

الگوی پارادایمیک توسعه پایدار گردشگری (مبثنی بر استقرار داده‌بنیاد از بیانات مقام معظم رهبری)^۱

دکتر حمید ضرغام بروجنی*، دکتر مریم صداقت**

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۵/۱۹

تاریخ پذیرش: ۹۷/۱۲/۱۰

چکیده

تحقیق حاضر فرمایشات مقام معظم رهبری در زمینه توسعه پایدار گردشگری را مورد بررسی قرار داده و با استفاده از نظریه داده‌بنیاد و به صورت اکتشافی، به دنبال ارائه تصویری کلان از این بیانات در قالب الگو واره‌ای از عوامل علی، عوامل زمینه‌ساز، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای توسعه پایدار گردشگری است. جامعه آماری تحقیق، شامل بیانات رهبری معظم انقلاب اسلامی مرتبط با موضوع تحقیق طی سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۷ است که از بین آن‌ها با روش نمونه‌گیری نظری ۸۰ گزاره از ۵۰ مورد از این بیانات انتخاب و با کدگذاری آن‌ها ۱۸۹ مفهوم اولیه (کد باز) شناسایی شد. سپس با لحاظ کردن اشتراکات محتوایی کدهای باز، ۴۱ مقوله فرعی و ۱۶ مقوله اصلی تولید شد. در ادامه، یافته‌های تحقیق در یک چارچوب پارادایمی با استفاده از مقوله‌های اصلی، شامل: مقوله‌های علی (آثار گردشگری و موقعیت ژئوپولیتیک ایران)، پدیده محوری (توسعه پایدار گردشگری)، مقوله‌های زمینه‌ای (مشارکت و همکاری ذی‌نفعان گردشگری، آموزش و فرهنگ‌سازی در گردشگری)، مقوله‌های مداخله‌گر (حس مکان گردشگری و حکم‌روایی خوب در گردشگری)، راهبردها (برنامه‌ریزی گردشگری، سیاست‌گذاری گردشگری، بازاریابی گردشگری، مدیریت منابع گردشگری و نظارت و ارزیابی گردشگری) و پیامدها (پایداری منابع گردشگری، حفاظت از منابع گردشگری، حفظ هویت اجتماعی و رفاه و کیفیت زندگی) هم‌پیوند شده است. نتایج تحقیق نشان داد تحقق موفقیت‌آمیز توسعه پایدار گردشگری، نیازمند ترکیب چشم‌انداز، سیاست، برنامه‌ریزی، مدیریت، کنترل و فرایندهای نظارتی و یادگیری اجتماعی منسجم است که مشارکت فعال جامعه می‌تواند به کارایی آن تحقق بخشد. رسیدن به این هدف، مستلزم رهبری سیاسی قوی است تا از مشارکت گسترده ذی‌نفعان و ایجاد وفاق عمومی اطمینان حاصل شود.

کلیدواژه‌ها: الگوی پارادایمیک، توسعه پایدار گردشگری، مقام معظم رهبری، رویکرد

داده‌بنیاد.

۱. این مقاله برگرفته از رساله دکتری است.

