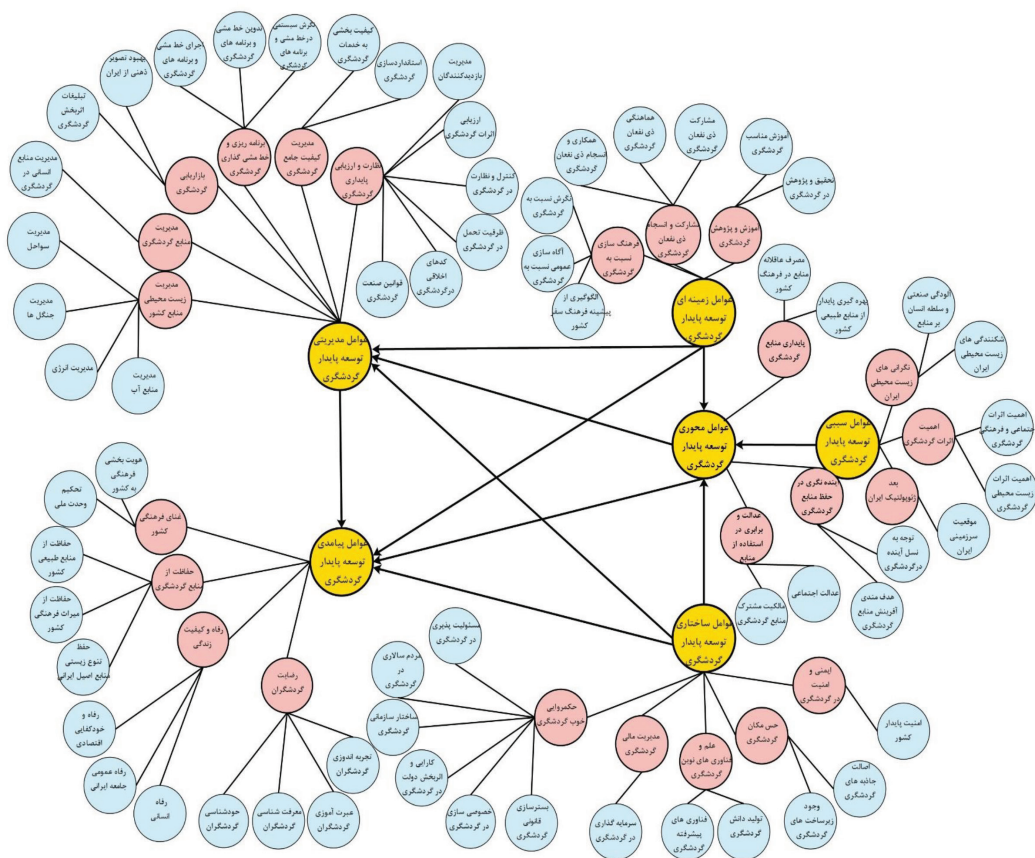
مقوله‌های پیامدی (عوامل پیامدی): مقوله‌های پیامدی نتیجه و حاصل راهبردها در مقابله با پدیده یا برای اداره و کنترل پدیده هستند. به عبارتی دیگر، خروجی‌های حاصل از به‌کارگیری راهبردها به شمار می‌روند (Rahmdel, 2015: 44).

مرحله سوم: استخراج مدل پارادایمی تحقیق: در این مرحله مقوله‌های عمده در قالب مدلی پارادایمی حول مقوله محوری به یکدیگر ارتباط داده می‌شوند. در واقع، مدل ترسیم‌شده به توصیف صوری مقوله‌ها و ترسیم روابط بین آن‌ها می‌پردازد (Mohammadpur, 2012: 341). مدل پارادایمی توسعه پایدار گردشگری در شکل ۱ شرح داده شده است.

مقوله‌های علی (عوامل سببی): این مقوله‌ها، که حاصل شرایط علی یا شرایط مقدم هستند، به حوادث، وقایع و اتفاق‌هایی که به وقوع یارشد و گسترش پدیده محوری می‌انجامند اطلاق می‌شوند. مقوله‌های زمینه‌ای (عوامل زمینه‌ای): نشان‌دهنده شرایط ویژه‌ای هستند که پدیده در آن‌ها قرار دارند. به عبارتی، محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده هستند که در آن‌ها کنش متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده رخ می‌دهد.

مقوله‌های مداخله‌گر (عوامل ساختاری): نشان‌دهنده زمینه ساختاری گسترده‌ای هستند که پدیده در آن رخ می‌دهد و سلسله شرایط خاصی هستند که راهبرد را تحت‌تأثیر قرار می‌دهند (Rahmdel, 2015: 44).

مقوله‌های راهبردی (عوامل مدیریتی): نشان‌دهنده آن دسته از تعامل‌ها و کنش‌هایی هستند که کنشگران در قبال شرایط از خود بروز می‌دهند.



شکل ۱: مدل پارادایمی توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران (محققان)



مقوله‌های علی و شرایط مقدمی هستند که به وقوع توسعه پایدار گردشگری می‌انجامند. در توسعه پایدار گردشگری پایداری منابع گردشگری، آینده‌نگری در حفظ منابع گردشگری و عدالت و برابری در استفاده از منابع گردشگری در نظر گرفته می‌شود، با مشارکت و انسجام ذی‌نفعان گردشگری و فرهنگ‌سازی با توجه به گردشگری و آموزش و پژوهش گردشگری به‌مثابه مقوله‌ای زمینه‌ای برای توسعه پایدار گردشگری به افزایش دانش و آگاهی و کاهش تعارضات در بلندمدت کمک می‌شود. مقوله‌های مداخله‌گر (ساختاری) مانع یا هموارکننده توسعه پایدار گردشگری مشتمل بر حس مکان گردشگری، مدیریت مالی گردشگری، ایمنی و امنیت در گردشگری، علم و فناوری‌های نوین گردشگری و حکمروایی خوب در گردشگری هستند. با توجه به مهیا بودن این مقوله‌ها قادر خواهیم بود با اتخاذ راهبردهایی مانند خط‌مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری، بازاریابی گردشگری، مدیریت منابع زیست‌محیطی کشور، مدیریت منابع گردشگری، مدیریت کیفیت جامع گردشگری و ارزیابی و نظارت پایداری گردشگری موجبات توسعه پایدار گردشگری را فراهم کنیم و موجب غنای فرهنگی کشور، حفاظت از منابع گردشگری، رضایت گردشگران و رفاه و کیفیت زندگی شویم.»

نتیجه‌گیری

در مقاله حاضر از روش تحقیق کیفی داده‌بنیاد استفاده شد و ۱۱۸ کد اولیه، ۶۱ مفهوم، ۲۴ مقوله فرعی و ۶ مقوله اصلی برای توسعه پایدار گردشگری به شرح شکل ۱ به صورت گرافیکی و شبیه تارنما نشان داده شد تا تصور وجود هرگونه سلسله‌مراتب در میان آن‌ها از بین برود. شش مقوله اصلی شامل عوامل محوری، عوامل سببی، عوامل زمینه‌ای، عوامل ساختاری، عوامل مدیریتی و عوامل پیامدی توسعه پایدار گردشگری هستند. ماهیت محوری گردشگری ایران با پایداری منابع گردشگری، عدالت و برابری در استفاده از منابع گردشگری و آینده‌نگری در حفظ منابع گردشگری پیوند خورده است. در مصاحبه‌های خبرگان به مسئولیت‌پذیری در مقابل آیندگان و مشخصاً بحث اسراف و ریخت‌پاش‌هایی که اسلام و آموزه‌های دینی و ایرانی مکرراً بر آن تأکید دارند اشاره شده است. در توسعه پایدار گردشگری، توسعه به معنای از بین بردن منابع طبیعی و فرهنگی جامعه و ثروت‌های خدادادی که متعلق به تمامی نسل‌ها است نخواهد

کدگذاری انتخابی

هدف نظریه‌پردازی بنیادی تولید نظریه است نه توصیف صرف پدیده. برای تبدیل تحلیل داده‌ها به نظریه، مفاهیم و مقوله‌های تولیدشده به‌شکلی منظم به یکدیگر مربوط می‌شوند. در مرحله کدگذاری انتخابی، با ایجاد ارتباط بین گروه‌ها، کدها یکپارچه می‌شوند و چهارچوب اولیه نظری شکل می‌گیرد (Charmaz & Bryant, 2008: 374). به عبارت دیگر، این مرحله به فرایند شکل‌دهی مقوله‌های اصلی و مقوله‌های فرعی آن‌ها دارد (Aslipour, 2014: 110). بنابراین، تجزیه و تحلیل پایانی به‌منظور تکوین نظریه در این مرحله رخ می‌دهد. مهم‌ترین گام در مرحله کدگذاری انتخابی ترسیم (روایت یا خط داستان) تحقیق است. داستان فقط نقل قولی توصیفی درباره پدیده اصلی تحت مطالعه است و خط داستان مفهوم‌سازی این داستان است (Danaeifard et al., 2013: 148). تبیین این روایت یا خط داستان با استفاده از یادداشت‌های نظری و عملیاتی که محقق طی مراحل گوناگون داده‌ها تهیه کرده است انجام می‌شود. خلاصه داستان این تحقیق به قرار زیر است:

«لازمه توسعه پایدار گردشگری شناسایی ذی‌نفعان، مشخص شدن نقش و برنامه‌ریزی پایین به بالا با مشارکت و همکاری تمامی ذی‌نفعان است. دلیل عمده عدم تحقق سیاست‌های توسعه‌ای نبود سازوکارهای لازم برای شناسایی، تحلیل و نقش‌آفرینی ذی‌نفعان متعددی است که می‌بایست در فرایندی مشارکتی مبتنی بر پایداری و تاب‌آوری برای مدیریت پایدار توسعه گردشگری، همکاری، هماهنگی و هم‌افزایی داشته باشند. رسیدن به این هدف مستلزم دخالت همه ذی‌نفعان برای حمایت همه‌جانبه از توسعه پایدار گردشگری است. این امر محققان را بر آن داشت که برای یافتن الگوی توسعه پایدار گردشگری به راه‌جویی از خبرگان صنعت گردشگری بپردازد. راه‌جویی از اظهارات خبرگان نمایان ساخت که گردشگری فعالیتی وابسته به محیط است و دلیل توجه روزافزون به توسعه پایدار گردشگری در ایران، شرایط موقعیتی کشور ایران و از طرف دیگر نامحدود بودن نیازها و خواسته‌های افراد و گردشگران است. افزایش جمعیت حاصل از توسعه به گستره و تنوع نیازها و خواسته‌های مردم سیر تصاعدی داده است و منابع کاهنده برای دهان‌هایی که هر لحظه گشوده می‌شوند از آینده‌ای نه‌چندان امیدبخش خبر می‌دهد. نگرانی‌های زیست‌محیطی، اهمیت تأثیرات گردشگری و همچنین موقعیت جغرافیایی ایران از جمله



بود. متصدیان گردشگری باید جاذبه‌ها و سرمایه‌های طبیعی و تاریخی را به همان اندازه که به خودشان به ارث رسیده است برای نسل‌های بعد باقی بگذارند و هر نسل از توسعه‌گران گردشگری باید در اندیشه نسل آینده باشد و برای آن‌ها این حق را در نظر گیرد که از سرمایه‌های فعلی نصیب و بهره‌ای به‌قدر امروز داشته باشند. بدین ترتیب، در توسعه پایدار گردشگری، به‌خاطر استفاده امروزی نباید سرمایه‌های متعلق به آیندگان کشور را نابود کرد. نتایج این بخش در مقوله پایداری منابع گردشگری در تحقیق لی (Lee, 2013: 45) و رودریگز دیاز و اسپینو رودریگز (2016)، در مقوله عدالت و برابری در استفاده از منابع گردشگری در تحقیق جمال و کامارگو (2014) و بارتونا و لئونارد (Barton & Leonard, 2010: 301) و در مقوله آینده‌نگری در حفظ منابع گردشگری در تحقیق آجیوا و همکاران (Agyeiwaah et al., 2017: 27) آمده است. نگرانی‌های زیست‌محیطی ایران (شکستگی‌های زیست‌محیطی ایران و آلودگی‌های صنعتی و سلطه انسان بر منابع)، اهمیت تأثیرات گردشگری (اهمیت آثار زیست‌محیطی و اهمیت آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری) و موقعیت ژئوپولیتیک ایران به‌منزله عوامل سببی توسعه پایدار گردشگری در نظر گرفته شده‌اند که به وقوع یا توجه به توسعه پایدار گردشگری در ایران منجر می‌شوند و در عوامل محوری توسعه پایدار گردشگری تأثیر می‌گذارند. دلیل توجه روزافزون به توسعه پایدار گردشگری در ایران شرایط موقعیتی ایران و همچنین نامحدود بودن نیازها و خواسته‌های افراد و گردشگران است. افزایش جمعیت حاصل از توسعه به گستره و تنوع نیازها و خواسته‌های مردم سیر تصاعدی داده است و منابع کاهنده برای دهان‌هایی که هر لحظه گشوده می‌شوند از آینده‌ای نه‌چندان امیدبخش خبر می‌دهند. براین‌د این شرایط هر لحظه بر چشم‌های نگران برای فردای ایران می‌افزاید. پیگیری هدف‌های دوگانه «توسعه» و «پایداری» در گردشگری ایران مفهومی متناقض است؛ چراکه توسعه مستلزم بهره‌گیری از منابع و پایداری دست‌کم تحلیل منابع است. به این دوگانگی در مصاحبه‌های خبرگان هم اشاره شده است: «مزیت نسبی بالای توسعه گردشگری، قابلیت کم‌نظیر ایران در زمینه‌های گردشگری تاریخی، طبیعی و غیره، موقعیت استراتژیک و فاصله گرفتن از اقتصاد نفتی در ایران باعث توجه به ضرورت توسعه پایدار گردشگری می‌شود.» همچنین، در مصاحبه‌ای دیگر ذکر شده است: «بعد ژئوپولیتیک ایران هم نقش مثبت و هم

منفی دارد. ایران به‌لحاظ ژئوپولیتیک بر سر چهارراه قرار دارد. نقش مثبت آن موقعیت استراتژیک آن است که همه به دنبال آن هستند و از طرف دیگر نقش منفی دارد و باعث فشارهای سیاسی در حوزه گردشگری و حتی امنیتی می‌شود.»

توسعه گردشگری و تفریحات وابسته به آن از عوامل مؤثر در شکل‌دهی الگوی توسعه نواحی و تأمین‌کننده مزایای مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی بسیاری برای جامعه میزبان است. اما، از طرفی، چنین رویکردی موجب نگرانی‌هایی درباره تهدید و تخریب محیط زیست و میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی ساکنان محلی شده است. در واقع، گردشگری صنعتی پاک و غیرمخرب نیست. هاردی و همکاران (2002) در این زمینه بیان می‌کنند که با بروز آثار منفی گردشگری نگرانی درباره کیفیت محیط زیست و آینده صنعت گردشگری نیز مطرح شده است (Hardy et al., 2002: 470). سانگچامونگ (Sangchumong, 2019: 2)، متیو و سریش (Mathew & Sreejesh, 2017: 84) و خونسیا و میسرا (Khuntia & Mishra, 2014: 19) به نگرانی‌های زیست‌محیطی در توجه به توسعه پایدار گردشگری و ضرورت آن اشاره کرده‌اند. از دیدگاه یکی از خبرگان صنعت گردشگری نیز نگرانی‌های زیست‌محیطی (مثل تخریب لایه اوزون، تغییرات آب‌وهوایی، جنگل‌زدایی و بیابان‌زایی) به توجه به توسعه پایدار گردشگری منجر شده است.

موقعیت ژئوپولیتیک ایران نیز باعث ایجاد محیط زیست‌های متفاوت از نظر منابع طبیعی با سایر کشورها شده است. در سطح پایه، این محیط زیست‌ها می‌توانند به محیط زیست‌های طبیعی و انسان‌ساخت تقسیم شوند، اما در داخل این دو طبقه گسترده تنوع زیادی با توجه به ویژگی‌ها و جاذبه‌های آن‌ها برای گردشگران، نوع و مقیاس گردشگری‌ای وجود دارد که آن‌ها را قادر به حمایت از شکستگی و ثبات آن‌ها در برابر آسیب‌ها و تقلیل درجه ارزش شناخته‌شده آن‌ها برای توسعه گردشگری می‌کند. مقوله بعد ژئوپولیتیک در تحقیقات ویور (Weaver, 2010: 47) و هال (Hall, 2017: 47) به‌طور مشابه در توسعه پایدار گردشگری مطرح شده است. همچنین، توسعه گردشگری همانند توسعه جهانی توجهی به عناصر و بسترهای ایجادکننده این صنعت نداشته و با هدف سودآوری و افزایش رفاه اجتماعی آثار مخربی به همراه داشته است. به‌منظور جلوگیری از آثار تخریبی فعالیت‌های مرتبط با صنعت



گردشگری، اعتقاد بر این است که روند توسعه باید به سمت پایدارسازی صنعت گردشگری پیش رود. به مقوله اهمیت تأثیرات گردشگری در تحقیقات لیو و همکاران (Liu et al., 2017: 101) و اینمو و اودانتان (Enemuo & Oduntan, 2012: 31) نیز اشاره شده است. در مصاحبه خبرگان نیز به رویکرد جدید به گردشگری (توسعه پایدار گردشگری) با توجه به پیامدهای عوامل تغییر یعنی آثار منفی گردشگری بیشتر در ابعاد زیست محیطی و اجتماعی و فرهنگی و گردشگری افسارگسیخته اشاره شده است. آموزش و پژوهش گردشگری، فرهنگ سازی با توجه به گردشگری و مشارکت و انسجام ذی نفعان گردشگری به منزله عوامل زمینه‌ای توسعه پایدار گردشگری هستند که بافت فرهنگی کشور ایران با توجه به توسعه پایدار گردشگری را تشکیل می‌دهند. شرایط زمینه‌ای مجموعه‌ای خاص از شرایطی است که درون آن راهبردها عمل می‌کنند و در عوامل محوری و عوامل پیامدی توسعه پایدار نیز تأثیر می‌گذارند. پایداری اجتماعی گردشگری ایران به مفهوم قضاوت مثبت و رضایت مندی جامعه ایران از حضور گردشگران در محیط سکونت خود و توسعه گردشگری عاملی بنیادین در تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌های برنامه‌ریزان، کارشناسان و متصدیان عرصه گردشگری به شمار می‌آیند؛ چراکه موفقیت و پایداری هر نوع توسعه‌ای مبتنی بر حمایت فعال جمعیت محلی آن و در بافت فرهنگ محلی آن هستند. از سوی دیگر، نارضایتی و مخالفت ساکنان محلی با توسعه گردشگری در نهایت به توقف و گاهی حذف کامل گردشگری در جامعه میزبان می‌انجامد. همچنین، خبرگان صنعت گردشگری به این موضوع اشاره کرده‌اند که فرهنگ موتور محرکه توسعه گردشگری در ایران بوده است. برای اینکه توسعه پایدار گردشگری در ایران بیشترین شانس موفقیت را داشته باشد لازم است که به ذی نفعان توجه شود. هدف از توسعه گردشگری رسیدن به نتایجی است که بهترین تعادل منافع و هزینه‌ها را برای تمام گروه‌های ذی نفع فراهم کند. بنابراین، می‌باید تمام گروه‌های ذی نفع در توسعه گردشگری مشارکت داده شوند. یکی از خبرگان، در مصاحبه خود، یکی از دلایل توسعه نیافتگی گردشگری ایران را نبود مشارکت و انسجام سازمانی مسئولان بیان کرد و همکاری، هماهنگی و مهم‌تر از همه انسجام سازمانی مسئولان گردشگری (همکاری دولت، جامعه میزبان و تشکل‌های غیردولتی) را برای توسعه پایدار گردشگری ضروری دانست. در این

