



## Developing a Community-Based Tourism Model in Iran: A Systematic Review and Grounded Theory Research

Nasrin Kazemi<sup>1</sup> , Sajad Ferdowsi<sup>2</sup> , Pantea Roghangirha<sup>3</sup> 

1. (Corresponding Author) *Department of Tourism Management and Economics, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran* **Email:** [nasrinkazemi@ut.ac.ir](mailto:nasrinkazemi@ut.ac.ir)

2. *Department of Tourism Management and Economics, Faculty of Tourism, University of Tehran, Tehran, Iran* **Email:** [sajad.ferdowsi@ut.ac.ir](mailto:sajad.ferdowsi@ut.ac.ir)

3. *Department of Human Geography and Planning, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran* **Email:** [pantea.rohngangir@ut.ac.ir](mailto:pantea.rohngangir@ut.ac.ir)

### ARTICLE INFO

**Article type:**  
Research Paper

#### Article History:

**Received:**

9 June 2024

**Received in revised form:**

28 August 2024

**Accepted:**

3 October 2024

**Available online:**

8 November 2024


#### Keywords:

*Community-Based Tourism (CBT), Sustainability, Destination Development, Systematic Analysis, Grounded Theory.*

### ABSTRACT

Community-based tourism (CBT) aims to include local communities in tourism development and distribute benefits fairly. However, its implementation faces challenges. Therefore, it is necessary to identify the causes, backgrounds, and interventions before taking action because each community faces different problems and will also achieve different results from adopting a community-based approach. In any case, so far, a comprehensive model for the development of community-based tourism tailored to the conditions of the country has not been presented. To this end, this study has presented this model by combining systematic and grounded theory methods. Four article indexing databases were selected, and 55 articles were obtained using the PRISMA checklist and critical evaluation guide, which were carefully analyzed. The results show that the level of infrastructural and economic development of the destination and the perception of residents of tourism development form the causal conditions of community-based tourism. Also, cohesion, solidarity, coordination between stakeholders, and spatial and social commitments pave the way for the willingness of residents to participate in tourism development. However, the mere existence of these grounds does not mean the realization of community-based tourism. Due to Iran's centralized and top-down planning structure, the government and leadership at the macro and micro levels can strengthen or weaken these grounds. Thus, the development of community-based tourism in the country requires policy, social, economic, and technical measures and strategies that contribute to the achievement of its outcomes, including sustainability and destination image. The results help plans that aim to develop community-based tourism to identify the conditions that must be controlled or manipulated in case of failure.

**Citation:** Kazemi, N., Ferdowsi, S., & Roghangirha, P. (2024). Developing a Community-Based Tourism Model in Iran: A Systematic Review and Grounded Theory Research. *Journal of Urban Tourism*, 11 (4), 113-134.

 <http://doi.org/10.22059/jut.2024.376574.1211>



© The Author (s)

This is an open access article under the CC BY NC license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Publisher:** University of Tehran Press

## Extended Abstract

### Introduction

Community-based tourism (CBT) emerged as a response to the need for community participation in developing and planning tourism products and as a solution to mitigate the negative impacts of mass tourism. However, this approach faces challenges in practice. Based on the research background, these challenges stem from community operational, structural, and cultural barriers. Operational barriers arise from poor coordination among institutions and stakeholders and inadequate communication of tourism development to residents. These barriers include the concentration of public management, lack of coordination between departments, and poor communication with community members. Structural barriers include the attitudes of experts, lack of expertise, shortage of trained personnel, and lack of financial resources. In most cases, community-based projects are led by technocrats who are primarily employees of government organizations and agencies. Cultural barriers relate to the lifestyles of people in the community; for example, inadequate levels of formal education in the local community, limited knowledge about tourism, and limited access to the benefits and advantages of tourism hinder participation in tourism development. Low community capacity and limited understanding of the impacts of tourism are among the most significant barriers to participation in tourism development. In general, the ultimate barrier to community participation is the local people's insufficient capacity in terms of expertise, understanding, and awareness.

### Methodology

This study is qualitative research based on systematic analysis and grounded theory. To provide a model consistent with the country's social, economic, and political conditions and environment, three scientific article indexing databases, including Noormags, Magiran, and the SID, were initially searched. After reviewing these three databases, a search was also conducted on Google Scholar to ensure comprehensiveness. At the end of the first

stage, the search strategy for finding the most relevant articles was defined as "community-based tourism" or "participation and tourism." After removing duplicate articles, reviewing the content of the articles, and evaluating them based on ten critical evaluation guide questions, 55 articles were selected for final evaluation. Finally, data analysis and coding were performed using Corbin and Strauss's (2008) paradigm model. This model establishes relationships between the central research phenomenon, potential drivers or causes, influencing conditions, potential consequences and outcomes, and coping strategies. To this end, open coding was first performed to collect, review, compare, conceptualize, and classify data. Then, axial coding was performed to establish relationships between the concepts obtained in the previous stage; this stage focuses on the causal conditions that explain the central research phenomenon. Finally, based on the intervening conditions, strategies and actions, and current or future consequences resulting from the phenomenon's action, the final model was obtained by integrating and refining the categories developed in the axial coding stage.

### Results and discussion

Given the diverse economic, social, cultural, political, and environmental conditions of communities, it is essential to develop CBT models that are tailored to their specific circumstances. It is unlikely that a single model can be applied universally to all communities. The proposed model highlights that people must reap the benefits of tourism in order to participate in its development. For instance, they should be employed in tourism-related jobs and receive financial benefits, their local cultures and values should be respected, and their environment and resources should be protected. Furthermore, CBT requires the presence of enabling conditions, the most important of which is unity, solidarity, and cohesion among community members. Coordination among stakeholders, including residents, leaders, local managers, and tourists, is essential for CBT development. The higher the levels of

communication between stakeholders, the less conflict, contention, and mistrust there will be, and the faster they will be able to coordinate their actions and achieve their goals. It is worth noting that there are sometimes intervening factors that can weaken these enabling conditions or, conversely, help to strengthen them. In a country like Iran, due to the structure of national and administrative planning and resource concentration, the government can be an intervening factor that can create more favorable conditions for CBT by defining tourism development plans, providing infrastructure, and financial resources. However, it is important to note that managers and human resources must also be committed to adopting CBT. Ultimately, CBT can help shape or strengthen the destination image by improving the quality of the tourist experience and satisfaction, fostering cooperation, interaction, and respect among stakeholders.

### **Conclusion**

The majority of studies have focused on identifying the outcomes and results of CBT, and some have even gone so far as to try to prove the positive outcomes of CBT in different destinations without considering the causes, contexts, and intervening factors. However, the development of CBT requires the presence of enabling conditions or preparing the community to accept it. Identifying causal conditions, contexts, and intervening factors with respect to the conditions and context of Iran can help plans and studies that aim to develop CBT to identify the conditions that need to be controlled or manipulated if they are to fail to achieve their intended goals. Based on the authors' knowledge, this study is the first to provide strategies and actions for CBT development in four separate dimensions such as policy, economic, socio-cultural, and technical.

### **Funding**

There is no funding support.

### **Authors' Contribution**

Nasrin Kazemi: research design, literature and research background, data collection

and analysis, model development, conclusion, editing, review and revision  
Sajjad Ferdowsi: Data collection and analysis

Pantea Roghangirha: literature and research background.

### **Conflict of Interest**



Authors declared no conflict of interest.

### **Acknowledgments**

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



## توسعه مدل گردشگری اجتماع محور در ایران: پژوهشی مبتنی بر مرور سیستماتیک و نظریه داده بنیاد

نسرین کاظمی<sup>۱</sup> ✉، سجاد فردوسی<sup>۲</sup> ، پانته آ روغنگیرها<sup>۳</sup> 

۱- نویسنده مسئول، گروه مدیریت و اقتصاد گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Email: [nasrinkazemi@ut.ac.ir](mailto:nasrinkazemi@ut.ac.ir)

۲- گروه مدیریت و اقتصاد گردشگری، دانشکده گردشگری، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Email: [sajad.ferdowsi@ut.ac.ir](mailto:sajad.ferdowsi@ut.ac.ir)

۳- گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Email: [pantea.roghangir@ut.ac.ir](mailto:pantea.roghangir@ut.ac.ir)

### چکیده

گردشگری اجتماع محور با هدف شامل نمودن جوامع محلی در توسعه گردشگری و به دنبال توزیع عادلانه منافع است اما اجرای آن با چالش‌هایی روبرو است. بنابراین، پیش از اتخاذ اقدامات باید به شناسایی علت‌ها، زمینه‌ها و مداخله‌گرها مبادرت نمود زیرا هر جامعه‌ای، با مسائل متفاوتی روبرو بوده و از اتخاذ رویکرد اجتماع محور نیز نتایج متفاوتی کسب خواهد نمود. درهرحال، تاکنون مدلی جامع برای توسعه گردشگری اجتماع محور متناسب با شرایط کشور ارائه نشده است. بدین منظور، مطالعه حاضر با تلفیق روش‌های تحلیل سیستماتیک و داده‌بنیاد به ارائه این مدل پرداخته است. چهار پایگاه نمایه کننده مقالات انتخاب و با استفاده از چک‌لیست پریزما و راهنمای ارزیابی انتقادی، ۵۵ مقاله به‌دست‌آمده به‌دقت تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهند که سطح توسعه زیرساختی و اقتصادی مقصد و ادراک ساکنان از توسعه گردشگری شرایط علی گردشگری اجتماع محور را شکل می‌دهند. همچنین، انسجام، همبستگی، هماهنگی بین ذی‌نفعان و تعهدات مکانی و اجتماعی زمینه‌ساز تمایل به مشارکت ساکنان محلی در توسعه گردشگری است. درهرحال، صرف وجود این زمینه‌ها به معنای تحقق گردشگری اجتماع محور نیست. در ایران به دلیل ساختار برنامه‌ریزی متمرکز و بالا به پایین، دولت و رهبری در سطوح کلان و خرد می‌توانند سبب تقویت یا تضعیف این زمینه‌ها گردند. بدین ترتیب، توسعه گردشگری اجتماع محور در کشور مستلزم اقدامات و استراتژی‌های سیاستی، اجتماعی، اقتصادی و فنی است که به حصول پیامدهای آن شامل پایداری و تصویر مقصد یاری رساند. نتایج به طرح‌های که هدف آن‌ها توسعه گردشگری اجتماع محور است کمک می‌کنند تا در صورت ناکامی شرایطی که باید کنترل یا دست‌کاری شوند را شناسایی نمایند.

### اطلاعات مقاله

#### نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

#### تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۳/۲۰

#### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۶/۰۷

#### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۷/۱۲

#### تاریخ چاپ:

۱۴۰۳/۰۸/۱۸

#### واژگان کلیدی:

گردشگری اجتماع محور،

پایداری،

توسعه مقصد،

تحلیل سیستماتیک،

نظریه داده بنیاد

**استناد:** کاظمی، نسرین؛ فردوسی، سجاد و روغنگیرها، پانته‌آ. (۱۴۰۳). توسعه مدل گردشگری اجتماع محور در ایران: پژوهشی مبتنی بر مرور سیستماتیک و نظریه داده بنیاد. *مجله گردشگری شهری*، ۱۱ (۴)، ۱۱۳-۱۳۴.

 <http://doi.org/10.22059/jut.2024.366326.1160>



## مقدمه

گردشگری اجتماع‌محور در پی توجه به مشارکت جامعه در فرآیند توسعه و برنامه‌ریزی محصولات گردشگری (Menbere & Menbere, 2017) و به‌عنوان راه‌حلی برای کاهش اثرات منفی گردشگری انبوه مطرح شد. به‌گونه‌ای که با بازتعریف مالکیت و مدیریت مقصد گردشگری، اجتماع محلی بیشترین منافع را کسب نموده و آگاهی گردشگران در مورد اجتماع و شیوه زندگی ساکنان افزایش یابد (پوراحمد و همکاران، ۱۳۹۴؛ Trejos & Chiang, 2009). علاوه بر این، گردشگری اجتماع‌محور با مدیریت منابع و تضمین مشارکت جوامع به بقای اقتصادی-اجتماعی و توانمندسازی آن‌ها یاری می‌رساند (Henama et al, 2019). از این‌رو، برای موفقیت در توسعه گردشگری اجتماع‌محور باید به اهداف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی و سیاسی توجه داشت (Giampiccoli et al., 2020). نتایج مطالعات مرتبط بر سهم گردشگری اجتماع‌محور در توسعه و پایداری اقتصاد محلی تأکید داشته‌اند؛ زیرا نه تنها سبب افزایش درآمد و اشتغال محلی شده بلکه پتانسیل توسعه ظرفیت‌ها و توانمندسازی مردم محلی را داشته (Imbaya et al., 2019). فرصت‌های شغلی پایداری را برای ذی‌نفعان داخلی و خارجی ایجاد نموده (Havadi Nagy & Segui, 2020). سبب استفاده پایدار از منابع و ارتقای آگاهی اکولوژیکی شده (Raftopoulos, 2020). سرمایه اجتماعی و کیفیت زندگی را بهبود بخشیده، و به توزیع عادلانه قدرت، مسئولیت‌ها و نقش‌ها یاری می‌رساند (Ikhtiangung & Radyanto 2020; Okazaki, 2008). علاوه بر این، در بعد فرهنگی، گردشگری اجتماع‌محور به حفاظت از سنت‌ها و ارزش‌های محلی کمک می‌نماید (Hidayat et al., 2017). وو<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۲) توضیح می‌دهند که توسعه با محوریت اجتماع به ارتباط دولت و جامعه محلی محدود نمی‌شود بلکه فرایندی است که مجوز تصمیم‌گیری را در اختیار جامعه محلی قرار می‌دهد. بدین ترتیب، جامعه به سمت استقلال و مشارکت سوق یافته و حاکمیت و کنترل جامعه بر طرح‌های توسعه رخ می‌دهد.