zargham@atu.ac.ir

* نویسنده مسئول: دانشیار دانشگاه علامه طباطبایی

** دکترای مدیریت گردشگری، دانشگاه علامه طباطبایی

مقدمه

پارادایم توسعه جایگزین (که رویکردی از پایین به بالا و مردمی ارائه می‌دهد) در پاسخ به شکست آشکار جریان غالب مدل‌های متعارف مبتنی بر رشد اقتصادی پدیدار شد. توسعه جایگزین، جایگزینی برای مدل‌های رشد اقتصادی از بالا به پایین و توسعه غرب‌محور است؛ که در درجه اول بر مسائل انسانی و زیست‌محیطی تمرکز دارد. از این‌رو، اعتقاد اساسی آن این است که توسعه باید درون‌زا باشد؛ یعنی فرایند توسعه باید از نیازهای جامعه نشأت بگیرد و از طریق آن‌ها هدایت شود، نه آن‌که عوامل خارجی آن را تحمیل یا اجرا کنند. بنابراین، توسعه جایگزین رویکردی مردم‌محور یا «عامه‌پسند» نسبت به توسعه است که نه تنها بر نیازهای اساسی (رفاه مادی و اجتماعی)، بلکه بر ترغیب خودتکایی تأکید می‌کند و با کمک گرفتن از نظام‌ها و دانش بومی، فرایند توسعه را استحکام می‌بخشد. در نتیجه، فرایند توسعه جایگزین با تأکید بر مشارکت و تصمیم‌گیری آحاد جامعه از تمرکززدایی یا بومی‌سازی (در مقایسه با نوسازی مبتنی بر رشد اقتصادی دولتی) دفاع می‌کند. این امر به نوبه خود به توانمندسازی جوامع محلی و افزایش بالقوه نقش زنان کمک می‌کند. در عین حال، مشارکت بیشتر سازمان‌های مردم‌نهاد یکی از عناصر ضروری رویکردهای مردمی جایگزین نسبت به توسعه محسوب می‌شود (شارپلی و تلفر^۱؛ ضرغام بروجنی، ۱۳۹۴: ۴۱-۴۰).

از اواخر دهه ۱۹۸۰ که توسعه به سرعت با پایداری زیست‌محیطی ارتباط پیدا می‌کرد، توسعه جایگزین، مترادف با توسعه پایدار شد. با این حال، مفهوم توسعه جایگزین طی دهه ۱۹۸۰ در پیدایش آنچه به آن «توسعه جایگزین گردشگری»^۲ اطلاق می‌شد، بازتاب یافت (ضیایی و عزیزی، ۱۳۹۳: ۲۳). این نظریه نیز، با ایجاد شالوده‌ای برای تداوم اهمیت واگذاری به مشارکت‌های انحصاری به‌طور کلی و به‌ویژه گردشگری اجتماع‌محور در توسعه پایدار گردشگری و به‌خصوص توسعه بوم‌گردی (اکوتوریسم) بر رویکرد مشارکت جامعه نسبت به گردشگری تأکید می‌کرد و به طور یکسان، مسائل برابری جنسیتی، توانمندسازی و البته پایداری زیست‌محیطی نیز وارد گفتمان توسعه پایدار/ جایگزین گردشگری شدند. به عقیده بسیاری، اکنون گردشگری جایگزین با توسعه

1. Sharpley And Telfer
2. Alternative Tourism Development

پایدار گردشگری مترادف است (شارپلی؛ رمضان نژاد و پورقیومی، ۱۳۹۵: ۷۹). توسعه پایدار گردشگری نیازمند دو مقوله مدیریت و برنامه‌ریزی مستمر است تا در نهایت، بتواند به اهداف از پیش تعیین شده دست یابد. مدیریت گردشگری فرایندی است که طی آن مابین فعالیت‌های مختلف صنعت گردشگری در سطوح گوناگون، هماهنگی، هدایت، کنترل و تصمیم‌گیری می‌شود (حیدری، ۱۳۹۳: ۱۲۳). با توجه به اصل ۱۱۰ قانون اساسی، تعیین سیاست‌های کلی نظام جمهوری اسلامی ایران در همه زمینه‌ها از جمله گردشگری، نظارت بر حسن اجرای آن‌ها و حل اختلاف و تنظیم روابط قوای سه‌گانه برعهده مقام معظم رهبری است (بهنیافر، ۱۳۸۷: ۱۱). لذا یکی از مهم‌ترین وظیفه‌های حاکمیت، مدیریت کلان و تعیین سیاست‌های کلی صنعت گردشگری و هماهنگی میان سایر عوامل نهادی است. گردشگری ترکیبی از بازیگران مختلف است که برای ارائه طیف گسترده‌ای از تسهیلات و خدمات در آن نقش ایفا می‌کنند. در این صنعت، نیاز مبرم به رهبری وجود دارد؛ اما در کنار آن هماهنگی و مشارکت در ایجاد و ارائه محصول نیز ضروری است (سازمان جهانی گردشگری^۱، ۲۰۱۳: ۵۴).