مقوله مشارکت و انسجام ذی نفعان گردشگری در تحقیقات خو و فاکس (Xu & Fox, 2014: 143) و کورس میوسیک و همکاران (Kree Miocic et al., 2016: 99) و مقوله آموزش و پژوهش گردشگری در تحقیق کاتو و پروگانو (Kato & Prozano, 2017: 249) و مقوله فرهنگ سازی با توجه به گردشگری در تحقیقات لی و هسیه (Lee & Hsieh, 2016: 785) و هرنانز و گیل (Hernanz & Gil, 2016: 536) مطرح شده است. اما در هیچ مقاله‌ای جمع این سه مقوله به منزله عوامل زمینه‌ای توسعه پایدار گردشگری دیده نشده است. حس مکان گردشگری، مدیریت مالی گردشگری، علم و فناوری‌های نوین گردشگری، ایمنی و امنیت در گردشگری و حکمروایی خوب در گردشگری عوامل ساختاری توسعه پایدار گردشگری در نظر گرفته شده‌اند.



2004: 143; Wong & Kler, 2013: 311; Wang & Chen, 2015: 16; Maghdouri et al., 2014: 7) در مصاحبه خبرگان درباره توسعه زیرساخت‌ها از لحاظ اقتصادی، به‌ویژه فرهنگی، تغییر دیدگاه‌های فرهنگی راجع به گردشگری و بهتر کردن حس کشورهای دیگر به فرهنگ ما و آشنا کردن آن‌ها با فرهنگ ایرانی صحبت شده است. مک‌کرچر و همکاران (2015) در این رابطه بیان می‌کنند که حس مکان پوشش عاطفی بین مردم و مکان را توضیح می‌دهد. براساس مطالعات تجربی، حس مکان ساختاری چندبعدی است که موجب ارتباط عاطفی با محیط جغرافیایی می‌شود و این ارتباط به‌خوبی با ارزش‌ها، نمادها و معنای فرهنگی هماهنگ شده است (McKercher et al., 2015: 53).

کشورهای گوناگون با استفاده از سرمایه‌گذاری در گردشگری درصدد هستند تا به اهداف خود مانند تنوع‌بخشی به اقتصاد، اشتغال‌زایی، تعامل فرهنگ‌ها و گفتمان‌ها، حفظ محیط زیست و به‌طورکلی توسعه پایدار دست یابند. توسعه پایدار گردشگری به‌منزله مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به‌منزله منبع جدیدی برای سرمایه‌گذاری، ایجاد اشتغال، کسب درآمد و جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی تأیید شده است. بنابراین، مدیریت مالی (سرمایه‌گذاری) در توسعه پایدار گردشگری نقش ساختاری و مهمی دارد که در برخی تحقیقات (Bogdanov & Zecvic, 2010: 35; He et al., 2018: 77; Basmenji & Heydari, 2013: 84) نیز به اهمیت آن در توسعه پایدار گردشگری روستایی اشاره شده است.

در عصر جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات با توجه به فزاینده‌ی عملکرد به سرعت عمل و کاهش هزینه‌ها در عرصه‌های گوناگون توجه شده است. یکی از این عرصه‌ها صنعت گردشگری است. متخصصان این صنعت با توجه به شناخت و آگاهی ویژه خود اذعان دارند که توسعه گردشگری بدون بهبود و توسعه علم و فناوری‌های نوین به‌هیچ‌عنوان میسر نمی‌شود. گردشگری می‌تواند، با بهره‌گیری هرچه بیشتر از فناوری اطلاعات، رشد و توسعه خود را سریع‌تر و درآمد خود را افزون‌تر کند. نتایج این بخش از تحقیق در مقوله علم و فناوری‌های نوین را می‌توان در برخی تحقیقات (Kim & Kim, 2017: 2082; Ali & Frew, 2014: 2; Yousefi, 2013: 1

این مقوله‌ها تسهیلگر یا محدودکننده راهبردهای توسعه پایدار گردشگری هستند که درون زمینه‌ای خاص قرار دارند و در پیامدهای توسعه پایدار گردشگری ایران تأثیرگذار هستند. یکی از خبرگان گردشگری نداشتن طرح جامع و آمایشی مرتبط به گردشگری پایدار در کشور، حضور گسترده دولت در نظام برنامه‌ریزی گردشگری (تهیه، تصویب، اجرا، نظارت و ارزیابی) و کم‌رنگ بودن نقش بخش خصوصی، ساختاربخشی برنامه‌ریزی کشور از جمله عوامل ساختاری مانع توسعه پایدار گردشگری در ایران بیان کرده است. دستیابی به شاخص‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی توسعه پایدار مستلزم ایجاد ساختارهای هدایتی و حمایتی و وضع اهداف خاص سیاسی است و به همین دلیل امروزه حکمروایی خوب به‌منزله استراتژی دستیابی به توسعه پایدار گردشگری مطرح می‌شود و نیاز به همکاری دولت با نهادهای مدنی و مردم را در جهت توسعه پایدار برجسته می‌کند. حکمرانی بر بنیان قانون و تکیه بر سیستم‌های قضایی بی‌طرف به‌طور طبیعی سرعت عمل و دقت اجرای سیاست‌ها را فراهم می‌کند و به تقویت فضای مثبت به‌منظور رشد اقتصادی، افزایش درآمد مردم، گسترش عدالت و تقویت آزادی‌های مدنی منجر می‌شود که همه این موارد موجب تحقق توسعه پایدار گردشگری می‌شوند. در مصاحبه یکی از خبرگان، به نقش حکمروایی خوب گردشگری، به نقش هماهنگ دولت، بخش خصوصی، مردم و گردشگران اشاره شده است. بنابراین، حکمروایی خوب و توسعه پایدار دو مفهومی هستند که با هم گره‌خورده‌اند؛ نبود حکمروایی خوب به‌شدت توسعه پایدار را محدود می‌کند و در بدترین حالت مانع آن خواهد شد. نتایج این بخش در تحقیق کاردوس (Kardos, 2012: 1166)، لیگای (Ligay, 2011: 34)، نانکو (Nunkoo, 2017: 277)، لین (Lane, 2018: 162) و بندتو و همکاران (Benedetto et al., 2016: 39) آمده است.

حس مکان یعنی تجربه و درک خاص از مکانی ویژه که جهت‌گیری شخص به‌سوی آن مکان را با احساسی از تفاوت، جهت‌یابی و درک فضا مشخص می‌کند. حس مکان محیط با ایجاد پیام‌ها و معانی می‌تواند وقوع برخی رفتارها را آسان کند یا مانع بروز برخی دیگر از رفتارها باشد. حس مکان درباره ایران با اصالت جاذبه‌های گردشگری و وجود زیرساخت‌های گردشگری ایجاد می‌شود. این مقوله‌ها، همان‌گونه که در برخی تحقیقات به آن‌ها اشاره شده است (Meyer,



پایداری گردشگری نیز نقش اساسی دارند. رویکرد مدیریت‌گرایی به معنای راهکارها و ابزارهایی برای یکپارچگی بهتر گردشگری و حفاظت از محیط طبیعی یا فرهنگی در مقاصد گردشگری است. مدیریت توسعه پایدار گردشگری در جمهوری اسلامی ایران مشتمل بر هماهنگ‌سازی و نظارت به منظور یکپارچه‌سازی تمامی منابعی است که در تحقق خط‌مشی‌های گردشگری نقش دارند. موضوعات مدیریتی نیز مؤثر هستند، به طوری که با ایجاد ساختاری برای سازمان‌دهی گردشگری داخلی و تعریف کارکردها و مسئولیت‌های آن ارتباط دارند. در مصاحبه‌های برخی خبرگان، نکاتی درباره اهمیت توسعه نهادی و وجود نهادهای مسئول برنامه‌ریزی و مدیریت پایداری گردشگری بیان شده است. بنابراین، برنامه‌ریزی باید در صدد حمایت از خواسته‌های فعلی جامعه میزبان، کاهش آثار منفی، بهینه‌سازی منابع مثبت و دستیابی به اهداف و آرزوهای جامعه باشد. بدون برنامه‌ریزی، روند توسعه فعلی و آینده در یک منطقه و دستیابی به اهداف جامعه غیرممکن خواهد بود. به مقوله خط‌مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری در برخی تحقیقات (Angelevska-Najdeska & Rakicevik, 2012: 212; Dodds, 2007: 38; Cetinel & Yolal, 2009: 298) به طور مشابه اشاره شده است.