هرچند در غالب موارد، تمرکز بر نتایج گردشگری اجتماع‌محور است اما اجرای آن با چالش‌ها و دشواری‌هایی روبرو است. میچل و ماکوزی<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) اشاره می‌کنند که اجتماع‌محوری، پاسخی به کاهش فقر جامعه از طریق گردشگری نیست، بلکه از ضرورت تقویت گردشگری در جوامع محلی آسیب‌پذیر و محروم ناشی می‌شود. بنابراین، اغلب بازارهای چالشی مهم برای جوامع محلی در کشورهای درحال توسعه است؛ ناکامی این جوامع در راه‌یابی به بازار به‌ویژه بازارهای بین‌المللی، آن‌ها را در همان ابتدای مسیر توسعه گردشگری به حاشیه می‌راند (Tosun & Timothy, 2001). بدین ترتیب، سانسری<sup>۳</sup> (۲۰۰۳) گردشگری اجتماع‌محور را راه‌حلی کامل و از پیش برنامه‌ریزی شده برای حل مشکلات جامعه نمی‌داند. طرح رویکرد اجتماع‌محور به گردشگری بیشتر بدان دلیل است که گردشگری محصولی اجتماعی تلقی شده که با کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار، توانمندسازی اجتماع و همکاری رهبران محلی و شبکه‌های رسمی و غیررسمی سبب توسعه و بهبود گردشگری می‌گردد (Mtapuri & Giampiccoli, 2020; Jamal & Getz, 1995). ادبیات تحقیق همواره بر شناسایی و بررسی این همکاری و عواملی که راه را برای جامعه محلی هموار می‌سازند، تأکید دارد. بنابراین، کشورها برای توسعه گردشگری به‌عنوان یک بخش اقتصادی، دستیابی به اهداف اجتماعی، حفاظت از ارزش‌های فرهنگی-بومی و پایداری محیط‌زیست، باید رویکردهای مناسب گردشگری را انتخاب نمایند (Saldarriaga Isaza & Salas, 2024).

1. Wu

2. Mitchell and Makozzi

3. Suansri

برنامه‌ریزان را به خود جلب نماید. گرچه این رویکرد، منافع جوامع را در فرایند توسعه گردشگری افزایش و اثرات منفی را کاهش می‌دهد اما نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت و مؤثر است. با توجه به پیچیدگی این رویکرد هنوز زمینه‌ها، عوامل و نکات بسیاری برای درک و اطلاع باقی است. نظر به شرایط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی متفاوت جوامع و تأثیرگذاری این شرایط بر اتخاذ اقدامات و استراتژی‌ها، مطالعه حاضر در پی آن است تا مدل توسعه گردشگری اجتماع محور را متناسب با شرایط ایران ارائه نماید. چنین مطالعه‌ای با توجه به پیشینه مطالعات گردشگری اجتماع محور در کشور که هنوز مدلی را ارائه ننموده و بیشتر به مطالعات موردی پرداخته‌اند، با شناسایی علت‌ها، زمینه‌ها و مداخله‌گرها به برنامه‌ریزان در توسعه گردشگری اجتماع محور و اتخاذ اقدامات سازگار با شرایط جامعه ایران کمک می‌نماید. ضرورت پرداختن به مسئله گردشگری اجتماع محور از سال‌ها تجربه برنامه‌ریزی متمرکز و ساختار برنامه‌ریزی بالا به پایین نیز ناشی می‌شود. علیرغم سال‌ها تلاش برای برنامه‌ریزی مشارکتی، غلبه این ساختار سبب ناکامی در رویکردهای اجتماع محور از جمله در گردشگری شده است. چنین وضعیتی موجب سهم اندک و حتی محروم شدن جوامع محلی از مزایا و منافع گردشگری در کشور شده است. بنابراین شناسایی زمینه‌ها، علت‌ها، عوامل مداخله‌گر و در نهایت ارائه اقدامات اهمیت بسیاری دارد.

## مبانی نظری

### گردشگری اجتماع محور

هدف اصلی گردشگری اجتماع محور شامل نمودن جوامع محلی در گردشگری با هدف مدیریت منابع گردشگری و ارائه زیرساخت‌ها و خدمات برای میزبانی از گردشگران است (López-Guzmán et al., 2011). از نظر هیوازاکی<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) گردشگری اجتماع محور چهار هدف دارد: (۱) حفاظت از منابع و ایجاد ارزش و اثرات مثبت بر منابع طبیعی و فرهنگی منطقه از طریق گردشگری؛ (۲) توسعه اجتماعی و اقتصادی در سطح محلی با توزیع عادلانه هزینه‌ها و منافع در بین ساکنان شرکت‌کننده در فعالیت‌های گردشگری؛ (۳) افزایش توانمندی و مالکیت با به رسمیت شناختن مشارکت جامعه در فرایند برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری؛ (۴) ارائه تجربه‌ای اصیل و معنادار برای بازدیدکنندگان با مسئولیت‌پذیری اجتماعی و زیست‌محیطی آن‌ها (Joshi et al., 2021). این رویکرد برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار و گردشگری مسئولانه، ذی‌نفعان گردشگری را به همکاری تشویق می‌نماید (Farmaki et al., 2014). بدین منظور، می‌توان در کنار روش‌های کلاسیک همچون برگزاری کارگاه‌های آموزشی از روش‌های غیر کلاسیک برقراری ارتباط بین ذی‌نفعان همچون جلسات برنامه‌ریزی نشده برای گفتگو بین برنامه‌ریزان و مردم محلی، برپایی رویدادهای خاص، تعامل مبتنی بر وب و پلتفرم‌های برخط، اطلاع‌رسانی به جامعه برای شناخت بهتر جامعه‌شان، مشاوره با جوامع محلی و دریافت بازخورد از آن‌ها استفاده نمود (Joshi et al., 2021).

توسعه گردشگری اجتماع محور با چالش‌های بسیاری روبروست که مهم‌ترین آن‌ها ظرفیت محلی، بازاریابی و پایداری اقتصادی است (Giampicoli & Saayman, 2018). موسکاردو<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) بیان می‌دارد، شاید گردشگری اجتماع محور چندان هم مؤثر نبوده یا آن‌طور که انتظار می‌رود پایدار نباشد، اما هنوز هم بیشترین پتانسیل را برای بسیاری از مناطق دارند. بنابراین، در رابطه با گردشگری اجتماع محور باید به واقعیت‌های توجه داشت. نکته اول آنکه گاه به دلیل انتظارات بیش‌ازحد و ایده‌آل که دستیابی بدان‌ها دشوار است شاید برخی استدلال نمایند گردشگری اجتماع محور به‌درستی

1. Hiwasaki

2. Moscardo

اجراننده است. دوم آنکه در بسیاری از مقاصد، گردشگری اجتماع محور ممکن است به دلیل منابع محدود یا تقاضای بازار تنها گزینه منطقی باشد. بنابراین، ارتقای ظرفیت جامعه برای توسعه آن ضروری است (Moscardo, 2008). از این رو، بر مبنای ادبیات تحقیق برای توسعه گردشگری اجتماع محور باید به ظرفیت جامعه محلی، محیط و عوامل خارجی توجه داشت. جامعه محلی عمدتاً ضعف قابل توجهی از نظر مهارت، دانش و تجربه لازم برای مدیریت و توسعه فعالیت‌های گردشگری دارد. گاه ضعف در انسجام و همبستگی بین اعضای جامعه می‌تواند مانع از مشارکت فعال آنان در توسعه چنین رویکردی شود (امامی و همکاران، ۱۴۰۰). در توسعه گردشگری جامعه محلی به‌ویژه در مناطق محروم، منابع مالی کافی برای سرمایه‌گذاری (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹) در زیرساخت‌ها، آموزش و بازاریابی (Tosun & Timothy, 2001) را در اختیار ندارد. شواهد نشان می‌دهند در فرایند توسعه گردشگری اجتماع محور اعضای جامعه به هنگام توزیع منافع یا مدیریت فعالیت‌های گردشگری دچار تنش و درگیری می‌شوند. گاه دولت‌ها به‌طور کافی از توسعه گردشگری اجتماع محور حمایت نمی‌کنند و سیاست‌ها و برنامه‌های لازم برای ترویج و توسعه آن را نداشته یا در اجرای آن با مشکل مواجه می‌شوند. این وضعیت به دلیل فقدان یا ضعف تحقیق و مطالعه کافی در مورد این رویکرد است که برنامه‌ریزی و اجرای مؤثر آن را به چالش می‌کشد. تسلط، قدرت و نفوذ بخش خصوصی در صنعت گردشگری نیز کنترل جامعه محلی بر توسعه گردشگری اجتماع محور را محدود می‌سازد (Marzouki et al., 2012؛ فلاحی و رونقی، ۱۴۰۱). قوانین و مقررات مربوط به گردشگری ممکن است با اصول و اهداف گردشگری اجتماع محور مغایرت داشته و مانع از فعالیت‌های جوامع محلی شوند. همچنین، به دلیل ضعف در بازاریابی و ترویج، گردشگران به‌اندازه کافی با این رویکرد آشنا نیستند. بنابراین، آگاهی اندک ذی‌نفعان مانعی برای توسعه این رویکرد است (علاءالدینی و میرزایی، ۱۳۹۴) و از آنجاکه ضعف‌های ذاتی گردشگری اجتماع محور منجر به عدم تناسب آن با توسعه گردشگری در مقیاس بزرگ و جذب تعداد زیاد گردشگران می‌شود، این رویکرد به‌شدت به تقاضای گردشگری وابسته بوده و نوسان در تقاضا تأثیر منفی بر جامعه دارد. عدم تطابق این رویکرد با شرایط جامعه سبب اثرات منفی فرهنگی و اجتماعی می‌شود (Tosun, 2000). با توجه به نکات اشاره‌شده، در اجرای گردشگری اجتماع محور با موانع عملیاتی، ساختاری و فرهنگی روبرو خواهیم بود.

موانع عملیاتی ناشی از هماهنگی اندک در بین نهادها و ذینفعان و اطلاع‌رسانی توسعه گردشگری به ساکنان محلی است. از جمله این موانع می‌توان به تمرکز مدیریت عمومی، عدم هماهنگی بین ادارات و عدم اطلاع‌رسانی به اعضای جامعه اشاره کرد. معمولاً در کشورهای در حال توسعه شاهد تمرکز مدیریت دولتی گردشگری هستیم. این مسئله با ایجاد بوروکراسی سبب تأخیر در تصمیم‌گیری‌ها و استقلال اندک جامعه می‌گردد (Tosun & Timothy, 2001). در چارچوب چنین تمرکزی و با هماهنگی اندک بین دولت و ذی‌نفعان به‌ویژه مردم محلی، کیفیت محصول گردشگری و اثربخشی رویکرد اجتماع محور کاهش می‌یابد (زارعی و همکاران، ۱۴۰۰). فقدان یا کمبود اطلاعات دیگر مانع عملیاتی است. به نظر می‌رسد، دسترسی محدود به اطلاعات و سطح پایین آگاهی یکی از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری است. برای مشارکت اعضای جامعه در توسعه گردشگری، باید اطلاعات لازم در مورد پروژه‌ها و طرح‌ها در اختیار آن‌ها قرار گیرد تا از نقش و انتظارات خود آگاه شوند. کول<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) در مطالعه‌ای از گردشگری اجتماع محور در اندونزی دریافت که مردم محلی درک و دانش کافی در مورد مسائل توسعه ندارند؛ این دانش برای مشارکت معنادار آن‌ها در گردشگری ضروری است.