از سوی دیگر مطالعه روند توسعه گردشگری کشورها نشان می‌دهد که برای دستیابی به پیشرفت و توسعه در کشورهای توسعه‌یافته، سازوکار خاصی که مبتنی بر اصول بنیادین آن جوامع می‌باشد، تعریف شده است. از این رو، طبیعی است که سازوکارهای مورد استفاده که براساس مبانی ارزشی و معرفتی خاص استوار شده‌اند، نمی‌توانند برای سایر کشورها از جمله کشورمان به‌عنوان الگو مورد استفاده قرار گیرند. در واقع، می‌توان از الگوهای مربوط به سایر کشورها و تجارب ناشی از آن‌ها بهره برد، ولیکن نمی‌توان آن‌ها را به‌عنوان یک الگوی کامل به دلیل تفاوت‌های بنیادین در فرهنگ، ارزش‌ها و باورها مورد استفاده قرار داد. بنابراین، با توجه به اینکه حاکمیت، یکی از ارکان مهم و اساسی برنامه‌ریزی و توسعه و متولی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در کشور است، این تحقیق به دنبال ارائه الگو واره‌ای از عوامل علی، عوامل زمینه‌ساز، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدهای توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه مقام معظم رهبری است.

گردشگری، توسعه پایدار گردشگری و رفتار گردشگر در بسیاری از زمینه‌های اجتماعی وجود دارند و ذی‌نفعان مختلفی را دربرمی‌گیرند. بنابراین، شناخت ماهیت چندوجهی گردشگری

1. World Tourism Organization

به عنوان یک کسب و کار و در عین حال، پدیده‌ای جامعه‌شناختی حائز اهمیت است. نظریه داده‌بنیاد، به عنوان رویکردی که به یک نظریه نوظهور منتهی می‌شود، قادر است تصویری جامع از رفتار گردشگر و گردشگری ارائه دهد. به علاوه، با استفاده از این رهیافت می‌توان به عمق مطالعات کمی افزود. به همین منظور، محققان با استفاده از روش داده‌بنیاد به شناسایی مفاهیم و مقوله‌بندی گزاره‌های منتخب در بیانات معظم‌له از سال ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۷ مبادرت ورزیده، روابط میان مقوله‌ها را شناسایی کرده است.

اهداف و سؤال‌های تحقیق

با توجه به اهمیت و جایگاه گردشگری در اندیشه‌های حاکمیت انقلاب اسلامی و ضرورت تبیین نظری این موضوع، تحقیق حاضر با هدف ارایه الگوی پارادایمیک توسعه پایدار گردشگری مبتنی بر دیدگاه و منظومه فکری رهبر معظم انقلاب اسلامی انجام شده و به دنبال پاسخ‌گویی به سؤال‌های اصلی و فرعی است. الگوی توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی چیست؟ این، سؤال اصلی تحقیق است و با توجه به این سؤال کلی، سؤال‌های فرعی تحقیق عبارت‌اند از:

۱. مقوله‌های علی توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی کدام است؟
۲. مقوله‌های محوری توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی کدام است؟
۳. مقوله‌های زمینه‌ای توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی کدام است؟
۴. مقوله‌های مداخله‌گر توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی کدام است؟
۵. مقوله‌های راهبردی توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی کدام است؟
۶. مقوله‌های پیامدی توسعه پایدار گردشگری از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی کدام است؟

از آنجا که این تحقیق از نوع تحقیقات کیفی است و در این نوع از تحقیقات در مورد نتایج و پاسخ‌ها پیش‌بینی صورت نمی‌گیرد، سؤال‌های کلی و عمومی مطرح می‌شود و جمع‌آوری داده‌ها (از قبیل متون سخنرانی یا مصاحبه‌ها) و تجزیه و تحلیل آنها از طریق توصیف رویدادها و منتج از موضوعات اصلی است. بنابراین، این تحقیق فرضیه‌ای ندارد.