در مقابل، دستیابی به توسعه پایدار گردشگری فرایندی مستمر است و به نظارت دائم بر آثار منفی و اقدامات پیشگیرانه یا اصلاحی در صورت ضرورت نیاز دارد. به مقوله نظارت و ارزیابی پایداری گردشگری در برخی تحقیقات (Kato & Prozano, 2017: 249; Xu & Fox, 2014: 144) اشاره شده است. همچنین، در خصوص ابزارهای کنترل و نظارت در توسعه پایدار گردشگری یکی از خبرگان گفته است: «در باره ابزارهای کنترل و نظارت در توسعه پایدار گردشگری در بُعد اقتصادی می‌توانیم با استفاده از ابزارهای پولی و مالی و با نرخ بهره کنترل و نظارت کنیم و حتی مالیات و سوبسید در نظر بگیریم. در بُعد اجتماعی و فرهنگی، لازم است قوانین و مقررات و کدهای اخلاقی در سازمان میراث تدوین شوند. مجریان ابزارهای نظارتی و کنترلی باید کسانی باشند که ذی‌نفع نباشند. نظارت و کنترل وظیفه دولت محسوب می‌شود. ما این را از طریق دولت کمتر می‌بینیم یا باید اصناف وارد عمل شوند این کار را انجام دهند. اتحادیه هتلداران کنترل و نظارت در بخش هتلداری را بی‌طرفانه انجام می‌دهند. در آژانس‌ها، تفریحگاه‌ها و غیره هم همین‌طور می‌شود عمل کرد.»

خبرگان گردشگری در این زمینه بیان کرده است: «امروزه فناوری اطلاعات دارای ارتباط گسترده‌ای با گردشگری است؛ از یک سو، فناوری اطلاعات موجب جهانی شدن و توسعه گردشگری در همه ابعاد آن می‌شود و از سوی دیگر گسترش جغرافیایی و عملیات گردشگری باعث ایجاد تقاضای افزون‌تر و بلکه استفاده از فناوری پیشرفته می‌شود.»

صیدایی و هدایتی مقدم (2010) بیان می‌کنند که توسعه و امنیت مکمل یکدیگر هستند. بدیهی است امنیت پایدار مرهون توسعه پایدار است و توسعه پایدار امنیت را تضمین می‌کند. امروزه، هر چیزی که تعریف علمی نداشته باشد و قواعد منطقی بر آن حاکم نباشد شکست می‌خورد. این امر در صنعت گردشگری و بُعد امنیت آن نیز صادق است. برای مثال، به منظور ایجاد امنیت در بخش حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها، هتل‌ها و جاذبه‌ها، لازم است متصدیان و سازمان‌های گردشگری در توسعه گردشگری هماهنگی لازم را داشته باشند (Seydae & Hedayati Moghadam, 2010: 100). بر این اساس، در مصاحبه یکی از خبرگان به آسایش، راحتی و امنیت به منزله مسائلی بسیار مهم اشاره شده است که گردشگران را به نقاط گوناگون دنیا جذب یا از آن‌ها دفع می‌کند. میان گردشگری، ثبات توسعه و امنیت رابطه تعریف‌شده‌ای وجود دارد؛ چراکه توسعه زیرساخت‌های گردشگری تا حدود زیادی به سایر فعالیت‌های جاری و عمرانی یک منطقه، عوامل حمایت‌کننده، قوانین امنیت، اطلاع‌رسانی، هماهنگی سازمان‌های مرتبط و گسترش حمل‌ونقل در امور گردشگری وابسته است. همچنین، از دیدگاه یکی از خبرگان، بسیاری از انحرافات اجتماعی و اخلاقی گردشگران تابع امنیت کشور است. بیمه مسافرتی در میان گردشگران موضوع مهمی است که آسودگی خاطر آن‌ها را بیشتر می‌کند و شاید بعد از غذا و پوشاک بتوان آن را سومین موضوع آرامش آن‌ها در نظر گرفت. جبران خسارات مالی و جانی گردشگر اطمینان وی از جبران خسارت‌های احتمالی عاملی دیگر در توسعه پایدار گردشگری است. نتایج برخی تحقیقات (Canavan, 2016: 239; Amir et al., 2015: 124; Safae, 2017: 1; Motaghi, S., Sadeghi & Delalat, 2017: 82) اهمیت ایمنی و امنیت را در توسعه پایدار گردشگری نشان می‌دهد.

عوامل مدیریتی شامل خط‌مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری، بازاریابی گردشگری، مدیریت زیست‌محیطی منابع کشور، مدیریت منابع گردشگری، مدیریت کیفیت جامع گردشگری و نظارت و ارزیابی



ذی‌نفعان در جامعه شامل دولت‌ها، گردشگران، جامعه میزبان، تورگردان‌ها و سایر فعالیت‌های گردشگری می‌بایست تحت لوای مسئولیت اخلاقی و دستورات عمل‌های اجرایی، که بر فعالیت‌ها نظارت دارند، قرار گیرند. در این خصوص، کدهای اخلاق گردشگری به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی شده‌اند که اصول نهادینه‌ای را که هم در جوامع میزبان و هم در بین میهمانان به رفتارهای بهینه منجر می‌شوند معرفی کنند و آن‌ها را بسط و گسترش دهند. در ایران، کدهای دینی بسیاری وجود دارد که به روابط میهمان و میزبان اشاره می‌کنند. اجرای کدهای اخلاقی در گردشگری دولت‌ها را ملزم می‌کند در برنامه‌ریزی و خط‌مشی‌گذاری کلان خود در حوزه گردشگری به تساوی حقوق زن و مرد و گروه‌های آسیب‌پذیر توجه و از حیات وحش و گونه‌های زیستی نادر در اکوسیستم حساس کشور بیشتر محافظت کنند. به وضعیت آثار تاریخی و اماکن باستانی دائم و مستمر نظارت داشته باشند و در صورت نیاز به اصلاح آن‌ها و محافظت مؤثر از آن‌ها اقدام کنند. اجرای این اصول گردشگران را نیز ملزم می‌کند به عقاید مذهبی و آداب زندگی جامعه میزبان و همچنین حفاظت از محیط احترام بگذارند. لذا، بر این اساس، گردشگران استانداردهای زیست‌محیطی را رعایت می‌کنند و جامعه میزبان می‌تواند ضمن احترام به شیوه زندگی و انتظارات گردشگران از بروز رفتارهای زیان‌آور جلوگیری کند. این نتایج با نتایج تحقیقات سوتاوا (Sutawa, 2012: 418)، کاتو و پروگانو (Kato & Prozano, 2017: 249) و حبیبی قاسم‌آبادی (Habibi Ghasemabadi, 2016: 253) همسو است.

همچنین، روش‌های کلاسیک بازاریابی می‌توانند به دستیابی اشکال پایدارتر گردشگری ایران کمک کنند. تلاش برای درک گردشگران، براساس انگیزش‌ها و معیارهای آن‌ها، انعکاسی از مفهوم مشتری‌گرایی در بازاریابی جدید است. یکی از خبرگان گردشگری تبلیغات اثربخش گردشگری را از مسئولیت‌های بازاریابی برای معرفی تصویرهای فرهنگی به جامعه بیان کرد. به نتایج این بخش در مقوله بازاریابی گردشگری در برخی تحقیقات (lane, 2018: 164; Liu et al., 2017: 100; Swarbrooke, 2011: 307) اشاره شده است.

مدیریت منابع گردشگری یکی از راهبردهای توسعه پایدار گردشگری در ایران است. به این مقوله در تحقیقات سوتاوا (Sutawa, 2012: 419) و توحیدی (Tohidy, 2011: 2) به‌طور مشابه اشاره شده است. درخصوص منابع انسانی و توسعه پایدار گردشگری

می‌توان گفت زمانی گردشگری می‌تواند به بقای خود ادامه دهد که تعداد کافی نیروی کار را با کیفیت عالی جذب و از آن نگهداری کند. به عبارت دیگر، باید نیروی کار پایدار داشته باشد. نحوه رفتار مدیران و گردشگران با نیروی کار نشان می‌دهد که پایداری تا چه حدی به عدالت اجتماعی و برابری عمل می‌کند. همچنین، یکی از خبرگان مانع اصلی توسعه پایدار گردشگری در ایران را عدم مدیریت منابع و جاذبه‌ها معرفی کرده است. کسکانت (2008) بیان می‌کند که محیط زیست برای گردشگری انعطاف‌پذیر و قابل توسعه است. به‌طورکلی، تعداد زیاد بازدیدکنندگان و فراهم کردن امکانات تفریحی برای تأمین نیازهای آن‌ها، اگر به‌درستی مدیریت و اداره نشود، ویژگی‌های زیست‌محیطی را که گردشگران را جذب می‌کند کاهش می‌دهد یا حتی نابود می‌کند. گردشگری پیامدهای منفی مستقیمی در محیط طبیعی دارد که از تنش‌های مفرط آن بر ظرفیت تحمل ناشی و آثار مستقیم آن از طریق توسعه فضاهای فیزیکی حاصل می‌شود (Cascante, 2008: 21). بنابراین، سیستم مدیریت محیط زیست عبارت است از مجموعه‌ای از فنون مدیریتی که ضمن حفاظت و نگهداری از منابع محیط زیست به افزایش کارایی و بهره‌وری مکان‌های گردشگری کمک می‌کند. مقوله مدیریت زیست‌محیطی منابع کشور شامل مفهوم مدیریت سواحل، مدیریت جنگل، مدیریت منابع آب، مدیریت انرژی و مدیریت پسماند است. این مفاهیم در مقاله مالیک و بهات (Malik & Bhat, 2015: 14) آمده است.