موانع ساختاری شامل نگرش کارشناسان، عدم تخصص، کمبود نیروی انسانی آموزش دیده و کمبود منابع مالی هستند. در بیشتر موارد، پروژه‌های اجتماع محور توسط تکنوکرات‌هایی هدایت می‌شوند که عمدتاً کارمندان سازمان‌ها و نهادهای دولتی هستند. این گروه شامل افرادی هستند که در فعالیت‌هایی از جمله تهیه پیش‌نویس طرح‌ها و برنامه‌ها شرکت می‌کنند. آن‌ها عمدتاً نگاه بالا به پایین به افراد محلی داشته و پیشنهادهای آن‌ها را نادیده می‌گیرند. چنین نگرش‌هایی مشارکت جامعه را محدود می‌سازد (Mustapha & Azman, 2013؛ هادی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴). دولت‌ها و سهامداران کلیدی، ساکنان محلی را شرکای خود ندانسته و تمایلی به توزیع قدرت ندارند. همچنین، اکثر کشورهای در حال توسعه با کمبود نیروی انسانی ماهر و متخصص برای برنامه‌ریزی روبرو هستند که فقط با تکنیک‌های برنامه‌ریزی سنتی آشنا بوده و تجربه اندکی از روش‌های مشارکتی دارند (Tosun, 2000). بنابراین، اهداف مربوط به پایداری و توانمندسازی جامعه تا حد زیادی دست‌نیافتنی باقی می‌مانند. سلطه نخبگان دیگر مانع ساختاری است؛ نخبگان افراد بانفوذی مانند حاکمان سنتی و ثروتمندان هستند که نقش مهمی در تصمیم‌گیری‌های جامعه ایفا می‌کنند. آن‌ها معمولاً به عضویت در کمیته‌های توسعه گردشگری منصوب شده تا به‌عنوان نمایندگان جامعه خدمت کنند اما بیشتر از توجه به رفاه جمعی به دنبال منافع خود هستند. نخبگان اغلب با تسلط بر اقدامات توسعه‌ای، منافع حاصل از گردشگری را در انحصار می‌گیرند. این مسئله سبب بیگانگی اکثریت اعضای جامعه و عدم مالکیت معنای آن‌ها بر گردشگری و منافع آن می‌گردد (Marzouki et al., 2012). بنابراین، نگرانی‌ها و خواسته‌های افراد جامعه در گردشگری اجتماع محور لحاظ نمی‌شود. اشتغال افراد در فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری راهی معناداری برای مشارکت آن‌ها است اما زمانی که آن‌ها فاقد صلاحیت‌ها، دانش و مهارت‌های لازم باشند، این امر محقق نمی‌شود. در نتیجه شاهد وضعیتی خواهیم بود که در آن نیروی‌های خارجی جذاب‌ترین مشاغل را احراز و مردم محلی در مشاغل با درآمد پایین و فاقد مزایا مشغول به فعالیت می‌شوند. ضعف صلاحیتی و مهارتی ساکنان محلی، مدیریت فرآیندهای سازمانی برای برنامه‌ریزی گردشگری را دشوار سازد (Pham Hong et al., 2021). هزینه نسبتاً بالای مشارکت جامعه و کمبود منابع مالی نیز توسعه گردشگری اجتماع محور را تبدیل به فرایندی پرهزینه از نظر زمانی و مالی می‌کند (Mustapha & Azman, 2013).

موانع فرهنگی به شیوه زندگی افراد جامعه مربوط می‌شود؛ برای نمونه سطوح ناکافی آموزش رسمی در جامعه محلی، دانش اندک در مورد گردشگری، دسترسی محدود به منافع و مزایای گردشگری، مشارکت در توسعه گردشگری را محدود می‌سازد. ظرفیت پایین جامعه و درک محدود از اثرات گردشگری یکی از مهم‌ترین موانع مشارکت در توسعه گردشگری است (Moscardo, 2008). به‌طور کلی، مانع نهایی برای مشارکت جامعه، ظرفیت ناکافی مردم محلی از نظر تخصص، درک و آگاهی است (Cole, 2007). اکثر افراد در کشورهای در حال توسعه مشغول برآوردن نیازهای اولیه زندگی خود بوده و کمتر نگران مسائل اجتماعی می‌باشند، آن‌ها اغلب حتی نمی‌دانند چگونه در فرآیند مشارکت جامعه مداخله نمایند (Joppe, 1996). این در حالی است که برای مشارکت مؤثر جامعه در توسعه گردشگری، افراد باید با برخورداری از انگیزه کافی، تمایل به مشارکت داشته باشند. همچنین، سطوح پایین اعتماد آن‌ها به مدیریت طرح‌ها تمایل به مشارکت آنان را کاهش می‌دهد (Bodin & Crona 2008). بی‌تفاوتی معمولاً نتیجه بی‌اعتمادی به مسئولان، توزیع ناعادلانه مزایا و عدم احساس مالکیت است. بدبینی و بی‌اعتمادی سبب ایجاد چنین باوری در مردم می‌شود که مسئولان به خواسته‌های آن‌ها توجه نداشته، صدای آن‌ها را نشنیده و به آن‌ها احترام نمی‌گذارند. همچنین، عدم توزیع برابر و عادلانه منافع بین ذی‌نفعان ضمن ایجاد درگیری و تنش در جامعه سبب کاهش تمایل به مشارکت در اجرا و مدیریت پروژه‌های اجتماع محور می‌گردد (Giampiccoli & Saayman, 2018).



## روش پژوهش

مطالعه حاضر پژوهشی کیفی مبتنی بر تحلیل سیستماتیک و نظریه داده بنیاد است. برای ارائه مدلی منطبق با شرایط و محیط اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشور، در ابتدا مقالات مرتبط در پایگاه‌های نمایه کننده جستجو و محتوای آن‌ها به روش تحلیل سیستماتیک ارزیابی شدند. در سال‌های اخیر تلفیقی از طرح تحقیق تحلیل سیستماتیک با نظریه داده بنیاد در پژوهش‌های علمی مشاهده می‌شود که یکی از پرکاربردترین آن‌ها، چارچوب ارائه شده از سوی ولفس‌وینکل<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۳) است که با ادغام دو روش مطرح شده به شناسایی عوامل مؤثر بر موضوع مورد مطالعه و ارائه مدل می‌پردازد.

مرحله اول؛ این مرحله شامل تعریف معیارهایی مناسب برای شامل نمودن مقالات در تحلیل یا کنار گذاشتن آن‌ها است. از آنجاکه در مطالعه حاضر به دنبال ارائه مدلی معتبر می‌باشیم، تعیین این معیارها اهمیت بسیاری دارند. در این راستا، معیار اول انتشار مقاله در نشریات معتبر علمی بود. با توجه به این معیار مقالاتی انتخاب شدند که در نشریات با داوری هم‌تا منتشر شده بودند. همچنین، برای ارائه مدلی جامع هیچ محدودیتی از نظر زمان انتشار مقالات و منطقه مورد مطالعه اعمال نشد تا بدین ترتیب دیدگاهی جامع و مناسب برای ایران به دست آید. سپس، با توجه به گستره موضوعی گردشگری و رویکرد اجتماع‌محور که در گونه‌های مختلف گردشگری قابل استفاده است، حیطه مطالعاتی برای انواع گونه‌های گردشگری با دیدگاه‌های مختلف در نظر گرفته شد. در نهایت، بر اساس معیارهای مورد نظر باید پایگاه‌های برای جستجو منابع انتخاب می‌شد. بدین منظور ابتدا سه پایگاه نمایه کننده مقالات علمی کشور شامل نورمگز، مگ ایران و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و در ادامه برای جامعیت بیشتر پس از بررسی این سه پایگاه، در گوگل اسکالر نیز جستجو مقالات انجام شد. در پایان مرحله اول استراتژی جستجو برای یافتن مرتبط‌ترین مقالات به صورت «گردشگری اجتماع‌محور» یا «مشارکت و گردشگری» تعریف شد. پس از حذف مقالات تکراری ۵۸ مقاله به دست آمد.

مرحله دوم؛ شامل جستجوی دقیق در پایگاه‌های نمایه کننده است. در این مرحله از چک‌لیست پریزما<sup>۲</sup> ارائه شده برای تحلیل سیستماتیک و فرا تحلیل استفاده شد. بر اساس این چک‌لیست با بررسی عنوان و چکیده‌های مقالات، منابع جستجو و ذخیره شدند؛ این چک‌لیست به یافتن مقالات بر اساس معیارهای تعریف شده کمک نمود. در نهایت از ۵۸ مقاله حاصل در مرحله قبل ۵۵ مقاله برای تحلیل نهایی انتخاب شدند (شکل ۱).

مرحله سوم؛ در این مرحله مقالات انتخاب شده در مرحله دوم به دقت بررسی و پس از مطالعه محتوای مقاله‌ها و ارزیابی آن‌ها بر اساس ده سؤال راهنمای ارزیابی انتقادی<sup>۳</sup> اقدام به تحلیل نهایی مقالات شد.

مرحله چهارم؛ در این مرحله با استفاده از مدل پارادایمی کوربین و اشتراوس<sup>۴</sup> (۲۰۰۸) تحلیل و کدبندی داده‌ها انجام گرفت. این مدل شامل سه مرحله کدبندی باز، محوری و انتخابی است. این مدل برای توصیف پدیده محوری تحقیق، بین پیشران‌ها یا علل احتمالی، شرایط مؤثر بر آن، پیامدهای و نتایج احتمالی و نیز استراتژی‌های مقابله‌ای ارتباط برقرار می‌کند. بدین منظور، در ابتدا کدگذاری باز به عنوان فرایندی برای گردآوری داده‌ها، بررسی، مقایسه، مفهوم‌پردازی و طبقه‌بندی آن‌ها انجام می‌گیرد (Strauss & Corbin, 1990). در واقع هدف از کدگذاری باز به دست آوردن ایده اصلی و پنهان داده‌های گردآوری شده است (Wolfswinkel et al., 2013). مرحله دوم تحلیل یعنی کدگذاری محوری برای

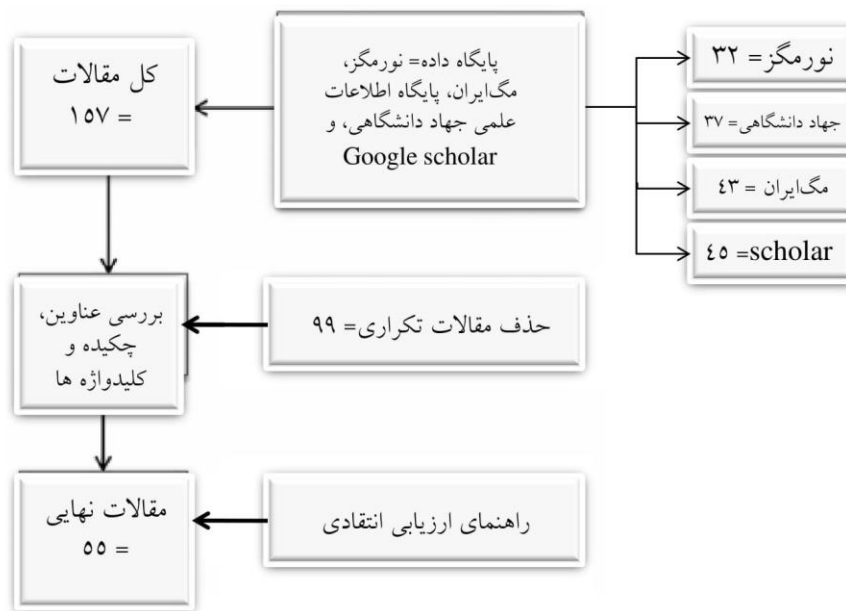
1. Wolfswinkel

2. PRISMA

3. Critical Appraisal Skills Programme (CASP)

4. Corbin and Strauss

برقراری ارتباط بین مفاهیم به دست آمده در مرحله قبل انجام گرفت؛ تمرکز این مرحله بر شرایط علی توضیح دهنده پدیده محوری تحقیق است یعنی شرایطی که پدیده در آن قرار دارد و یا شرایطی که کنش پدیده در آن رخ می دهد. در نهایت، بر مبنای شرایط مداخله گر، استراتژی های و اقدامات، پیامدهای کنونی یا پیامدهای آتی حاصل از کنش پدیده مشخص شدند (Seyfi et al., 2019; Vollstedt & Rezat, 2019). برای استخراج مضامین نهایی، آخرین مرحله یعنی کدگذاری انتخابی انجام گرفت تا با ادغام و اصلاح مقوله های توسعه یافته در مرحله کدگذاری محوری، مدل نهایی مورد نظر به دست آید. همچنین، برای افزایش اعتبار نتایج، کدبندی توسط دو محقق به صورت مجزا انجام گرفت و نتایج حاصل از هر دو کدبندی با مشورت گروهی آشنا به موضوع تحقیق نهایی شدند.