پیشینه تحقیق

در حوزه سیاست‌گذاری گردشگری، جوپه^۱ (۲۰۱۷)، توسعه گردشگری در هر کشور را متأثر از حوزه سیاست و حکم‌روایی می‌داند. وی معتقد است که توسعه مناسب گردشگری تا حدود بسیار زیادی وابسته به تصمیم‌سازان حکومتی است. میزان تخصص و اطلاعات آنها از صنعت گردشگری تأثیری مستقیم بر کیفیت صنعت گردشگری هر کشور دارد. در میان شش روندی که در مطالعات گردشگری پایدار برام ول، هینگام، لین و میلر^۲ (۲۰۱۷) شناسایی شده است، حکومت، موضوعی جدیدتر است. به اعتقاد آنها، «حکومت مفهومی جدید در مطالعات گردشگری است که نشان‌دهنده دیدگاهی وسیع از این موضوع است که چگونه جوامع و اقدامات آنها هدایت، بسیج و قانون‌مند می‌شوند. رژیم‌ها و سیستم‌های حکومتی می‌توانند روابط اجتماعی از جمله ارزش‌ها و قوانین اجتماعی را هدایت کنند. (نانکو^۳، ۲۰۱۷: ۲۷۷). همچنین در حوزه روش‌شناسی، بررسی پژوهش‌ها در زمینه توسعه پایدار گردشگری حاکی از کوتاهی مطالعات علمی در مورد عوامل زمینه‌ساز و شکل‌دهنده توسعه پایدار گردشگری، شرایط تأثیرگذار در موضوع، راهبردها و نتایج توسعه پایدار گردشگری و همچنین کوتاهی استفاده از بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی و ارائه یک الگو است. اما در سایر حوزه‌ها از روش داده‌بنیاد و بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی استفاده شده است. قائد علی و لطیفی (۱۳۹۳) در تحقیقی با استفاده از نظریه داده‌بنیاد با بررسی بیانات، پیام‌ها و استفتائات مقام معظم رهبری در موضوع دفاع مقدس و راهیان نور، به دنبال ساخت تصویری کلان از این پدیده نوظهور بودند. ۸۴ گزاره از میان ۳۶ مورد از بیانات و پیام‌های مرتبط با موضوع تحقیق انتخاب و با کدگذاری گزاره‌های منتخب ۱۲۶ کد باز و

1. Joppe
2. Bramwell, Hingham, Lane and Miller
3. Nunkoo

۲۴ مفهوم اساسی و در آخر الگوی پارادایمی اردوهای راهیان نور استخراج شد. همچنین فرهی بوزنجانی و همکاران (۱۳۹۰)، در تحقیقی با عنوان الگوی توسعه و تعالی مدیران و فرماندهان سپاه از منظر مقام معظم رهبری با استفاده از روش داده‌بنیاد بالغ بر هزار متن از بیانات، نامه‌ها، احکام و مصاحبه‌های مقام معظم رهبری در سال‌های ۱۳۶۸ تا ۱۳۸۹ را مطالعه کردند و از طریق سه نوع کدگذاری باز، محوری و انتخابی مدلی مفهومی ارائه دادند.