با توجه به اینکه صنعت گردشگری در بین کلیه صنایع خدماتی، به‌دلیل ایفای نقش اساسی در اقتصاد ملی، یکی از حساس‌ترین صنایع به موضوع کیفیت است. شناسایی سطح واقعی کیفیت دریافت‌شده از سوی گردشگران نخستین گام برای افزایش رضایت آن‌ها و در نتیجه توسعه پایدار اقتصادی خواهد بود. در دو دهه گذشته، بسیاری از سازمان‌هایی که در صنایع خدمات و تولیدی کالا اشتغال داشتند به اهمیت روزافزون اجرای فرایندهای مدیریت کیفیت جامع به‌منظور حفظ و نگهداری مزایای رقابتی پایدار پی برده‌اند. در این خصوص، در مصاحبه یکی از خبرگان، به کیفیت زیرساخت‌های اقامتی و راه‌ها و جاده‌ها و حمل‌ونقل هواپیمایی گردشگری اشاره شده است. در برخی مقاله‌ها (Bhuiyan & Wahab, 2018: 1; Abd & Al, 2013: 386; Manhawy, 2013: 1) نیز به اهمیت رویکرد مدیریت کیفیت جامع در توسعه



است. به مقوله حفاظت از منابع گردشگری در برخی تحقیقات (Castellani & Sala, 2010: 871; Higgins-Desbiolles, 2018: 158) با توجه به با مفاهیم حفاظت از منابع طبیعی کشور، حفاظت از میراث فرهنگی کشور و حفظ تنوع زیستی منابع اصیل ایرانی اشاره شده است. همان‌طور که توسعه پایدار گردشگری سطح استانداردهای زندگی جوامع را بهبود بخشیده و در پی ارتقای کیفیت تجربه گردشگران است، باید حفظ محیط زیست را نیز که جامعه میزبان و گردشگران به آن وابسته‌اند در پی داشته باشد. یکی از خبرگان صنعت گردشگری در ایران اتفاق بیفتد، بهبود و کیفیت زندگی انسان‌ها در نواحی مقصد و جامعه میزبان، حفاظت از محیط و فرهنگ‌ها و ارزش‌های جامعه میزبان و بحث توسعه اقتصادی را در پی خواهد داشت.

چوی (2003) بیان می‌کند که توسعه پایدار گردشگری باید ارتباط اقتصادی بلندمدتی بین جوامع محلی و فعالیت‌ها برقرار کند. همچنین، باید پیامدهای منفی گردشگری در محیط طبیعی را به حداقل برساند و رفاه اجتماعی و فرهنگی جوامع میزبان را افزایش دهد (Choi, 2003: 30). رفاه و کیفیت زندگی شامل مفاهیم رفاه عمومی جامعه ایرانی، رفاه انسانی و رفاه خودکفایی اقتصادی است. درخصوص این مفاهیم، که به‌طور مشابه در مقالات لی (Lee, 2013) و گارو-ودل و همکاران (Garau-Vadell et al., 2018: 69) اشاره شده است، یکی از خبرگان گردشگری بیان می‌کند که، اگر گردشگری ما در چهارچوب توسعه پایدار باشد، می‌تواند در نواحی مقصد زندگی متناسب با شأن انسانی ایجاد کند.

پیشنهاد‌های کاربردی

ارائه مدل توسعه پایدار گردشگری به نهادهای مرجع و متولی امر گردشگری در کشور: یکی از موانع پیشرفت گردشگری در کشور از دیدگاه خبرگان گردشگری دیدگاه و ذهنیت سران نظام کشور درباره این مسئله است. همان‌طور که در عوامل زمینه‌ای توسعه پایدار گردشگری بحث فرهنگ‌سازی با توجه به گردشگری نیز به‌منزله مهم‌ترین مقوله مطرح شده است، می‌توان با ارائه مدل توسعه پایدار گردشگری به نهادهای مرجع و متولی امر گردشگری کشور دیدگاه آن‌ها درباره گردشگری را تغییر داد و اصلاح کرد. یکی از این نهادهای مرجع می‌تواند وزارتخانه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری باشد.

پایدار گردشگری اشاره شده است. مقوله مدیریت کیفیت جامع گردشگری دارای سه مفهوم کیفیت بخشی به خدمات گردشگری، کیفیت بخشی به زیرساخت‌های گردشگری و استانداردسازی گردشگری است.

راهبردهای توسعه پایدار گردشگری، که در پاسخ به توسعه پایدار یا در مدیریت آن به کار می‌روند، پیامدها و نتایجی دارند. مقوله‌های فرعی عوامل پیامدی توسعه پایدار گردشگری شامل رضایت گردشگران، حفاظت از منابع گردشگری، غنای فرهنگی کشور و رفاه و کیفیت زندگی (رفاه و خودکفایی اقتصادی، رفاه انسانی و رفاه عمومی جامعه ایرانی) است. تحقق توسعه پایدار در ایران مستلزم کشف فعالیت‌ها و اقداماتی است که به کاهش فقر، تقویت جایگاه سرزمین و حفظ هویت محلی بینجامد. برای رسیدن به این هدف بایستی گردشگری‌ای را توسعه داد که در عین تأمین رضایت گردشگران به اصول پایداری هم توجه کند. به مقوله رضایت گردشگران در برخی تحقیقات (lane, 2018: 162; Malik & Bhat, 2015: 14) اشاره شده است. رضایت گردشگران شامل مفهوم تجربه‌اندوختی گردشگران، معرفت‌شناسی گردشگران، خودشناسی گردشگران و عبرت‌آموزی گردشگران است. دیدار مناظر طبیعی، بررسی جایگاه زندگی و حکومت پیشینیان و مشاهده آثار سایر اقوام و ملل اسراری را بر انسان آشکار می‌سازد که به تسلیم انسان در برابر خدا و درک تسبیح و حمد و ثنای پروردگار توسط پدیده‌های هستی منجر می‌شود. در آموزه‌های دینی، سیروسایاحت روزنه‌ای برای شناخت بهتر انسان و جهان نامیده شده است. در این خصوص، در مصاحبه یکی از خبرگان بیان شده است که انسان با مشاهده جاذبه‌های طبیعی ساخت خداوند به عظمت خداوند پی می‌برد و همچنین می‌تواند جایگاه خود را در روی زمین کشف کند و بشناسد. همچنین، درخصوص عبرت‌آموزی در سفر نیز یکی از خبرگان بیان کرده است که امام علی (ع) به امام حسن (ع) می‌فرماید: «در دیار و آثار ویران رفتگان گردش کن و ببیندیش که آن‌ها چه کردند، از کجا کوچ کردند و در کجا فرود آمدند، از جمع دوستان جدا شدند و به دیار غربت سفر کردند، گویا زمانی نمی‌گذرد که تو هم یکی از آنانی. پس، جایگاه آینده را آباد کن.»

به این مقوله بدون رنگ و بوی دینی در برخی تحقیقات (Janusz & Bajdor, 2013: 523; Lee & Hsieh, 2016: 784; Pulido-Fernandez & Merinero-Rodriguez, 2018: 144) اشاره شده



تشکیل و تقویت وجه تخصصی شکل‌های مردم‌نهاد گردشگری پایدار: با توجه به شکل‌گیری شکل‌های زیست‌محیطی در چند سال اخیر و مکمل بودن این شکل‌ها با شکل‌های توسعه پایدار گردشگری، مشارکت این گروه‌ها می‌تواند اهرمی بسیار قوی برای کارآمد کردن محیط زیست و حفظ پایداری آن باشد. با ایجاد شکل‌های توسعه پایدار گردشگری، ارتقای آگاهی‌ها و مشارکت مردمی مکمل یکدیگر می‌شوند و یکدیگر را تقویت می‌کنند. می‌توان در این زمینه از تجربه شکل‌های محیط زیستی استفاده کرد. در شکل‌های محیط زیستی گاهی با مسائل و بحران‌های زیست‌محیطی برخوردی احساسی شده و به عبارتی، به دلیل ضعف جنبه تخصصی و علمی اعضای شکل‌های مردم‌نهاد و مواجهه هیجانی با مسائل، اعتبار آن‌ها نزد نهادهای عالی خط‌مشی‌گذار دچار خدشه شده است. بنابراین، اگر شکل‌های توسعه پایدار گردشگری با تقویت وجه تخصصی خود تشکیل شوند، طبعاً مورد اعتماد سیاست‌گذاران در اخذ نظرها و جلب مشارکت آن‌ها خواهند شد.

ارتقای «شورای عالی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری» به «شورای عالی توسعه پایدار میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری»: در مدل توسعه پایدار گردشگری، حکمروایی خوب گردشگری یکی از عوامل مداخله‌گر در توسعه پایدار گردشگری است. در ساختار جمهوری اسلامی ایران، شورای عالی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شکل گرفته است؛ این شورا در بدنه تصمیمات و برنامه‌ریزی‌های کشور حضور دارد و همه اعضای آن از دولت هستند که جای دارد سایر ذی‌نفعان گردشگری به خصوص نخبگان، نهادهای غیردولتی و مردم‌نهاد نیز در این شورا مشارکت داشته باشند و تنوع و جامعیت اعضا لحاظ شود و همچنین به مباحث و شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری در تصمیمات توجه شود.