شکل ۱. فرایند مرور سیستماتیک

## یافته ها

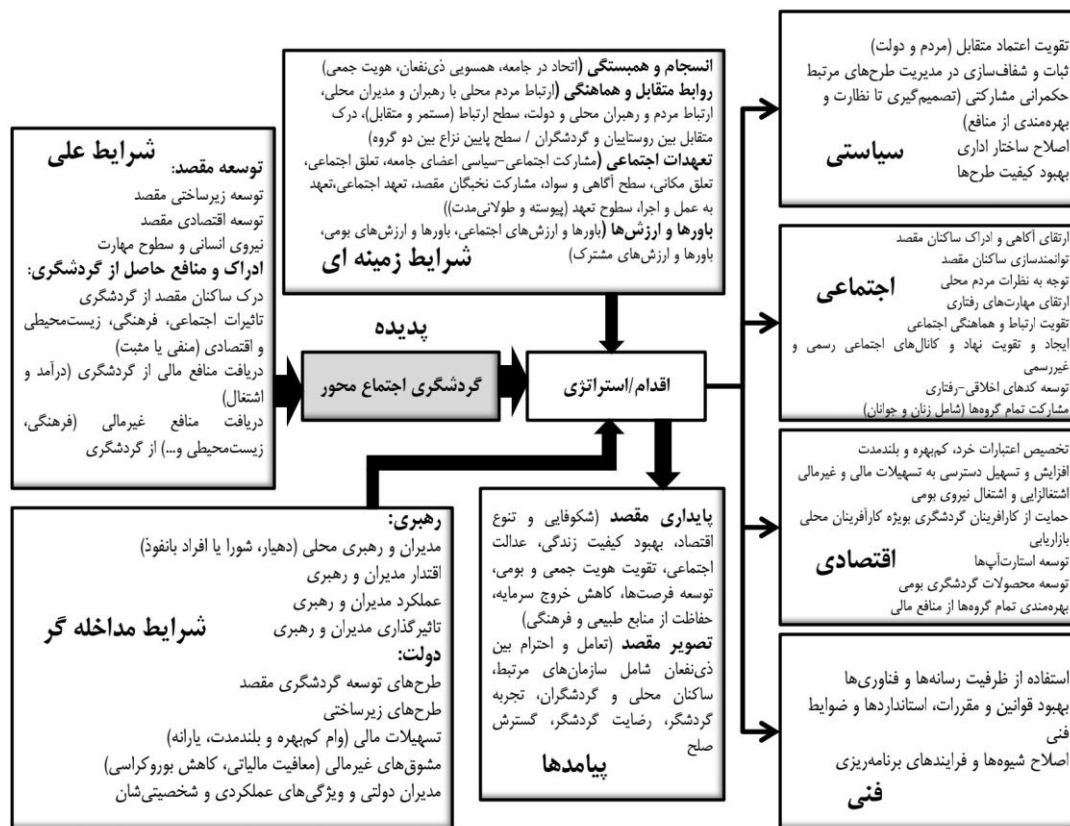
### پدیده محوری

پدیده مفهوم یا رویداد اصلی است که داده ها تلویحاً به آن اشاره دارند. در مطالعه حاضر، این پدیده، توسعه گردشگری اجتماع محور در مقاصد گردشگری است. در بخش شرایط علی به مفاهیم مرتبط به این پدیده اشاره شده است. در ادامه اقدامات و استراتژی هایی برای توسعه گردشگری اجتماع محور، زمینه ها و متغیرهای مداخله گر شناسایی شده اند. در نهایت، فرایند توسعه گردشگری اجتماع محور با شناسایی و بحث در مورد پیامدهای آن در مقصد گردشگری پایان یافته است (شکل ۲). مجموعه این موارد یعنی شرایط علی، اقدامات و استراتژی ها، زمینه ها، مداخله گر ها و پیامدها در محور پدیده مطرح قرار می گیرند (Moradi et al., 2022). به بیان دیگر، درک پدیده محوری مورد مطالعه بر مبنای موارد ذکر شده می باشد.

### شرایط علی

کوربین و اشتراوس (۲۰۰۸) شرایط علی را رویدادها یا حوادثی می دانند که سبب رخداد پدیده ای مشخص می شود. در مطالعه حاضر به دنبال شرایطی هستیم که سبب وقوع گردشگری اجتماع محور شده و بر پدیدار شدن آن تأثیر گذارد. بدین منظور، بر اساس نتایج هفت کد در دو محور، این سازه از مدل پارادایمی را شکل می دهند. محور اول سطح توسعه

مقصد می‌باشد؛ این محور توضیح می‌دهد که هر چه وضعیت مقصد گردشگری از نظر زیرساخت‌ها، شرایط اقتصادی، نیروی انسانی ماهر و برخوردار از اطلاعات و دانش (اسماعیلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۸) مناسب‌تر باشد، سطح انتظار برای توسعه گردشگری اجتماع محور افزایش می‌یابد. بخشی از این زیرساخت‌ها اشاره به شبکه‌های دارند که با تقویت اعتماد و سرمایه اجتماعی سبب تعامل و مشارکت در گردشگری می‌گردند (معدنی، ۱۴۰۱). محور دوم، ادراک ساکنان مقصد از توسعه فعالیت‌های گردشگری در نتیجه تأثیرات مثبت یا منفی اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی است. بدین ترتیب، اگر مدیریت و کنترل مناسبی بر گردشگری وجود نداشته باشد با ازدیاد اثرات منفی همچون تخریب زیست‌محیطی و تهدید فرهنگ محلی-بومی سبب نگرش منفی و در نتیجه مخالفت با توسعه گردشگری خواهد شد. در چنین وضعیتی مشارکت کاهش یافته و گردشگری اجتماع محور با چالش روبه‌رو می‌گردد. در مقابل مدیریت توسعه گردشگری با تأثیرگذاری بر رشد اقتصادی، بهبود کیفیت زندگی و اشتغال‌زایی (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵؛ تقی‌زاد فانی و مقنی جانسور، ۱۴۰۱) تقویت‌کننده مشارکت و اجتماع محوری در توسعه مقصد است. اجتماع محوری گردشگری با گسترش منافع حاصل از گردشگری ارتقا می‌یابد؛ بدین ترتیب، با گسترش دامنه منافع حاصل از گردشگری به گروه‌های بیشتری به‌ویژه جوانان و زنان و اشتغال و کسب درآمد آن‌ها از گردشگری (بشکار و همکاران، ۱۳۹۸؛ صادقلو، ۱۳۹۷)، مسیر گردشگری اجتماع محور هموارتر خواهد شد. با شمول گروه‌ها و افراد بیشتر، فرصت حمایت از اقتصاد محلی (طالب و همکاران، ۱۳۸۹) فراهم می‌گردد. می‌توان چنین استدلال نمود که درک ساکنان از گردشگری تابعی از منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی حاصل برای آنان است؛ ادراکی که بر تمایل به مشارکت در گردشگری تأثیر می‌گذارد.



شکل ۲. مدل توسعه گردشگری اجتماع محور

## شرایط زمینه‌ای

گروهی از کدها به شرایطی اشاره دارند که بر اقدام‌ها و استراتژی‌ها تأثیر می‌گذارد (Seyfi et al., 2019)؛ این کدها که تحت عنوان شرایط زمینه‌ای معرفی می‌شوند در مطالعه حاضر شامل ۱۸ کد و چهار محور می‌باشند. محور انسجام و همبستگی بیانگر اشتراکات، هویت، همسویی و اتحادی است که لازمه پدیدار شدن گردشگری اجتماع محور تلقی می‌شود. در غیاب انسجام، همبستگی و تسلط منافع شخصی بر جمعی، افراد از جامعه کناره‌گیری کرده و یا در تعارض با اهداف جامعه عمل می‌نمایند. در کنار پذیرش منافع جمعی بر شخصی، روابط متقابل و هماهنگی بین بازیگران شبکه گردشگری عاملی است که بخشی از همبستگی جامعه را توضیح می‌دهد. گردشگران یک گروه از ذی‌نفعان این شبکه می‌باشند؛ در صورت توجه اندک آن‌ها به جامعه محلی، نزاع و درگیری بین آنان شکل‌دهنده تعارضی خواهد بود (امامی و همکاران، ۱۴۰۰) که گردشگری اجتماع محور را به چالش می‌کشد. بدین ترتیب، می‌توان چنین استنباط نمود که اجتماع محوری در گرو وجود منابع مشترک گروه در جامعه و منافع مشترک فرد در گروه است (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶) که در سایه وجود و تأثیرگذاری مثبت باورها و ارزش‌های اجتماعی، بومی و مشترک متمایز می‌شود (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰؛ صادقلو، ۱۳۹۷). همچنین، توجه ناکافی نهادهای مسئول - به‌عنوان گروه دیگری از شبکه ذی‌نفعان گردشگری - به تاریخ و میراث بومی یا دخالت ندادن جامعه محلی در طرح‌های مرتبط سبب بی‌هویتی جامعه خواهد شد (نجارزاده و نعمت‌اللهی، ۱۳۹۷). این در حالی است که توسعه با اتکا به فرهنگ و ارزش‌های مردمی سبب حفظ هویت جامعه (تولایی و همکاران، ۱۳۹۶) و افزایش بهره‌مندی آن‌ها از منافع گردشگری می‌شود (امامی و همکاران، ۱۴۰۱). بدین ترتیب، با وجود ارتباط و حمایت مؤثر در شبکه گردشگری می‌توان انتظار ترغیب ذی‌نفعان به مشارکت در گردشگری اجتماع محور را داشت (تقوی و همکاران، ۱۴۰۱). چنین شبکه‌ای سبب ایجاد اعتماد بین ذی‌نفعان گردشگری می‌شود (فلاحی و رونقی، ۱۴۰۱). محور دیگری که ذیل شرایط زمینه‌ای طبقه‌بندی شد، تعهدات اجتماعی است. تعهدات که تا حد زیادی با سطح تعلق افراد همبستگی دارد، انگیزشی درونی برای هویت افراد در موقعیت‌های اجتماعی گوناگون و نشان‌دهنده وفاداری آن‌ها به بروز رفتاری باثبات است که موجب سازگاری افراد با موقعیت‌های اجتماعی می‌گردد (فلاحی و همکاران، ۱۴۰۱). تعلق در پیشینه تحقیق مرتبط با گردشگری اجتماع محور به دو صورت تعلق اجتماعی و تعلق مکانی نمود یافته است. مطالعات مرتبط نشان می‌دهند که تعلق مکانی عاملی مهم برای حمایت اجتماع محلی از توسعه گردشگری است (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵؛ بشکار و همکاران، ۱۳۹۸). همین مسئله در مورد تعلق اجتماعی نیز صادق است؛ احساس تعلق به جامعه، فرهنگ محلی و مسئولیت‌پذیری در برابر آن یکی از مؤلفه‌های گردشگری اجتماع محور است (امامی و همکاران، ۱۴۰۱؛ امین‌بیدختی و همکاران، ۱۳۹۳). بخشی از تعهدات اجتماعی برآمده از آگاهی، سواد و دانشی است که افراد جامعه نسبت به پدیده محوری یعنی گردشگری اجتماع محور دارند. مطالعات بیانگر همبستگی بالای آگاهی با مشارکت اجتماعی است (مؤمنی و همکاران، ۱۴۰۱)؛ البته آگاهی طیف گسترده‌ای از عوامل همچون آگاهی از منابع اجتماعی، مسائل حقوقی، منافع، مسئولیت‌ها و ... را شامل می‌شود. در این بین تعهد و مشارکت نخبگان عاملی است که برخی نسبت به سودجویی، سلطه و تسلط آنان هشدار داده‌اند (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰؛ فلاحی و رونقی، ۱۴۰۱؛ علاء‌الدینی و میرزایی، ۱۳۹۴). بنابراین، مسئله مهم ضرورت مشارکت عادلانه نخبگان و آحاد جامعه است (ورمزیای و همکاران، ۱۴۰۲).

## شرایط مداخله‌گر

مداخله‌گرها به عواملی اشاره دارند که با تأثیرگذاری بر استراتژی‌ها در شرایط خاصی بر پدیده محوری تأثیر می‌گذارد (Corbin & Strauss, 2008). هشت کد ذیل دو محور رهبری و دولت مداخله‌گرهای گردشگری اجتماع محور در کشور

بر مبنای مطالعات موجود هستند. رهبری در سطح محلی به دهیاران، اعضای شورای اسلامی، ویژگی‌های عملکردی و تأثیرگذاری آن‌ها اشاره دارد که می‌توانند افراد جامعه را نسبت به هزینه و فایده مشارکت در الگوی جمعی هدایت و بر ارتقای مشارکت آن‌ها تأثیر گذارند (کلاهی و همکاران، ۱۴۰۱؛ مسیبیان‌ریزی و مسیبی، ۱۴۰۰). در این راستا، حاتمی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۱) بر شناسایی رهبران کلیدی برای اجتماع محوری تأکید نموده‌اند. نکته مهم ویژگی‌های رهبر است که در صورت اقتدار می‌تواند با سازمان‌دهی جامعه مشارکت را تقویت نماید (حیدری و همکاران، ۱۳۹۵). مداخله‌گر دیگر که البته شاید تا حدودی به دلیل ساختار اقتصادی ایران به‌عنوان کشوری رانتینر باشد که بر فرهنگ و باورهای اجتماعی نیز تأثیر گذاشته است (Kazemi et al., 2022)، دولت می‌باشد. بخشی از این مورد به منابعی اشاره دارند که دولت به توسعه گردشگری تخصیص می‌دهد و بخشی نیز در ارتباط با ویژگی‌های مدیران دولتی است. اینکه مدیران دولتی چه باورها و نگرش‌های مدیریتی داشته باشند بر میزان مشارکت سایر ذی‌نفعان تأثیر می‌گذارد (تقوی و همکاران، ۱۴۰۲). محمدرضایی (۱۳۸۱) عدم آشنایی مدیران و برنامه‌ریزان از روش‌ها و تکنیک‌ها مشارکتی و گاه استقبال اندک آن‌ها را مانعی برای جلب مشارکت ذی‌نفعان می‌داند. به‌طوری‌که طبق مطالعات استقبال اندک دولت از رهبران محلی یکی از دلایل عدم توفیق طرح‌های گردشگری در سطح محلی معرفی شده است (هادی‌پور و همکاران، ۱۳۹۴). اهمیت این مسئله تا جایی است که تولایی و همکاران (۱۳۹۶) مشارکت در ایران را مشارکتی غیرفعال دانسته و بر ضرورت پذیرش جوامع محلی به‌عنوان منبع اصلی گردشگری تأکید می‌کنند. بدین ترتیب، مدیران دولتی باید با ارتباط و حمایت از ذی‌نفعان و ترغیب آن‌ها از توان و ظرفیت‌شان در حل مسائل گردشگری استفاده نمایند (تقوی و همکاران، ۱۴۰۲). بخش دیگری از مداخله‌گر دولت اشاره به توان آن در ظرفیت‌سازی گردشگری اجتماع‌محور از طریق ارائه طرح‌های توسعه‌ای و زیرساختی، منابع مالی و غیرمالی دارد. ضعف مالی و سرمایه‌ای جوامع محلی یکی از بازدارنده‌های توسعه گردشگری است (حاتمی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹). این مورد به‌ویژه در مورد طرح‌های زیرساختی نیازمند منابع مالی کلان، اهمیت بیشتری دارد. برخی از محققان در صورت عدم تأمین منابع مالی، دولت را ملزم به تسهیل ضمانت‌های لازم برای وام‌ها و اعتبارات مالی، ارائه معافیت‌های مالیاتی (غنیان و هاشمی‌نژاد، ۱۳۹۵؛ طالب و همکاران، ۱۳۸۹) و کاهش بوروکراسی برای مشارکت در توسعه گردشگری دانسته‌اند.