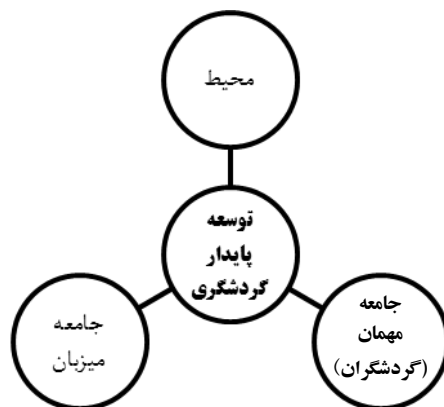
مبانی نظری و مفهومی تحقیق

مفهوم توسعه پایدار گردشگری

فلسفه توسعه پایدار گردشگری، نشان‌دهنده یک جابه‌جایی از رویکردهای سنتی اقتصاد نئوکلاسیک، به یک رویکرد کلی‌نگرتر (که گردشگری را ابزاری برای توسعه اقتصادی، رفاه و محیط‌زیست می‌داند) است (یافانتیدو^۱ و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۱۵۶). در این رویکرد نوین، نه تنها نیازهای بازار مورد توجه است، بلکه نیازهای (ضروریات) جامعه و محیط زیست طبیعی نیز مورد توجه و تأکید قرار می‌گیرد (جوی و سیراکایا^۲، ۲۰۰۶: ۱۲۷۴). توسعه پایدار گردشگری شکل خاصی از توسعه گردشگری است که سیستم را قادر به حفظ بقا در سطح بالایی از کیفیت می‌سازد (کو^۳، ۲۰۰۵: ۱۹). بنا به تعریف سازمان جهانی گردشگری، توسعه پایدار گردشگری فرایندی است که با کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و به همان نسبت با حفاظت منابع محیط طبیعی و انسانی در ارتباط است (زو و فاکس^۴، ۲۰۱۴: ۱۴۳؛ هیگنز و دیسیلیوس^۵، ۲۰۱۸: ۱۵۸؛ جورج^۶، ۲۰۰۸: ۸؛ هانتر و گرین^۷، ۱۹۹۵: ۲۲) و همچنین، توسعه‌ای است که آثار فعلی و آتی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را با توجه به نیازهای بازدیدکنندگان، صنعت گردشگری، محیط زیست و جوامع میزبان در نظر می‌گیرد (وایت و

1. Yfantidou
2. Sirakaya
3. Ko
4. Xu and Fox
5. Higgins-Desbiolles
6. Georg
7. Hunter & green

همکاران^۱، ۲۰۰۶: ۳). این رهیافت، گردشگری را در قالب مرزها بررسی می‌کند و راهبردی مثلث‌وار میان جامعه میزبان و سرزمین آن از یک سو، و جامعه میهمان یعنی گردشگران از سوی دیگر با صنعت گردشگری برقرار می‌سازد (شکل ۱) و قصد دارد فشار و بحران موجود بین سه ضلع مثلث را تعدیل کند و در طولانی مدت [بین آنها] موازنه برقرار سازد (جعفریان کیکانلو، سجادی و وحیدیان، ۱۳۹۳: ۲). تحقق توسعه پایدار گردشگری در گروه سه رویکرد همه‌جانبه‌نگر و کلی‌گرا، آینده‌نگر و مساوات‌گرا است. نگرش اول بر این باور است که توسعه گردشگری هنگامی پایدار است که در بستر سیاسی، اقتصادی و اکولوژیک در نظر گرفته شود. در رویکرد دوم، برآورد احتیاجات کنونی گردشگران، جامعه میزبان و به موازات آن محافظت از محیط زیست و حفظ فرصت‌های برابر برای آیندگان مطرح است. در رویکرد سوم، برابری درون نسلی و بین نسلی در استفاده از امکانات، داده‌ها و منابع مورد نظر است (لی^۲، ۲۰۱۳: ۴۵؛ دیاز و رودریگو^۳، ۲۰۱۶: ۳؛ تازیم جمال و کامرگو^۴، ۲۰۱۳: ۴؛ بارتون و لئونارد^۵، ۲۰۱۰: ۳۰۱؛ آگیویسه و همکاران^۶، ۲۰۱۷: ۲۷).