اقدام وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری برای تکمیل ماتریس نقش بازیگران در توسعه پایدار گردشگری: با توجه به نکات کلیدی مستخرج از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، یکی از نقاط ضعف کاملاً محسوس در فرایند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه پایدار گردشگری آن است که نقش بازیگران متکثر و متنوع در این عرصه نامعلوم است. این آسیبی است که مشکلاتی را در زمینه پاسخ‌گویی سازمان‌های عمومی مرتبط پدید آورده است؛ چراکه مسئولیت آن‌ها در این فرایند نامعلوم

یا دارای هم‌پوشانی است. بنابراین، مشارکت هرکدام از بازیگران در فرایند برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری، نظارت و مدیریت می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای داشته باشد. برای مثال، تدوین سند راهبردی توسعه پایدار گردشگری با مشارکت متصدیان گردشگری انجام می‌شود یا محافل علمی و غیردولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند نظارت بر توسعه پایدار گردشگری و مدیریت آن را به دست گیرند.

تشویق خبرگان گردشگری برای ورود به مجامع عالی تصمیم‌گیری (در قالب نماینده مردم): یکی از آسیب‌های جدی در شرایط فعلی در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری گردشگری کنش ضعیف دولت‌مردان است. ورود خبرگان گردشگری در مقام نماینده مردم در مجامع عالی تصمیم‌گیری نظیر مجلس شورای اسلامی یا شوراهای اسلامی شهر و روستا می‌تواند موجب پررنگ شدن تدریجی مباحث گردشگری در سطوح کلان تصمیم‌گیری کشور شود.

ایجاد صندوق ملی گردشگری به منزله راهکار پایدار تأمین مالی توسعه پایدار گردشگری اسلامی ایرانی: یکی از موانع جدی در توسعه پایدار گردشگری در جمهوری اسلامی ایران محدود بودن منابع مالی و بودجه‌ای برای اجرای خط‌مشی‌های گردشگری و در برخی موارد نامشخص بودن آن است. ایجاد صندوق ملی گردشگری ناظر به تخصیص بخشی از بودجه کلیه دستگاه‌های اجرایی کشور به مسائل توسعه پایدار گردشگری است.

تقویت بعد رسانه‌ای توسعه پایدار گردشگری: لازمه دستور انعکاس فعال توسعه پایدار گردشگری ارتقای آگاهی‌های عمومی شهروندان از توسعه پایدار گردشگری است. این راهکار موجب خواهد شد، از یک سو، آگاهی عمومی از توسعه پایدار گردشگری، مشارکت آن‌ها در آن و حساسیت آن‌ها به آن افزایش یابد و از سوی دیگر فرایند تدوین سیاست‌های گردشگری از حالت تقریباً منفعل فعلی به شکل فعال درآید. در این زمینه، راه‌اندازی شبکه مستقل گردشگری در رسانه ملی و صدور مجوز انتشار مطبوعات مکتوب یا مجازی از سوی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی بسیار راهگشا است. البته، در سطح پایین‌تر، اختصاص بخش ثابتی از برنامه‌های شبکه‌ای خاص در رسانه ملی به موضوعات توسعه پایدار گردشگری به بهبود شرایط فعلی کمک خواهد کرد.

برنامه مؤثر دیگر در این زمینه برگزاری دوره‌هایی آموزشی درباره مسائل توسعه پایدار گردشگری برای



سرمایه‌گذاری. فصلنامه دانش انتظامی آذربایجان شرقی، ۲(۷)، ۸۳-۱۰۲. magiran.com/p2398165

حیسی قاسم‌آبادی، امیر نصرت (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی سفر و گردشگری. تهران: جامعه‌شناسان.

خواستار، حمزه (۱۳۸۸). ارائه روشی برای محاسبه پایایی مرحله کدگذاری در مصاحبه‌های پژوهشی. فصلنامه علمی - پژوهشی روش‌شناسی علوم انسانی، ۱۵(۵۸)، ۱۷۴-۱۶۱. <https://sid.ir/paper/88290/en>

خنیفر، حسین و مسلمی، ناهید (۱۳۹۷). اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی. تهران: انتشارات نگاه دانش.

دانایی‌فرد، حسن، الوانی، مهدی و آذر، عادل (۱۳۸۳). روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع. تهران: صفار اشراقی.

دانایی‌فرد، حسن (۱۳۸۴). تئوری‌پردازی با استفاده از رویکرد استقرایی، استراتژی مفهوم‌سازی تئوری داده‌بنیاد. ماهنامه علمی و پژوهشی دانشور رفتار، ۱۲(۱۱)، ۵۷-۷۰. <https://sid.ir/paper/46412/en>

رحمدل، ناصر (۱۳۹۴). تحلیل محتوا و پژوهش داده‌بنیاد. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.

رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی (بارویکرد گردشگری پایدار). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

سواربرک، جان (۱۳۹۰). مدیریت گردشگری پایدار، ترجمه محمود سبزی و غلامحسین خورشیدی. تهران: سازمان مدیریت صنعتی.

شارپلی، ریچارد و تلفر، دیوید (۱۳۹۴). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای درحال توسعه، ترجمه حمید ضرغام بروجنی. تهران: مه‌کامه.

صفایی، امیررضا (۱۳۹۶). تحلیل آینده‌پژوهی نقش بیمه رضایت توریست در توسعه پایدار گردشگری ایران (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نجف‌آباد.

خبرنگاران حرفه‌ای و مبتدی کشور است تا، از طریق افزایش آگاهی آن‌ها از این مسائل و حساسیت آن‌ها به آن‌ها، فرایند انعکاس در رسانه‌های عمومی کشور رخ دهد. یکی از نکات بسیار کلیدی در فعالیت رسانه‌ای توسعه پایدار گردشگری تولید محتوای متناسب با نوع مخاطب است که خود نیازمند پژوهش‌ها و تحقیقات مستقلی است، اما با توجه به راهبردی اساسی در تولید محتوای رسانه‌ای بسیار اثربخش خواهد بود و آن انتقال مسائل توسعه پایدار گردشگری در قالب تجزیه و تحلیل‌های کمی تبعات و هزینه‌های به‌روز آن‌ها است. راهبرد انتقال مطالب از طریق رسانه موجب خواهد شد تا حساسیت در این زمینه بیشتر شود.

شکل‌گیری مرکز و مرجع رسمی برای ارائه آمار و اطلاعات گردشگری کشور: مطابق با نظر خبرگان، آمار و اطلاعات گردشگری گاهی متفاوت است و ما به حساب اقماری گردشگری مانند سایر کشورها دسترسی نداریم. از این رو، با توجه به اهمیت آمار و اطلاعات صحیح، دقیق و بهنگام در تصمیم‌گیری‌های کلان، شکل‌گیری مرجعی رسمی برای ارائه آمار مربوط، صحیح، دقیق و بهنگام گردشگری ضروری به نظر می‌رسد. مرجع مذکور می‌تواند ذیل وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری یا مرکز آمار ایران یا ذیل هر دو سازمان مذکور اما به صورت متمرکز در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شکل گیرد.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

اصلی‌پور، حسین (۱۳۹۳). الگوی بومی تدوین خط‌مشی‌های زیست‌محیطی، رساله دکتری مدیریت دولتی گرایش تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری عمومی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.

اکبری‌ان، سعیدرضا و بدری، سیدعلی (۱۳۹۴). تحلیل درک ذی‌نفعان از اثرات و پیامدهای توسعه گردشگری در نواحی روستایی (نمونه موردی: منطقه لواسانات). فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۱۳(۳۸)، ۴۷-۶۲. <https://doi.org/10.22111/gdij.2015.1929>

باسمنجی، بابک و حیدری، رضا (۱۳۹۱). بررسی رابطه توسعه پایدار گردشگری با امنیت اجتماعی و



کنگره بین‌المللی افق‌های جدید در معماری و شهرسازی. تهران، ۱-۱۶.

موسایی، میثم، هاشمی، سمیه و ابراهیمی، میترا (۱۳۹۱). بررسی جامعه‌شناختی توسعه پایدار گردشگری در ایران: موانع، چالش‌ها و راهکارها. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی - واحد شوشتر، ۶(۱۶)، ۵۰-۲۵. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1083819>

مهدوی، داوود، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و سجاسی، حمدالله (۱۳۹۶). بنیان‌های نظری توسعه پایدار گردشگری. تهران: انتشارات سمت.

یوسفی، سیدعلی (۱۳۹۲). نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه پایدار گردشگری (مطالعه موردی: شهر اصفهان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی - برنامه‌ریزی توسعه جهانگردی، دانشکده مدیریت دانشگاه شیخ بهایی، اصفهان.

منابع

- Abd, W. Y. M. P. D., & Al Manhaway, A. (2013). TQM critical success factors in hospitality Industry and their impact on Customer Loyalty, a theoretical Model. *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 4(1), 1-15.
- Agyeiwaah, E., McKercher, B., & Suntikul, W. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward? *Tourism Management Perspectives*, 24, 26-33. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.005>
- Akbarian Ronizi, A. R., & Badri, S. A. (2015). Analysis of Beneficiaries perception on Effects and Consequences of Tourism development in Rural Areas (Case study: Lavasanat area). *Geography and Development*, 13(38), 47-62. <https://doi.org/10.22111/gdij.2015.1929> [In Persian]
- Ali, A., & J. Frew, A. (2014). ICT and sustainable tourism development: an innovative

صیدایی، اسکندر و هدایتی مقدم، زهرا (۱۳۸۹). نقش امنیت در توسعه گردشگری. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، ۴(۸)، ۹۷-۱۱۰. <https://sid.ir/paper/201855/en>

ضیائی، محمود و عباسی، دیاکو (۱۳۹۷). چالش‌ها و رویکردهای توسعه گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۴)، ۸-۳۷. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1822>

فقیهی، ابوالحسن و علیزاده محسن (۱۳۸۴). روایی در تحقیق کیفی. فرهنگ مدیریت، ۳(۱۰۵۶)، ۹.