#### اقدام و استراتژی

کدها و محورهای طبقه‌بندی شده ذیل این سازه، شرایط را برای توسعه گردشگری اجتماع‌محور فراهم می‌کنند. اقدامات و استراتژی‌ها به‌عنوان بخشی از مدل پارادایمی کوربین و اشتراوس (۲۰۰۸) برای کنترل، اجرا و واکنش به پدیده محوری استفاده می‌شوند (Moradi et al., 2022). با قرار گرفتن ۲۴ کد استخراج شده ذیل این سازه، می‌توان نتیجه گرفت که پیشینه تحقیق بیشتر به دنبال ارائه اقدامات بوده است. در حال، استراتژی‌های به‌دست‌آمده دارای رویکردهای سیاستی، اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و فنی هستند. اقدامات سیاستی در راستای شرایط زمینه‌ای ناظر بر روابط متقابل و هماهنگی بین ذی‌نفعان، ضرورت می‌یابند. مطالعات حاکی از سطح پایین اعتماد و همبستگی بین گروه‌های محلی و نهادهای مدیریتی است (علاءالدینی و میرزایی، ۱۳۹۴)؛ لذا شفاف‌سازی عملکرد مدیران اجرایی اهمیت بسیار دارد (فلاحی و رونقی، ۱۴۰۱). بدین ترتیب، آنچه که در استراتژی سیاستی گردشگری اجتماع‌محور مطرح می‌گردد، سؤال از ماهیت نظام حکمرانی در جامعه است (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰). هرچند با تلاش در ایجاد حکمرانی مشارکتی می‌توان انتظار افزایش تعامل چندجانبه بین ذی‌نفعان را داشت (تقوی و همکاران، ۱۴۰۲) اما غلبه نظام متمرکز برنامه‌ریزی در کشور حکمرانی مشارکتی را به چالش می‌کشد. بنابراین، گردشگری اجتماع‌محور بدون اصلاح ساختار اداری امکان‌پذیر نخواهد بود. اهمیت این مسئله با توجه به مشخص نبودن جایگاه مشارکت مردم در طرح‌های

گردشگری تا جایی است که به نظر می‌رسد ایران به تدوین طرح توسعه منطقه‌ای مشارکت به‌ویژه برای اجرایی نمودن طرح‌های گردشگری نیاز دارد (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰؛ قمری و همکاران، ۱۴۰۱). استراتژی دیگر دارای رویکرد اجتماعی-فرهنگی است. این رویکرد نشان می‌دهد که رفع موانع سیاسی به‌تنهایی تضمینی برای گردشگری اجتماع محور نخواهد بود بلکه در سویه مقابل مردم جامعه قرار دارند که بهبود عملکرد و تعامل آن‌ها نیازمند پیاده‌سازی اقداماتی است. استراتژی اجتماعی-فرهنگی با توانمندسازی مردم محلی بر سطح تعهدات و تعلق آن‌ها تأثیر می‌گذارد. گردشگری اجتماع محور بر ظرفیت‌سازی و توانمندسازی مردم محلی به‌عنوان ابزاری برای دستیابی به توسعه تمرکز دارد (تقی‌زادفانید و مقنی‌جانسوز، ۱۴۰۱). پیشینه تحقیق ضمن تأکید بر سطوح پایین آگاهی مردم محلی (فلاحی و همکاران، ۱۴۰۱؛ علاء‌الدینی و میرزایی، ۱۳۹۴)، بر افزایش ادراک و آگاهی آن‌ها از طریق کانال‌ها و نهادهای رسمی و غیررسمی تأکید دارد؛ از این‌رو، ارتقای آگاهی و مهارت مردم محلی سبب مسئولیت‌پذیری و تقویت روابط بین آن‌ها می‌گردد (شفیعی‌ثابت و هراتی‌فرد؛ ۱۳۹۸). باید توجه داشت که آگاهی بر موارد بسیاری دلالت دارد؛ برای نمونه آگاهی از تصمیم‌گیری‌های نهادهای مسئول، مسائل و حقوق مربوط به گردشگری، اثرات گردشگری، منابع محیطی، فردی، اجتماعی، اقتصادی و ... (مؤمنی و همکاران، ۱۴۰۱). نکته مهم در ایجاد فضای مشارکتی از طریق توانمندسازی مردم محلی، شامل شدن تمام گروه‌ها از جمله زنان است زیرا محدودیت‌های فرهنگی سبب به حاشیه راندن و محرومیت از نقش‌آفرینی آن‌ها می‌شود (علاء‌الدینی و میرزایی، ۱۳۹۴؛ غنیان و هاشمی‌نژاد، ۱۳۹۵).

سومین استراتژی رویکرد اقتصادی دارد. برای توسعه گردشگری در قالب هر رویکردی، جامعه نیازمند منابع مالی است. این مسئله در مورد جوامع کوچک و محلی با توجه به محدودیت منابع مالی اهمیت بیشتری دارد، در غیر این صورت با سرمایه‌گذاری افراد غیربومی در بخش گردشگری، نشت اقتصادی سبب کاهش بهره‌مندی افراد بومی از منافع گردشگری شده و در نتیجه شاهد عدم مشارکت یا مشارکت اندک آن‌ها خواهیم بود. بدین ترتیب، ارائه تسهیلات و اعتبارات کم‌بهره و خرد با ضمانت‌های مناسب، فرصت مشارکت اقتصادی مردم محلی را افزایش می‌دهد (غنیان و هاشمی‌نژاد، ۱۳۹۵؛ طالب و همکاران، ۱۳۸۹). حمایت از کارآفرینان به‌ویژه کارآفرینان محلی از طریق ارائه تسهیلات مورد اشاره، ارتقای دانش و مهارت آن‌ها، ایجاد انگیزه در این گروه و توسعه محصولات گردشگری بومی سبب بهبود محیط کسب‌وکارهای گردشگری می‌شود (بوزرجمهری و همکاران، ۱۳۹۹؛ حیدری و همکاران، ۱۳۹۵). در اتخاذ اقدامات اقتصادی باید به فرصت‌آفرینی برای گروه گسترده‌ای از افراد جامعه توجه داشت. در نهایت، برخی از کدها به اقداماتی اشاره دارند که مستلزم بهره‌گیری از فناوری‌ها، بهبود ضوابط و استانداردها هستند. ترویج بهره‌گیری از فناوری‌های ارتباطی نوین و رسانه‌ها (تقی‌زادفانید و مقنی‌جانسوز، ۱۴۰۱؛ امامی و همکاران، ۱۴۰۰) برای ارائه آموزش‌ها و مهارت‌ها، بازاریابی، برقراری تعامل بین ذی‌نفعان به هوشمندسازی فرایندهای توسعه گردشگری اجتماع محور کمک خواهد نمود. همچنین، بهبود و اصلاح ضوابط و استانداردهای فنی در برنامه‌ریزی و توسعه کسب‌وکارهای گردشگری و آشنا نمودن جامعه محلی با موارد ذکرشده، سبب توسعه‌ای کنترل‌شده در چارچوب اجتماع خواهد شد (نجاززاده و ترابی، ۱۳۹۶).

#### پیامدها

این سازه نتایج استراتژی‌های مطرح را در برخورد با پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر شناسایی می‌کند (Corbin & Strauss, 2008). یافته‌ها بر مبنای پیشینه مطالعات مرتبط در کشور نشان می‌دهند که بتوان در پی گردشگری اجتماع محور انتظار قابل‌توجهی برای توسعه مقصد در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی داشت. این ابعاد در دو محور پایداری و تصویر مقصد طبقه‌بندی شدند. مشارکت جامعه و ذی‌نفعان و ارتقای آگاهی آنان سبب حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی به‌عنوان بخشی از اهداف گردشگری اجتماع محور (مؤمنی و همکاران، ۱۴۰۱؛ امامی و

همکاران، ۱۴۰۱) می‌شود؛ عدم توجه و آگاهی نسبت به این منابع و حفاظت از آن‌ها پایداری را به چالش می‌کشد (شفیعی‌ثابت و هراتی‌فرد، ۱۳۹۸). درآمدزایی مقاصد محلی بر منابع طبیعی و تاریخی متکی بوده (تقی‌زادفانید و مقنی‌جانسور، ۱۴۰۱) زیرا گونه‌های گردشگری مبتنی بر چنین منابعی شکل رایج گردشگری در این مقاصد است. بدین ترتیب، با حفاظت از منابع مورد اشاره فرصت حمایت از اقتصاد محلی با سرمایه‌گذاری (طالب و همکاران، ۱۳۸۹) و توسعه فرصت‌ها به‌عنوان یکی از سیاست‌های گردشگری اجتماع‌محور (نجزارزاده و ترابی، ۱۳۹۶) فراهم می‌شود. با شکوفایی اقتصاد محلی و توسعه کسب‌وکارهای گردشگری می‌توان انتظار ارتقای کیفیت زندگی جامعه را داشت (امامی و همکاران، ۱۴۰۱). البته منظور از فرصت‌ها صرفاً جنبه مالی و اقتصادی نداشته بلکه به دنبال مشارکت جامعه برای توسعه گردشگری، دسترسی آن‌ها به زیرساخت‌های تفریحی، ارتباطی، حمل‌ونقل و ... افزایش می‌یابد. توسعه این فرصت‌ها همراه با افزایش بهره‌مندی جامعه هم‌راستا با عدالت اجتماعی است. چنین محیطی با هویت‌بخشی به عناصر جامعه (مؤمنی و همکاران، ۱۴۰۱) به تقویت وفاداری نسبت به فرهنگ و هویت جامعه (اسماعیل‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰) یاری می‌رساند. موضوعی که به‌ویژه برای جوامع کوچک‌مقیاس با توجه به افزایش مهاجرت‌ها به شهرهای بزرگ اهمیت بسیاری دارد؛ این پدیده سبب از دست رفتن خرده‌فرهنگ‌های بومی می‌شود. توسعه گردشگری در سایه مشارکت جامعه و میل به پایداری آن، بر خلق تصویر مطلوب از مقصد تأثیر می‌گذارد. محیط پایدار و جمعی با شکل‌دهی به تجربه و رضایت گردشگران (صادقلو، ۱۳۹۷؛ شافعی و همکاران، ۱۴۰۰) سبب تعامل و احترام بین آنان و جامعه می‌گردد. برخی بر این باورند که گردشگری اجتماع‌محور با زمینه‌سازی برای مشارکت، افزایش صلح و اعتماد عمومی را در پی دارد (طالب و همکاران، ۱۳۸۷).