قادری، اسماعیل (۱۳۸۲). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی پایدار، پایان‌نامه دکتری، به راهنمایی عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

قائدعلی، حمیدرضا و لطیفی، میثم (۱۳۹۳). الگوی پارادایمی اردوهای راهیان نور. دوفصلنامه علمی - پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، دانشکده علوم انسانی اسلامی و قدرت نرم. دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، ۴(۱۰)، ۱-۲۸. <https://civilica.com/doc/795176>

قدمی، مصطفی و غلامیان‌بابی، محمد (۱۳۹۳). اثرات گردشگری. تهران: مهکامه.

متقی، سمیرا، صادقی، محمد و دلالت، مراد (۱۳۹۵). نقش امنیت در توسعه گردشگری بین‌المللی (نمونه موردی: گردشگران خارجی شهر یزد). گردشگری شهری، ۳(۱)، ۷۷-۹۱. <https://doi.org/10.22059/jut.2017.60511>

محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش‌ها و راهکارها. فصلنامه علمی - پژوهشی فضای جغرافیایی، ۹(۲۸)، ۱۴۹-۱۷۱. <https://sid.ir/paper/en/8338>

محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی، ضد روش ۱. تهران: جامعه‌شناسان.

مقدوری، زینب، نبوی، مجتبی و حمزه‌نژاد، مهدی (۱۳۹۳). ارتقای اصول طراحی اقامتگاه سفر براساس نگرش اسلامی. مجموعه مقالات اولین



- Bell, S., & Morse, S. (2003). *Measuring sustainability. Learning by doing*. Earthscan, London.
- Benedetto, G., Carbonib, D., & Corintoc G. L. (2016). Governance of Sustainable Tourism in a Vast Area Surrounding a National Park. *Procedia Environmental Sciences*, 32, 38-48. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2016.03.010>
- Bhuiyan, B. A., & Wahab, A. M. H. A. (2018). Sustainable Tourism Sector Development in Negara Brunei Darussalam: Application of Total Quality Management Approach as Strategic Option. *Journal of Tourism & Hospitality*, 7(3). <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000357>
- Bogdanov, N., & Zecvic, B. (2010). Public-private Partnerships in the Development of Rural Tourism (Part 2), in *Sustainable to Tourism for Rural Development*. The United Nations Development Programme (UNDP), Madrid, Spain.
- Byrd Jr, E. T. (2003). *An analysis of variables that influence stakeholder participation and support for sustainable tourism development in rural North Carolina*. North Carolina State University.
- Canavan, B. (2016). Tourism culture: Nexus, characteristics, context and sustainability. *Tourism management*, 53, 229-243. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.10.002>
- Cárdenas, D. A., Byrd, E. T., & Duffy, L. N. (2015). An exploratory study of community awareness of impacts and agreement to sustainable tourism development principles. *Tourism and Hospitality Research*, 15(4), 254-266. <https://doi.org/10.1177/1467358415580359>
- Altinay, M., & Kashif, H. (2005). Sustainable tourism development: A case study of North Cyprus. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 272-280. <https://doi.org/10.1108/09596110510591963>
- Amir, A. F., Ismail, M. N. I., & See, T. P. (2015). Sustainable tourist environment: Perception of international women travelers on safety and security in Kuala Lumpur. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 168, 123-133. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.10.218>
- Angelevska-Najdeska, K., & Rakicevik, G. (2012). Planning of sustainable tourism development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 210-220. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.022>
- Aslipour, H. (2014). The model of developing environmental policies, thesis of public administration, decision-making and public policy, faculty of Management and Accounting, Allameh Tabatabai University. [In Persian]
- Barton, A. W., & Leonard, S. J. (2010). Incorporating social justice in tourism planning: racial reconciliation and sustainable community development in the Deep South. In *50 Years of Community Development*, Vol 11 (pp. 121-145). Routledge.
- Basmenji, B., & Heydari, R. (2013). Investigation of Relation between Sustainable Tourism Development and Social Security and the Investment. *Journal of East Azerbaijan Police Science*, 2(7), 83-102. magiran.com/p2398165 [In Persian]

- Dodds, R. (2007). Sustainable tourism and policy implementation: Lessons from the case of Calvia, Spain. *Current Issues in Tourism*, 10(4), 296-322. <https://doi.org/10.2167/cit278.0>
- Enemuo, O. B., & Oduntan, O. C. (2012). Social impact of tourism development on host communities of Osun Oshogbo sacred grove. *IOSR Journal of humanities and social science (JHSS)*, 2(6), 30-35. <https://doi.org/10.9790/0837-0263035>
- Espinosa, Á., Harnden, R., & Walker, J. (2008). A complexity approach to sustainability-Stafford Beer revisited. *European Journal of Operational Research*, 187(2), 636-651. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2007.03.023>
- Faqihi, A., & Alizadeh, M. (2005). Validity in qualitative research. *Organizational Culture Management*, 3(1056), 9. [In Persian]
- Fazenda, N., da Silva, F. N., & Costa, C. (2010). Douro Valley Tourism Plan: The plan as part of a sustainable tourist destination development process. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 2(4), 428-440. <https://doi.org/10.1108/17554211011074074>
- Garau-Vadell, J. B., Gutierrez-Taño, D., & Diaz-Armas, R. (2018). Economic crisis and residents' perception of the impacts of tourism in mass tourism destinations. *Journal of destination marketing & management*, 7, 68-75. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.08.008>
- Ghadami, M., & Gholamian Baei, M. (2014). *Tourism impacts*. Tehran: Mahkame Press. [In Persian]
- Ghaed Ali, H., & Latifi, M. (2020). The Paradigmatic Pattern of Rhahian Noor Camps (Data-Oriented Inductive Reasoning from the Supreme Leader's Perspective). *Bi-*
- Cascante, D. M. (2008). Consequences of tourism-based growth on rural communities' quality of life: A comparative study of Liberia and La Fortuna, Costa Rica (Doctoral dissertation, The Pennsylvania State University).
- Castellani, V., & Sala, S. (2010). Sustainable performance index for tourism policy development. *Tourism management*, 31(6), 871-880. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.10.001>
- Cetinel, F., & Yolal, M. (2009). Public Policy and Sustainable Tourism in Turkey, OURISMOS: An International Multidisciplinary. *Journal of Tourism*, 4(3), 35-50. <https://mpa.ub.uni-muenchen.de/25418/>
- Charmaz, K., & Bryant, A. (2008). Grounded Theory. In L. M. Given, *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. California: Sage Publication (pp. 374-377).
- Choi, S. H. (2003). Measurement of Sustainable Development progress for Managing Community Tourism, Dissertation for PHD Texas A&M University.
- Danaeifard, H., Elwani, M., & Azar, A. (2013). *Qualitative research methodology in management: a comprehensive approach*. Tehran: Safar Ishraghi. [In Persian]
- Danaeifard, H. (2005). Inductive Approach to Building Theory: Grounded Theory Strategy. *Daneshvar Raftar*, 12(11), 57-70. <https://sid.ir/paper/46412/en> [In Persian]
- Rodríguez Díaz, M., & Espino Rodríguez, T. F. (2016). Determining the Sustainability Factors and Performance of a Tourism Destination from the Stakeholders' Perspective. *Sustainability*, 8(9), 951. <https://www.mdpi.com/2071-1050/8/9/951>



- 6,523-529. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00170-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00170-6)
- Kardos, M. (2012). The reflection of good governance in sustainable development strategies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1166-1173. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1098>
- Kato, K., & Prozano, R. N. (2017). Spiritual (walking) tourism as a foundation for sustainable destination development: Kumano-kodo pilgrimage, Wakayama, Japan. *Tourism Management Perspectives*, 24, 243-251. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.017>
- Khanifar, H., & Muslimi, N. (2018). *The book of principles and basics of qualitative research methods*. Tehran: Negah Danesh press. [In Persian]
- Khastar, H. (2009). A Method for Calculating Coding Reliability in Qualitative Research Interviews. *Methodology of Social Sciences and Humanities*, 15(58), 161-174. <https://sid.ir/paper/88290/en> [In Persian]
- Khuntia, N., & Mishra, J. M. (2014). Economic and Environmental Aspects of Sustainable Tourism Development-A Conceptual Study. *Atna Journal of Tourism Studies*, 9(1), 15-28. <https://doi.org/10.12727/ajts.11.2>
- Kim, D., & Kim, S. (2017). The Role of Mobile Technology in Tourism: Patents, Articles, News, and Mobile Tour App Reviews. *Sustainability*, 9(11), 2082. <https://doi.org/10.3390/su9112082>
- Krcic Miočić, B., Razovič, M., & Klarin, T. (2016). Management of sustainable tourism destination through stakeholder cooperation. *Management: journal of contemporary management issues*, 21(2), 99-120. <https://hrcak.srce.hr/171236>
- Quarterly Journal of Cultural Guardianship of the Islamic*, 4(10), 1-28. <https://civilica.com/doc/795176> [In Persian]
- Habibi Ghasemabadi, A. N. (2016). *Sociology of Travel and Tourism Book*. Tehran: Sociologists Press. [In Persian]
- Hall, D. R. (Ed.) (2017). Tourism and geopolitics: *Issues and concepts from Central and Eastern Europe*. <https://doi.org/10.1080/09669580208667183>
- Hardy, A., Beeton, R. J., & Pearson, L. (2002). Sustainable tourism: An overview of the concept and its position in relation to conceptualisations of tourism. *Journal of sustainable tourism*, 10(6), 475-496. <https://doi.org/10.1080/09669580208667183>
- He, P., He, Y., & Xu, F. (2018). *Evolutionary analysis of sustainable tourism*. *Annals of Tourism Research*, 69, 76-89. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.02.002>
- Hernanz, I. M., & Gil, F. M. (2016). Heritage Interpretation Andand Sustainable Management of Tourism in Rural Areas. The Cases of Montejo De La Sierra And Patones, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (72), 535-539.
- Higgins-Desbiolles, F. (2018). Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more? *Tourism management perspectives*, 25, 157-160. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.017>
- Jamal, T., & Camargo, B. A. (2014). Sustainable tourism, justice and an ethic of care: Toward the just destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 11-30. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.786084>
- Janusz, G. K., & Bajdor, P. (2013). Towards to sustainable tourism-framework, activities and dimensions. *Procedia economics and finance*,

- of travel accommodation based on Islamic attitude. 1st International Congress on New Horizons in Architecture and Planning. Tehran, 1-16. [In Persian]
- Mahdavi, D., Ruknadin Eftekhari, A. R., & Sejasi, H. (2017). *Theoretical foundations of sustainable development of tourism*. Tehran: Samt press. [In Persian]
- Malik, M. I., & Bhat, M. S. (2015). Sustainability of tourism development in Kashmir— Is paradise lost? *Tourism management perspectives*, 16, 11-21. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.05.006>
- Mathew, P. V., & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.001>
- McKercher, B., Wang, D., & Park, E. (2015). Social impacts as a function of place change. *Annals of Tourism Research*, 50, 52-66. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.002>
- Meyer, G. (2004). New research network for Islamic tourism new research network for Islamic tourism. *Islamic Tourism*, 11.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods. In *Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods* (pp. 263-263).
- Mohammadpur, A. (2012). *Qualitative research method, counter method 1*. Tehran: Sociologists press. [In Persian]
- Mohseni, R. A. (2010). Sustainable Tourism in Iran: Functions, Challenges and Solutions. *Geographic Space*, 9(28), 149-171. <https://sid.ir/paper/91381/en> [In Persian]
- Lane, B. (2018). Will sustainable tourism research be sustainable in the future? An opinion piece. *Tourism management perspectives*, 25, 161-164. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.12.001>
- Lee, J. (2001). *A grounded theory: integration and internalization in ERP adoption and use*. The University of Nebraska-Lincoln.
- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism management*, 34, 37-46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- Lee, T. H., & Hsieh, H. P. (2016). Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland. *Ecological Indicators*, 67, 779-787. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2016.03.023>
- Ligay, E. (2011). An Assessment of 'Governance' for Sustainable Tourism Development: the case of North Cyprus, Institute of Graduate Studies and Research in partial fulfillment of the requirements for the Degree of Master of Science in Tourism and Hospitality Management.
- Liu, J., Nijkamp, P., Huang, X., & Lin, D. (2017). Urban livability and tourism development in China: Analysis of sustainable development by means of spatial panel data. *Habitat International*, 68, 99-107. <https://doi.org/10.1016/j.habitatint.2017.02.005>
- Maftuhah, D. I., & Wirjodirdjo, B. (2018, June). Model for developing five key pillars of sustainable tourism: A literature review. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 1977, No. 1). AIP Publishing. <https://doi.org/10.1063/1.5042979>
- Maghdouri, Z., Nabavi, M., & Hamzanejad, M. (2014). Improving the design principles



- Rezvani, M. (2008). *Development of rural tourism (with sustainable tourism approach)*. Tehran: Tehran University press. [In Persian]
- Riley, J. (2001). Multidisciplinary Indicators of Impact and Change: Key Issues for Identification and Summary. *Agriculture, Ecosystems & Environment*, 87(2), 245-259. [https://doi.org/10.1016/S0167-8809\(01\)00282-1](https://doi.org/10.1016/S0167-8809(01)00282-1)
- Risteskia, M., Kocevskia, J., & Arnaudov, K. (2012). Spatial planning and sustainable tourism as basis for developing competitive tourist destinations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 44, 375-386. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.042>
- Rodríguez Díaz, M., & Espino Rodríguez, T. F. (2016). Determining the Sustainability Factors and Performance of a Tourism Destination from the Stakeholders' Perspective. *Sustainability*, 8(9), 951. <https://doi.org/10.3390/su8090951>
- Safae, A. (2017). Futures Studies on the role of tourist satisfaction insurance in the sustainable development of tourism in Iran (case study: Isfahan), Master's thesis in the field of geography and tourism planning, Islamic Azad University, Najaf Abad. [In Persian]
- Samat, N., & Harun, N. (2013). Urban development pressure: Challenges in ensuring sustainable tourism development in Langkawi Island. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 91, 385-394. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.435>
- Sangchumngong, A. (2019). Development of a sustainable tourist destination based on the creative economy: A case study of Klong Kone Mangrove Community, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2018.02.002>
- Motaghi, S., Sadeghi, M., & Delalat, M. (2017). Security role in the development of foreign tourism (Case Study: Yazd foreign tourists). *Urban Tourism*, 3(1), 77-91. <https://doi.org/10.22059/jut.2017.60511> [In Persian]
- Mousaei, M., Hashemi, S., & Ebrahimi, M. (2012). Sociological study of sustainable development of tourism in Iran: obstacles, challenges, and solutions. *Quarterly Journal of Social Sciences of Islamic Azad University*, 6(16), 25-50. <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1083819> [In Persian]
- Neuman, W. L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Allyn and Bacon.
- Nunkoo, R. (2017). Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital? *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(4), 277-285. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.003>
- Price, D., & Cameron, S. (2010). *Business Research Methods, A Practical Approach*. Institute of Personal and Development. The Broadway, London, pp. 409-417.
- Pulido-Fernández, J. I., & Merinero-Rodríguez, R. (2018). Destinations' relational dynamic and tourism development. *Journal of destination marketing & management*, 7, 140-152. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.09.008>
- Qadri, I. (2003). The role of rural tourism in sustainable rural development, PhD thesis, Tarbiat Modarres University, Tehran. [In Persian]
- Rahmdel, N. (2015). *Content analysis and grand theory research using Maxqda software*. Tehran: Research Institute of Humanities and Social Studies of Jahad University press. [In Persian]

- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342-353. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- Wang, S., & Chen, J. S. (2015). The influence of place identity on perceived tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 52, 16-28. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.016>
- Weaver, D., & Lawton, L. (2002). *Tourism Management*. Sydney: John Wiley and Sons Australia.
- Weaver, D. B. (2010). Geopolitical Dimensions of Sustainable Tourism. *Tourism Recreation Research*, 35(1), 47-53. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2015.02.016>
- World Tourism Organization (1993). Indicators for the sustainable management of tourism. Report of the International Working Group on Indicators of Sustainable Tourism to the Environment Countries.
- Xu, F., & Fox, D. (2014). Modelling attitudes to nature, tourism and sustainable development in national parks: A survey of visitors in China and the UK. *Tourism Management*, 45, 142-158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.03.005>
- Yousefi, S. A. (2013). The role of information and communication technology in the sustainable development of tourism (case study: Isfahan), master's thesis in the field of tourism management-tourism development planning, Sheikh Bahai University, Isfahan. [In Persian]
- Zeng, B., & Ryan, C. (2012). Assisting the poor in China through tourism development: A review of research. *Tourism Management*, Selden, L.)2005(. On grounded theory-with some malice. *Journal of Documentation*, 61(1), 114-129. <https://doi.org/10.1108/00220410510578041>
- Seydae, S. A., & Hedayati Moghadam, Z. (2010). The Role of Security in Tourism Development. *Journal of Social Sciences*, 4(8), 97-110. <https://sid.ir/paper/201855/en> [In Persian]
- Sharpley, R., & Telfer, D. (2015). *Tourism and development in the developing world, translated by Hamid Zargham Boruujoni*. Tehran: Mahkame press. [In Persian]
- Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia economics and finance*, 4, 413-422. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00356-5](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00356-5)
- Swarbrooke, J. (2011). *Sustainable tourism management, translated by Mahmoud Sabzi and Gholamhossein khorshidi*. Tehran: Industrial Management Organization press. [In Persian]
- Tohidy Ardahaey, F. (2011). The Role of Human Resources Empowerment in the Sustainable Development of Tourism Industry. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1688209>
- Tosun, C. (2001). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: the case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00060-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00060-1)
- Van der Duim, R. (2007). Tourismscapes an actor-network perspective. *Annals of Tourism research*, 34(4), 961-976. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00060-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00060-1)



Challenges: Concepts and Practices. *Journal of Tourism Planning and Development*, 7(24), 8-37. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1822> [In Persian]

33(2), 239-248. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.08.014>

Ziaee, M., & Abbasi, D. (2018). Sustainable Tourism Development Approaches and