## بحث

یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه گردشگری، کمک به توانمندسازی و پایداری اقتصادی-اجتماعی جوامع محلی است. بدین ترتیب، گردشگری به‌عنوان ابزاری برای تنوع‌بخشی به اقتصاد محلی، کاهش فقر، حفظ ارزش‌ها و سنت‌های بومی و فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است. تحقق چنین اهدافی بدون حضور و مشارکت جامعه امکان‌پذیر نخواهد بود. در همین راستا از زمان طرح مفهوم گردشگری اجتماع‌محور، توجه محققان و برنامه‌ریزان گردشگری به آن معطوف شده و جهت‌گیری‌ها از رویکردهای متمرکز برنامه‌ریزی به رویکرد پایین به بالا برای توسعه گردشگری سوق یافته است. در حال، با توجه به شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و زیست‌محیطی متفاوت جوامع، توسعه گردشگری اجتماع‌محور متناسب با شرایط آن‌ها ضروری است. می‌توان چنین عنوان داشت که مدلی مشابه را نمی‌توان برای تمام جوامع مطرح نمود. نظر به چنین ضرورتی و با توجه به نظام متمرکز برنامه‌ریزی در ایران که همچنان پس از سال‌ها تلاش، تمرکززدایی از آن صورت نگرفته، هدف پژوهش حاضر ارائه مدل گردشگری اجتماع‌محور متناسب با شرایط و فضای کشور است. بدین منظور، مروری سیستماتیک بر مبنای مطالعات منتشر شده در نشریات داخلی کشور انجام گرفت تا بتوان متغیرهای مرتبط را استخراج نمود. در ادامه برای ارائه هدف تحقیق حاضر از مدل کوربین و اشتراوس استفاده شد. بر مبنای این مدل متغیرها ذیل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، اقدام و استراتژی و پیامدها دسته‌بندی شدند. مدل ارائه‌شده نشان می‌دهد که مردم برای مشارکت در توسعه گردشگری باید از منافع آن نیز منتفع شوند. برای نمونه در اشتغال‌های مرتبط مشغول به کار شده و مزایای مالی دریافت کنند (فرزین و همکاران، ۱۴۰۰)، فرهنگ‌ها و ارزش‌های بومی آن‌ها ارج نهاده شده و محیط‌زیست و منابع آن‌ها حفظ شوند. این نتایج همسو با ادبیات تحقیق است که یکی از

مهم‌ترین اهداف گردشگری اجتماع محور را حفاظت از سرمایه‌ها و منابع جوامع محلی می‌دانند ( López-Guzmán et al., 2011; Joshi et al., 2021; Henama et al., 2019). سهمیدن مردم در منافع حاصل از گردشگری بر تمایل به مشارکت آنان تأثیر می‌گذارد (Giampiccoli & Saayman, 2018; Tosun, 2000). گردشگری اجتماع محور مستلزم وجود زمینه‌های است که مهم‌ترین آن‌ها وجود اتحاد، همبستگی و انسجام بین اعضای جامعه است. هماهنگی بین ذی‌نفعان شامل مردم، رهبران، مدیران محلی و گردشگران متضمن توسعه گردشگری اجتماع محور است. هر چه سطوح ارتباط بین ذی‌نفعان بیشتر باشد نزاع، درگیری و عدم اعتماد کاهش یافته و هماهنگی بین آن‌ها برای اجرای اقدامات و پیشبرد اهداف با سرعت بیشتری انجام خواهد گرفت. اهمیت این مسئله از آن‌روست که بی‌اعتمادی بین مردم و مسئولین یکی از مهم‌ترین دلایل مشارکت ضعیف معرفی شده است (Bodin & Crona 2008; Moscardo, 2008). تمام ذی‌نفعان باید از فرایندهای تصمیم‌گیری، اهداف، نتایج حاصل از اجرای طرح‌ها و منافع حاصل آگاه شوند تا ترغیب به مشارکت در توسعه گردشگری اجتماع محور شوند (Farmaki et al., 2014; Tosun, 2000). توجه به این نکته اهمیت دارد که احترام به ارزش‌های اجتماعی و بومی و تعریف ارزش‌های مشترک بین ذی‌نفعان، سطح تعلق و تعهد آن‌ها را افزایش خواهد داد.

صرف وجود زمینه‌های لازم و ضروری به معنای برآورده شدن توسعه گردشگری اجتماع محور نمی‌باشد بلکه گاه مداخله‌گرهای حضور دارند که سبب تضعیف این زمینه‌ها شده یا برعکس می‌توانند به تقویت آن‌ها کمک نمایند. در کشوری همچون ایران به دلیل ساختار برنامه‌ریزی و تمرکز منابع ملی و اداری، دولت می‌تواند مداخله‌گری باشد که با تعریف طرح‌های توسعه گردشگری، ارائه زیرساخت‌ها و منابع مالی شرایط مناسب‌تری را برای گردشگری اجتماع محور فراهم نماید. البته باید توجه داشت که مدیران و نیروی انسانی نیز باید به پذیرش گردشگری اجتماع محور اهتمام داشته باشند. همسو با مطالعات پیشین (Mustapha & Azman, 2013; Marzouki et al., 2012)، شواهد حاکی از استقبال اندک برخی از نیروهای انسانی دولت از مشارکت و دخالت دادن مردم در فرایند تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی است. یکی از دلایل این امر دانش و مهارت اندک مردم محلی در مدیریت و برنامه‌ریزی طرح‌های توسعه‌ای است (Pham Hong et al., 2021; Cole, 2007). مطابق به پیشینه تحقیق رهبری در سطح محلی نیز مداخله‌گر مهمی است (Mtapuri & Giampiccoli, 2020) که می‌تواند نقش میانی بین دولت و مردم را ایفا نموده و بر فرایند تحقق گردشگری اجتماع محور تأثیر گذارد. بنابراین، توجه به نقش رهبری در سطح محلی، تعریف نقش و مسئولیت بر آن اهمیت بسیار دارد. در نهایت، یافته‌ها نشان می‌دهند، ایران نیازمند استراتژی‌ها و اقدامات سیاستی، اجتماعی-فرهنگی، اقتصادی و فنی است که اتخاذ و اجرای آن‌ها از طریق بهبود کیفیت زندگی، توزیع عادلانه منافع حاصل از توسعه گردشگری، تقویت هویت بومی و جمعی، توسعه فرصت‌ها، کاهش خروج سرمایه و حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی به پایداری مقصد کمک می‌نماید (Havadi Nagy & Segui, 2020; Raftopoulos, 2020; Ikhtiangung & Radyanto 2020; Okazaki, 2008). گردشگری اجتماع محور با بهبود کیفیت تجربه و رضایت گردشگران (Joshi et al., 2021)، همکاری، تعامل و احترام بین ذی‌نفعان (Farmaki et al., 2014)، می‌تواند به شکل‌گیری تصویر مقصد یا تقویت آن یاری رساند.



## نتیجه گیری

پژوهش حاضر با مرور و تحلیل سیستماتیک مطالعات انجام گرفته در کشور، متغیرهای مرتبط با گردشگری اجتماع محور را شناسایی و از آن‌ها برای ارائه مدلی جامع شامل ابعاد فرهنگی-اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فنی، زیست محیطی استفاده نموده است. علیرغم اینکه تاکنون مطالعات مختلفی در رابطه با گردشگری اجتماع محور و مفاهیم مرتبط همچون مشارکت در گردشگری انجام گرفته است اما به وضوح خلاء چنين مدلی در ادبیات تحقیق مشخص می‌باشد. غالب مطالعات بر شناسایی پیامدها و نتایج گردشگری اجتماع محور تمرکز داشته و حتی برخی بدون در نظر گرفتن علل، زمینه‌ها و مداخله‌گرها در پی اثبات نتایج مثبت گردشگری اجتماع محور در مقاصد مختلف برآمده‌اند. حال آنکه توسعه گردشگری اجتماع محور نیازمند وجود زمینه‌ها یا آماده نمودن جامعه برای پذیرش آن است. شناسایی شرایط علی، زمینه‌ها و مداخله‌گرها با توجه به شرایط و فضای ایران به طرح‌ها و مطالعاتی که هدف آن‌ها توسعه گردشگری اجتماع محور است، کمک می‌نماید تا در صورت ناکامی در دستیابی به اهداف مورد نظر، شرایطی که باید کنترل یا دست کاری شوند را شناسایی نمایند. بر اساس دانش نویسندگان، مطالعه حاضر اولین مطالعه‌ای است که استراتژی‌ها و اقدامات لازم برای توسعه گردشگری اجتماع محور را در چهار بعد مجزا شامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و فنی در کشور ارائه می‌دهد.

مدل ارائه شده الزامات سیاسی و اجرایی قابل توجهی را در اختیار تصمیم‌گیران، برنامه‌ریزی و مدیران مقاصد گردشگری که در پی توسعه حکمرانی مشارکتی، رویکرد برنامه‌ریزی از پایین به بالا و اجتماع محوری هستند، قرار می‌دهد. این مدل چارچوبی را برای برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت بر توسعه گردشگری با مشارکت جامعه ارائه می‌دهد که می‌توان بر مبنای آن زمینه‌های لازم برای توسعه گردشگری اجتماع محور را فراهم نمود. بی‌شک با توجه به شرایط کشور، مداخله‌گرهای برای ترغیب مشارکت مردم لازم است که بر مبنای یافته‌ها، دولت و منابع در اختیار آن و رهبری محلی بهترین گزینه‌ها هستند. علاوه، با توجه به نظام برنامه‌ریزی متمرکز در کشور و محوریت دولت در برنامه‌های توسعه، سازمان‌ها و مدیران باید به تقویت و اعتمادسازی بین ذی‌نفعان توجه بسیاری داشته باشند. شواهد حاکی از نقش پررنگ اعتماد در توسعه گردشگری اجتماع محور و تحقق اهداف آن می‌باشد. بدین منظور، شفاف‌سازی در فرایند تصمیم‌گیری و منافع حاصل از گردشگری ضروری است. مردم نیازمند آگاهی از تمام فرایندها و منافع حاصل می‌باشند. بدین منظور، دولت و سازمان‌ها مرتبط باید به اصلاح ساختاری اداری در راستای کنترل و محدود نمودن عوامل مؤثر بر بی‌اعتمادی مبادرت ورزند. در برخی موارد ارتقای طرح‌های گردشگری و همسو نمودن آن با منافع مقصد و جامعه اهمیت بسیار دارد. علاوه، به منظور فراهم نمودن شرایط لازم برای جامعه میزبان و منتفع شدن آن‌ها از پیامدهای گردشگری، باید به توانمندسازی و تقویت مهارت‌های آن‌ها برای بر عهده گرفتن نقش‌های مدیریتی، توسعه کسب‌وکارها و کارآفرینی گردشگری توجه شود. توجه به نظرات جامعه و توانمندسازی آن‌ها برای بهره‌مندی حداکثری از منافع گردشگری به اعتمادسازی بین ذی‌نفعان به‌ویژه اعتماد به دولت کمک شایانی خواهد نمود. در این راستا می‌توان از ظرفیت رسانه‌ها و کانال‌های رسمی و غیررسمی برای آموزش و توسعه مهارت جوامع محلی استفاده نمود. شامل نمودن گروه‌های آسیب‌پذیر و در حاشیه اقتصادی همچون زنان و توجه ویژه به نیروی انسانی جوانان و کارآفرینان نکته مهمی است که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در توسعه گردشگری اجتماع محور باید بدان توجه داشته باشند. کارآفرینان محلی در بسیاری از موارد در دسترسی به منابع مالی با چالش‌هایی مواجه‌اند. بنابراین، افزایش تسهیلات، مشوق‌های متنوع و ضمانت‌های سازگار با شرایط جامعه محلی باید مورد توجه قرار گیرد. در بسیاری از موارد قوانین و ضوابط موجود دسترسی‌ها را محدود می‌سازد لذا بازنگری و بهبود آن‌ها

با شرایط جامعه نیز اهمیت بسیار دارد. نکته مهم دیگر، توجه به طراحی و توسعه محصولات گردشگری است که تا حد ممکن با محصولات، فرهنگ و ارزش‌های بومی مقصد گردشگری انطباق داشته باشند.

مطالعه حاضر چهار پایگاه نمایه کننده مقالات علمی شامل نورمگز، مگ ایران، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی و گوگل اسکالر را برای جستجو مقالات انتخاب نموده است. بر مبنای این چهار پایگاه مقالات منتشر شده به فارسی جستجو، انتخاب و تحلیل شدند. بنابراین، اگر مطالعه‌ای در نشریات بین‌المللی به زبان انگلیسی و یا کنفرانس‌های داخلی و خارجی منتشر شده باشند، در مطالعه حاضر شامل نشده‌اند. از این رو، ممکن است برخی از متغیرها در مدل ارائه شده لحاظ نشده باشند. مطالعات آتی می‌توانند با شامل نمودن سایر پایگاه‌ها، مقالات کنفرانس‌ها، گزارش‌های سیاستی و کتاب‌ها به تقویت مدل ارائه شده کمک نمایند. بدین ترتیب، با استخراج کدهای بیشتری می‌توان سازه‌های مدل را تقویت نمود. علاوه، مطالعات آتی می‌توانند مدل ارائه شده را به صورت تجربی آزمایش و با استفاده از روش‌های کمی نتایج را تحلیل نمایند. با توجه به شرایط متفاوت جغرافیایی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی در مقاصد مختلف کشور، مطالعات موردی با آزمایش این مدل در شرایط متفاوت به تقویت سازه‌های آن کمک خواهند نمود. نتایج مطالعات موردی نه تنها به شناخت نحوه تأثیرگذاری خرده فرهنگ‌های مختلف بلکه تأثیرگذاری مقاصد با سطوح متفاوت اقتصادی، شرایط جغرافیایی و زیست‌محیطی گوناگون نیز یاری خواهد رساند.

#### حامی مالی

این اثر حامی مالی ندارد.

#### سهم نویسندگان در پژوهش

نسرین کازمی: طرح تحقیق، ادبیات و پیشینه تحقیق، گردآوری و تحلیل داده، توسعه مدل، نتیجه‌گیری، ویرایش، مرور و بازنگری  
سجاد فردوسی: گردآوری و تحلیل داده  
پانته‌آ روغنی‌ها: ادبیات و پیشینه تحقیق

#### تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

#### تقدیر و تشکر

نویسندگان از تمام کسانی که در انجام این پژوهش به‌ویژه در اعتبار یابی نتایج و ارزیابی مدل یاری رساندند، تقدیر و تشکر می‌نمایند.

#### منابع

اسماعیل‌زاده، حسن؛ صرافی، مظفر و توکلی‌نیا، جمیله. (۱۳۹۰). تحلیلی بر رویکردهای توسعه گردشگری در اجتماعات محلی. علوم محیطی، ۹(۲)، ۱۹۹-۱۴۲.  
اسماعیلی‌زاده، حسن؛ تبریزی، نازنین و رمضان‌زاده لسبویی، مهدی. (۱۳۹۸). سنجش رفتار مشارکتی جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی شهر سی سخت). مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۶(۲۰)، ۱۴۶-۱۲۷.

امامی، سیده فاطمه؛ دربان آستانه، علیرضا؛ رضوانی، محمدرضا و قدیری معصوم، مجتبی. (۱۴۰۰). تبیین نقش مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری اجتماع‌محور (مطالعه موردی: روستاهای استان گیلان). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۶)، ۲۷-۱. doi:10.22080/JTPD.2021.20175.3406

امین‌بیدختی، علی‌اکبر؛ جعفری، سکینه و فرهادی، وحیدرضا. (۱۳۹۳). رابطه تعلق اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه گردشگری پایدار: نقش میانجی اثرات ادراک‌شده. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۹(۲۶)، ۳۰-۷. doi:20.1001.1.23223294.1393.9.26.1.5

بشکار، اسلام؛ بذرافشان، جواد و طولابی‌نژاد، مهرشاد. (۱۳۹۸). حمایت اجتماعات محلی از توسعه گردشگری و ارتباط آن با معیشت پایدار روستاهای مرزی شهرستان چابهار. *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۳۳(۶۹)، ۴۴-۴۱. بوزرجمهری، خدیجه؛ شایان، حمید و قندهاری، الهام. (۱۳۹۹). بررسی ادراکات و تمایل جامعه محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان تربت‌حیدریه). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۹(۳۵)، ۶۱-۱۳۵. doi:10.22080/JTPD.2021.19605.3357

پوراحمد، احمد؛ یوسفی، رشید؛ علی‌نیا، یاور و مرادپور، نبی. (۱۳۹۴). بررسی تأثیرات گردشگری شهری بر توسعه پایدار شهر با تأکید بر ادراک ساکنان. *مجله گردشگری شهری*، ۲(۳)، ۲۷۳-۲۵۳. doi:10.0.86.43/JUT.2015.58447

تقوی، مصطفی؛ دانشفرد، کرم‌الله و میرسپاسی، ناصر. (۱۴۰۲). الگوی مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌گیری خط‌مشی‌های گردشگری فرهنگی (مورد مطالعه: شهر تهران). *فصلنامه خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت*، ۱۴(۴۹)، ۳۶-۱۹. doi:10.30495/JTPA.2023.69641.11007

تقی‌زادفانید، ابوالقاسم و مقنی‌جانسوز، منیر. (۱۴۰۱). بررسی رابطه مشارکت مردم و توسعه گردشگری (مطالعه موردی: کلانشهر تبریز). *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۶(۸۰)، ۹۸-۸۳. doi:10.22034/gp.2021.45212.2813

تولایی، سیمین؛ سلیمانی، محمد؛ جهانی دولت‌آباد، رحمان و جهانی دولت‌آباد، اسماعیل. (۱۳۹۶). نقش مشارکت جوامع محلی در صنعت گردشگری پایدار (مطالعه موردی: سرعین). *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۹(۱)، ۹۵-۱۱۳. doi:10.22059/JHGR.2017.53814

حاتمی‌نژاد، حسین؛ پرهیز، فریاد و کرمی، مهرداد. (۱۳۹۱). تحلیلی بر ظرفیت‌سازی گردشگری اجتماع‌محور. *سپهر*، ۱۲، ۷-۱۳. doi:20.1001.1.25883860.1391.21.82.2.6

حاتمی‌نژاد، حسین؛ گروسی، علی‌رضا؛ شاهرخی‌فر، زینب و توکلی‌نغمه، مصطفی. (۱۳۹۹). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری با تأکید بر نقش مشارکت اجتماعات محلی، مطالعه موردی: استان البرز. *پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی*، ۲(۲)، ۳۴-۲۰. doi:20.1001.1.27173747.1399.1.2.2.3

حیدری، زهرا؛ محمدرضا رضوانی و بدری، سیدعلی. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن). *آمایش جغرافیایی فضا*، ۶(۲۱)، ۲۶-۱۳. [https://gps.gu.ac.ir/article\\_41669.html](https://gps.gu.ac.ir/article_41669.html)

زارعی، عظیم؛ مدرس، میثم و فلاحی، آزاده. (۱۴۰۰). شناسایی و مدل‌سازی موانع عملیاتی گردشگری جامعه‌محور در ایران. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۷)، ۲۰۵-۱۸۵. doi:10.22080/JTPD.2021.21341.3528

شافعی، رضا؛ احمدی‌زاد، آرمان و مولایی، زینب. (۱۴۰۰). نقش مشارکت مشتریان در ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی در اکوسیستم کسب‌وکار گردشگری، مورد مطالعه: مشتریان شرکت‌های فعال حوزه گردشگری. *گردشگری و توسعه*، ۳(۲۹)، ۱۲۶-۱۱۳. doi:10.22080/JTD.2020.253874.2159

- شفیعی ثابت، ناصر و هراتی فرد، سعیده. (۱۳۹۸). توانمندسازی ذی نفعان محلی برای مشارکت در توسعه پایدار گردشگری با نقش میانجی اثرات ادراک شده از گردشگری. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، ۸(۲)، ۷۱-۹۰.  
doi:10.22080/JTPD.2019.15957.3016
- صادق‌لو، طاهره. (۱۳۹۷). ارزیابی مشارکتی اثرات زیست‌محیطی توسعه گردشگری در روستاهای هدف استان گلستان با روش ماتریس ICOLD و COPRAS. *مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*، ۱۶(۱)، ۱۶۵-۱۹۱.  
doi:10.22067/geography.v16i1.57066
- طالب، مهدی و میرزایی، حسین. (۱۳۸۹). برنامه‌ریزی تعاملی گردشگری روستایی با رهیافت ارزیابی مشارکتی روستایی، مورد مطالعه روستایی وکیل‌آباد سردابه. *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۲(۱)، ۳۴-۱۹.
- طالب، مهدی؛ بخشی‌زاده، حسن و میرزایی، حسین. (۱۳۸۷). مبانی نظری مشارکت اجتماع روستایی در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در ایران. *روستا و توسعه*، ۱۱(۴)، ۵۲-۲۵.
- علاء‌الدینی، پویا و میرزایی، آمنه. (۱۳۹۴). توسعه مشارکتی محله فرحزاد تهران به‌عنوان تفرجگاه و مقصد گردشگری: بستر و موانع. *پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران*، ۵(۲)، ۲۶۶-۲۵۱.  
doi:10.22059/IJAR.2015.59087
- غنیان، منصور و هاشمی‌نژاد، آذر. (۱۳۹۵). تحلیل انگیزاننده‌های مشارکت در توسعه گردشگری پایدار از دیدگاه ساکنان محلی منطقه حفاظت‌شده دز. *جغرافیا (انجمن جغرافیایی ایران)*، ۴۶، ۶۱-۷۸.  
https://mag.iga.ir/article\_700865.html
- فرزین، محمدرضا؛ شالبافیان، علی‌اصغر؛ محمودزاده، سیدمجتبی، پورفرج، اکبر و زرن‌دیان، ندا. (۱۴۰۰). مرور نظام‌مند ابعاد مطالعات مشارکت عمومی-خصوصی در گردشگری. *گردشگری شهری*، ۸(۱)، ۹۹-۱۱۲.  
doi:10.22059/JUT.2021.310225.837
- فلاحی، آزاده و رونقی، محمدحسین. (۱۴۰۱). شناسایی و رتبه‌بندی تأثیر متقابل موانع ساختاری گردشگری اجتماع‌محور در ایران. *جغرافیا و پایداری محیط*، ۱۲(۲)، ۱۵-۱.  
doi:10.22126/GES.2022.7391.2492
- قمری، حسین؛ مرصوصی، نفیسه و علی‌اکبری، اسماعیل. (۱۴۰۱). راهبرد کالبدی-فضایی گردشگری شهری با رویکرد مشارکتی در منطقه کاشان. *برنامه‌ریزی توسعه کالبدی*، ۷(۳)، ۱۴۷-۱۲۳.  
doi:10.30473/psp.2022.57385.2427
- کلاهی، مهدی؛ عظیمی‌سقین‌سرا، رقیه و حاتمی‌یزد، ابودر (۱۴۰۱). ساماندهی تالاب بزنگان از طریق ظرفیت‌سازی و مشارکت اجتماعی. *فصلنامه انسان و محیط‌زیست*، ۶۳، ۷۳-۸۶.
- محمدرضایی، شهریار. (۱۳۸۱). برنامه‌ریزی و مدیریت مشارکتی تالاب انزلی، موانع و راهکارها. *محیط‌شناسی*، ۲۸، ۷۷-۵۹.
- مسیب‌ان‌ریزی، مهدی و مسیبی، سمانه. (۱۴۰۰). تحلیل نقش توسعه گردشگری خلاق شهری در افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶(۵۵)، ۳۱۹-۳۵۵.  
doi:10.22054/TMS.2021.52524.2321
- معدنی، جواد. (۱۴۰۱). شبکه‌های همکاری در توسعه گردشگری پایدار: تعامل و مشارکت بخش‌های مؤثر به‌مثابه سرمایه اجتماعی. *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۴(۴)، ۳۴۱-۳۲۵.  
doi:10.30495/JISDS.2023.70814.11821
- مؤمنی، احمد؛ عاشری‌گفشه، الناز و قاسمی‌راد، بهناز. (۱۴۰۱). تبیین نقش مؤلفه‌های مشارکت اجتماعی ساکنان محلی در کاهش پیامدهای منفی گردشگری روستایی: روستاهای بخش مرکزی شهرستان فریدن. *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، ۱۲(۴۵)، ۱۳۳-۱۱۹.
- نجرارزاده، محمد و ترابی، ذبیح‌الله. (۱۳۹۶). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشاورزی جامعه‌محور با استفاده از چارچوب مشارکتی SOAR مورد مطالعه: روستای دیزج شاهرود. *گردشگری و توسعه*، ۶(۳)، ۱۵۳-۱۳۹.

- نجارزاده، محمد و نعمت‌اللهی، مجید. (۱۳۹۷). الگوی ساختاری عوامل مؤثر بر درک ساکنان بومی نسبت به حمایت از توسعه پایدار گردشگری در مجموعه تخت‌جمشید. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۹(۶۹)، ۴۱-۶۲. doi:10.22108/JAS.2017.98649
- ورمزیاری، حجت؛ فتیحی، مرضیه؛ کلاتنری، خلیل و آصف‌شایق، محمد. (۱۴۰۲). تحلیل مؤلفه‌های توسعه گردشگری اجتماع‌محور در مناطق روستایی: مطالعه موردی شهرستان‌های مریوان و سروآباد. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۸(۶۲)، ۲۶۸-۲۴۱. doi:10.22054/tms.2023.73671.2838
- هادی‌پور، مرضیه؛ لاسمی‌پور، رباب و اسماعیلی، آسیه. (۱۳۹۴). مدیریت مشارکتی گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه پایدار. *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، ۴(۱۵)، ۸۱-۶۲.

## References

- Amin Bidokhti, A. A., Jafari, S., & Farhadi, V. (2015). The Relationship of Community Attachment and Community Involvement with Sustainable Tourism Development: The Mediating Role of Perceived Effects. *Tourism Management Studies*, 9(26), 7-30. doi:20.1001.1.23223294.1393.9.26.1.5 [In Persian].
- Bodin, Ö., & Crona, B. I. (2008). Management of natural resources at the community level: exploring the role of social capital and leadership in a rural fishing community. *World development*, 36(12), 2763-2779. doi:10.1016/j.worlddev.2007.12.002
- Bouzarjomehri, K., Shaian, H., & Ghandehari, E. (2021). Investigating the perceptions and willingness of the local community to participate in the development of agricultural tourism (Case study: Torbat Heydariyeh city). *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(35), 135-161. doi:10.22080/JTPD.2021.19605.3357 [In Persian].
- Cole, S. (2007). Entrepreneurship and empowerment: Considering the barriers-a case study from Indonesia. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 55(4), 461-473.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). Basics of qualitative research (3rd ed.). Thousand Oaks. CA: Sage Publications.
- Pourahmad, A., Yousefi, R., Alinia, Y., & Moradpoor, N. (2015). study of effects urban tourism in Sustainable Development urban with emphasis on the Residents perception (Case Study: Baneh city). *Journal of Urban tourism*, 2(3), 253-273. doi:10.0.86.43/JUT.2015.58447 [In Persian].
- Najjarzadeh, M., & Nematolahi, M. (2018). Structural Modeling of Factors Influencing Local Residents' Perception Towards Supporting Sustainable Tourism Development in Persepolis. *Journal of Applied Sociology*, 29(1), 41-62. doi:10.22108/JAS.2017.98649 [In Persian].
- Varmazyari, H., Fathi, M., Kalantari, K., & Shaiq, M. A. (2023). Analyzing components of community-based tourism development in rural areas; case of Marivan and Sarvabad counties. *Tourism Management Studies*, 18(62), 241-268. doi:10.22054/tms.2023.73671.2838 [In Persian].
- Mosayebian Rizi, M., & Mosayebi, S. (2021). Analysis of the role of creative tourism development in increasing social participation. *Tourism Management Studies*, 16(55), 319-355. doi:10.22054/TMS.2021.52524.2321 [In Persian].
- Farzin, M. R., Shalbafian, A. A., Mahmoudzadeh, S. M., Pourfaraj, A., & Zarandian, N. (2021). Systematic Review of the Dimensions of Public-Private Partnership Studies in Tourism. *Journal of Urban tourism*, 8(1), 99-112. doi:10.22059/JUT.2021.310225.837 [In Persian].
- Falahi, A., & Ronaghi, M. H. (2022). Identifying and Ranking the Interaction of Structural barriers of Community-Based Tourism in Iran. *Geography and Environmental Sustainability*, 12(2), 1-15. doi:10.22126/GES.2022.7391.2492 [In Persian].
- Sadeghloo, T. (2018). A Participatory Assessment on Environmental Impacts of Tourism Development in Target Villages of Golestan Province Using ICOLD Matrix and COPRAS Technique. *Journal of geography and regional development*, 16(1), 165-191. doi:10.22067/geography.v16i1.57066 [In Persian].

- Esmailzadeh, H., Sarrafi, M., & Tavakkoli Nia, N. J. (2012). Analysing tourism development approaches in local communities. *Environmental Sciences*, 9(2), 142-199. [In Persian].
- Heydari, Z., Rezvani, M.r. & Badri, S. A. (2016). Attitude of Community Participation in the Agricultural Tourism Development Planning. *Geographical Planning of Space*, 6(21), 13-26. [In Persian].
- Taghavi, S. M., Daneshfard, K., & Mirsepasi, N. (2023). Designing a stakeholder participation model in the formation of cultural tourism policies (Case study of Tehran). *Public Policy in Administration*, 14(49), 19-35. doi:10.30495/JTPA.2023.69641.11007 [In Persian].
- Taghizadfanid, A., & Moghanni Jansouz, M. (2022). Investigating the Relationship between People's Participation and Tourism Development (Case study: Tabriz Metropolis). *Geography and Planning*, 26(80), 83-98. doi:10.22034/gp.2021.45212.2813 [In Persian].
- Ghamari, H., Marsousi, N., & Aliakbari, E. (2022). Physical-Spatial Strategies of Urban Tourism with a Participatory Approach in Kashan Region. *Physical Social Planning*, 9(3), 123-147. doi:10.30473/psp.2022.57385.2427 [In Persian].
- Tavalaee, S., Soleimany, M., Jahani Dowlatabad, R., & Jahani Dowlatabad, E. (2017). The role of participation in sustainable tourism industry (Case study: Sarein). *Human Geography Research*, 49(1), 95-113. doi:10.22059/JHGR.2017.53814 [In Persian].
- Ghanian, M., & Hadheminjad, A. (2016). Analysis of motivations for participation in the development of sustainable tourism from the perspective of local residents of Dez protected area. *Geography*, 14(49), 61-77. [In Persian].
- Alaadini, P., & Mirzaei, A. (2015). Participatory Development of Farahzad as a Tourism Destination and Recreational Neighborhood of Tehran: Context and Obstacles. *Iranian Journal of Anthropological Research*, 5(2), 251-266. doi:10.22059/ijar.2015.59087 [In Persian].
- Kolahi, M., Azimi Saghinsara, R., Hatamiyazd, A. (2022). Organizing Bezegan Wetland through capacity building and social participation. *Human and Environmnet*, 20(4), 73-86. [In Persian].
- Momeni, A., Asheri Gafsheh, A., & Ghasemirad, B. (2022). Clarifying the role of the components of social participation of local residents in reducing the negative consequences of rural tourism: (Villages in the central part of Faridan County). *Geography of the tourism space*, 12(45), 119-133. [In Persian].
- Najjarzadeh, M., & Torabi, Z. (2017). Community Participation and Tourism Planning: Agritourism community-based development planning in the village in Dizaj, Iran. *Journal of Tourism and Development*, 6(3), 139-153. [In Persian].
- Hataminejad, H., Garousi, A., ShahrKhifar, Z., & Tavakoli Naghme, M. (2021). Strategic planning for tourism development with emphasis on the role of participation of local communities (The Case study: Alborz province). *Journal of Economic Geography Research*, 1(2), 20-34. doi:20.1001.1.27173747.1399.1.2.2.3 [In Persian].
- Hataminejad, H., Parhiz, F., & Karami, M. (2012). An Analysis of Community-Based Tourism Capacity. *Quarterly of Geographical Data (SEPEHR)*, 21(82), 7-13. doi:20.1001.1.25883860.1391.21.82.2.6 [In Persian].
- Madani, J. (2022). Cooperation networks in sustainable tourism development: interaction and participation of effective sectors as social capital. *Iran's social development studies*, 14(56), 325-340. doi:10.30495/JISDS.2023.70814.11821 [In Persian].
- Hadipoor, M., Lasemipoor, R., & Esmaeili, A. (2015). Participatory management of rural tourism and its role in sustainable development. *Geographical Journal of Tourism Space*, 4(15), 81-62. [In Persian].
- Beshkar, E., Bazr Afshan, J., & Toulabi Nejad, M. (2019). Review the position of supporting local communities in tourism development and its impact on sustainable livelihoods villages in the border Township Chabahar. *Geography and Planning*, 23(69), 41-64. [In Persian].
- Shafei, R., Ahmadizad, A., & Mowlaei, Z. (2021). The role of customer participation in creating economic and social value in tourism business ecosystem (case study: customers of active companies in the tourism industry). *Journal of Tourism and Development*, 10(4), 113-126. doi:10.22080/JTD.2020.253874.2159 [In Persian].

- Mohammadrezai, S. (2002). Planning and participatory management of Anzali wetland, obstacles and solutions. *Journal of environmental studies*, 28, 59-77.
- Zarei, A., Modarresi, M., & Fallahi, A. (2021). Identifying and modeling operational barriers to community-based tourism in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(37), 185-205. doi:10.22080/JTPD.2021.21341.3528 [In Persian].
- Taleb, M., & Mirzaie, H. (2010). Interactive Rural Tourism Planning With Approach Participatory Rural Appraisal, Case Study: Wakilabad. *Human Geography Research*, 42(1), 19-34. [In Persian].
- Taleb, M., Bakhshizadeh, H., & Mirzaee, H. (2018). Theoretical Underpinnings of Rural Community Participation in the Planning of Rural Tourism in Iran. *Village and Development*, 11(4), 25-52. [In Persian].
- Esmailizade, H., Tabrizi, N., & Ramezanzadeh, L. M. (2019). Assessment of participation behavior of the local community in the development of agricultural tourism (case study: Sisakht city). *Urban structure and function studies*, 6(20), 127-146. doi:10.22080/SHAHR.2016.16037.1752 [In Persian].
- Emami, S. F., Astaneh, A. R. D., Rezvani, M. R., & Ghadiri, M. (2021). Explain the Role of Effective Components on the Development of Community-Based Rural Tourism (Case study: villages of Guilan province). *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(36), 1-27. doi:10.22080/JTPD.2021.20175.3406 [In Persian].
- Shafie Sabet, N., & Haratifard, S. (2019). Empowerment of local stakeholders for participation in sustainable tourism development with mediating role of perceived tourism effects. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(29), 71-90. doi:10.22080/JTPD.2019.15957.3016 [In Persian].
- Farmaki, A. (2014). Satisfaction with the rural tourism product of Cyprus. *International Journal of Tourism Policy*, 5(4), 249-268. doi:10.1504/IJTP.2014.068027
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1-27. [https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article\\_16\\_vol\\_7\\_4\\_2018.pdf](https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_16_vol_7_4_2018.pdf)
- Giampiccoli, A., Muhsin, B. A., & Mtapuri, O. (2020). Community-based tourism in the case of the Maldives. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 428-439. doi:10.30892/gtg.29204-479
- Havadi Nagy, K. X., & Espinosa Segui, A. (2020). Experiences of community-based tourism in Romania: Chances and challenges. *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 27(2), 143-163. doi:10.1108/JTA-08-2019-0033
- Henama, U. S., Mangope, D., & Strydom, A. (2019). *A critique of the interface between tourism, sustainable development and sustainable tourism in community-based tourism theory*. DSpace Repository, Central University of Technology, Free State.
- Hidayat, A., Rahmanita, M., & Hermantoro, H. (2017). Community empowerment in Plempoh cultural tourism village. *TRJ Tourism Research Journal*, 1(1), 98-116. doi:10.30647/trj.v1i1.11
- Hiwasaki, L. (2006). Community-based tourism: A pathway to sustainability for Japan's protected areas. *Society and Natural Resources*, 19(8), 675-692. doi:10.1080/08941920600801090
- Ikhtiangung, G. N., & Radyanto, M. R. (2020). New Model for Development of Tourism Based on Sustainable Development. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 448(1), 012072, IOP Publishing. doi:10.1088/1755-1315/1108/1/012068
- Imbaya, B. O., Nthiga, R. W., Sitati, N. W., & Lenaiyasa, P. (2019). Capacity building for inclusive growth in community-based tourism initiatives in Kenya. *Tourism Management Perspectives*, 30, 11-18. doi:10.1016/j.tmp.2019.01.003
- Jamal, T. B., & Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Annals of tourism research*, 22(1), 186-204. doi:10.1016/0160-7383(94)00067-3
- Joppe, M. (1996). Sustainable community tourism development revisited. *Tourism management*, 17(7), 475-479. doi:10.1016/S0261-5177(96)00065-9
- Joshi, S., Panzer-Krause, S., Zerbe, S., & Saurwein, M. (2021). Rural tourism in Europe from a landscape perspective: A systematic review. *European Journal of Tourism Research*, 36, 3616-3616. doi:10.54055/ejtr.v36i.3328

- Kazemi, N., Badri, S.A., Adinehvand, E., & Rostamin, K. (2022). Teenagers' risk perception and awareness in the context of cultural bias and prior earthquake event in Iran. *SN Social Sciences*, 2(12), 259-281. doi:10.1007/s43545-022-00567-6
- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos*, 6(1), 69-84.
- Marzouki, M., Froger, G., & Ballet, J. (2012). Ecotourism versus mass tourism. A comparison of environmental impacts based on ecological footprint analysis. *Sustainability*, 4(1), 123-140. doi:10.3390/su4010123
- Menbere, I. P., & Menbere, T. P. (2017). Opportunities and challenges for community-based ecotourism development: A case study in Dinsho and Goba Woredas, Southeast Ethiopia. *International Journal of Ecology and Ecosolution*, 4(1), 5-16.
- Moradi, E., Ehsani, M., Saffari, M., & Hosseini, R. N. S. (2022). Developing an integrated model for the competitiveness of sports tourism destinations. *Journal of destination marketing & management*, 26, 100743. doi:10.1016/j.jdmm.2022.100743
- Moscardo, G. (Ed.). (2008). *Building community capacity for tourism development*. Cabi.
- Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2019). Tourism, community-based tourism and ecotourism: a definitional problematic. *South African Geographical Journal, Suid-Afrikaanse Geografiese Tydskrif*, 101(1), 22-35. doi:10.1080/03736245.2018.1522598
- Mustapha, N. A., & Azman, I. (2013). Barriers to community participation in tourism development in island destination. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts (JTHCA)*, 5(1), 102-124.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of sustainable tourism*, 16(5), 511-529. doi:10.1080/09669580802159594
- Pham Hong, L., Ngo, H. T., & Pham, L. T. (2021). Community-based tourism: Opportunities and challenges a case study in Thanh Ha pottery village, Hoi An city, Vietnam. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1926100. doi:10.1080/23311886.2021.1926100
- Raftopoulos, M. (2020). Rural community-based tourism and its impact on ecological consciousness, environmental stewardship and social structures. *Bulletin of Latin American Research*, 39(2), 142-156. doi:10.1111/blar.12749
- Saldarriaga Isaza, A., & Salas, P. P. (2024). Community perception on the development of rural community-based tourism amid social tensions: A Colombian case. *Community Development*, 55(1), 123-137. doi:10.1080/15575330.2023.2204441
- Seyfi, S., Michael Hall, C., & Fagnoni, E. (2019). Managing world heritage site stakeholders: A grounded theory paradigm model approach. *Journal of Heritage Tourism*, 14(4), 308-324. doi:10.1080/1743873X.2018.1527340
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basic qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage.
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour-REST.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism management*, 21(6), 613-633. doi:10.1016/S0261-5177(00)00009-1
- Tosun, C., & Timothy, D. J. (2001). Shortcomings in planning approaches to tourism development in developing countries: the case of Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(7), 352-359. doi:10.1108/09596110110403910
- Trejos, B., & Chiang, L. H. N. (2009). Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica. *Singapore journal of tropical geography*, 30(3), 373-387. doi:10.1111/j.1467-9493.2009.00375.x
- Vollstedt, M., & Rezat, S. (2019). An introduction to grounded theory with a special focus on axial coding and the coding paradigm. *Compendium for early career researchers in mathematics education*, 13(1), 81-100. doi:10.1007/978-3-030-15636-7\_4
- Wolfswinkel, J. F., Furtmueller, E., & Wilderom, C. P. M. (2013). Using grounded theory as a method for rigorously reviewing literature. *European Journal of Information Systems*, 22(1), 45-55. doi:10.1057/ejis.2011.51



Wu, F., Heng, T. M., Siaw, P. T., Wee, S. K., & Kiat, L. T. (2002). Potential of the Chinese (PRC) and Indian tourism markets for ASEAN. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 7(2), 45-76. doi:10.1080/10941660208722118