شکل ۱. مثلث توسعه پایدار گردشگری (جعفریان کیکانلو، سجادی و وحیدیان، ۱۳۹۳: ۲)

1. White et al
2. Lee
3. Díaz and Rodríguez
4. Tazim Jamal a & Camargo
5. Bartona and Leonard
6. Ageyiwaah et al

بنابراین، یک جنبه مهم از توسعه پایدار گردشگری تأکید بر گردشگری جامعه‌محور است. این رویکرد در گردشگری، بر مشارکت جامعه در فرایند برنامه‌ریزی و توسعه، و توسعه انواعی از گردشگری که منافی را برای جوامع محلی به دنبال می‌آورد، تأکید دارد. به حداکثرسانی منافع برای جامعه محلی باعث مقبولیت بیشتر گردشگری در میان ساکنان محلی می‌شود و حمایت فعالانه آن‌ها، حفاظت از منابع گردشگری محلی را تضمین می‌کند. هم‌چنین حمایت مستقیم و غیرمستقیم از مشارکت ساکنان، پایه پارادایم پایداری گردشگری است. بر این اساس، برنامه ریزان گردشگری و دولت‌ها (سیاست‌مداران) باید به درک روشنی از نگرش ساکنان محلی در ارتباط با عناصر اصلی گردشگری پایدار دست یابند. این عناصر عبارت‌اند از: مشارکت مردم، برنامه‌ریزی بلندمدت و پایداری محیط‌زیست (میوسیک و همکاران^۱، ۲۰۱۶: ۹۹؛ کاتو و پروگنو^۲، ۲۰۱۷: ۲۴۹، لی و سیه^۳، ۲۰۱۶: ۷۸۵؛ هرنانز و گیل^۴، ۲۰۱۶: ۵۳۶؛ الوانی، ۱۳۷۲: ۱۰).

رضایت بازدیدکنندگان نیز به‌عنوان یکی دیگر از عوامل کلیدی گردشگری پایدار در راستای کارایی بلندمدت اقتصادی گردشگری محلی، اهمیت بالایی دارد. اغلب گردشگران در جست‌وجوی مقصدهایی هستند که دارای سطح بالایی از کیفیت زیست‌محیطی باشد. آن‌ها دوست دارند از محیطی بازدید کنند که جذاب و تمیز باشد. این موضوع نیز برای ساکنان نواحی گردشگری اهمیت دارد که از آسیب‌ها، خسارت‌های زیست‌محیطی و مسائل و مشکلات اجتماعی ناشی از ورود گردشگران در امان باشند (قدمی و غلامیان بایی، ۱۳۹۳: ۱۱۳-۱۱۲). هم‌چنین مولر^۵ توسعه گردشگری را با پایداری تلفیق کرد و معتقد بود شکل‌گیری توسعه پایدار گردشگری در اصل به‌عنوان ابزار یا پشتیبان توسعه پایدار است (حیدری، ۱۳۹۳: ۹۷). بنابراین می‌توان گفت توسعه پایدار گردشگری، مسیر هماهنگی از توسعه است که از نظر اکولوژیکی پاسخگو، از نظر اجتماعی سازگار، از نظر فرهنگی درخور، از نظر سیاسی عادلانه، از نظر تکنولوژیکی مورد حمایت و از نظر اقتصادی (برای جامعه محلی میزبان) کارآمد است (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷: ۱۸۰).

1. Miočić et al
2. Kato and Prozano
3. Lee & Hsieh
4. Hernanz and Gil
5. Muller

ابعاد و اصول توسعه پایدار گردشگری

هدف اولیه توسعه پایدار گردشگری به حداکثر رساندن منفعت‌ها و در عین حال به حداقل رساندن تأثیرات نامطلوب است (ویور^۱، ۲۰۱۲: ۱۰؛ کنت^۲، ۲۰۰۵: ۲۶)، بنابراین، گردشگری دیگر تک‌بعدی نیست بلکه به دلیل وجود توسعه پایدار چندبعدی است. دیگر تنها توجیه اقتصادی مطرح نیست، بلکه ادغامی با شرایط فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی است (حبیبی قاسم‌آبادی، ۱۳۹۵: ۱۱۳). رهنمودها و شیوه‌های مدیریتی توسعه پایدار گردشگری برای همه اشکال گردشگری و همه نوع مقصدی قابل اعمال است، از جمله گردشگری انبوه و بخش‌های مختلف گردشگری. اصول پایداری به جنبه‌های زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری اشاره دارد و باید تعادل مناسبی بین این سه بعد ایجاد شود تا پایداری بلندمدت آن تضمین شود (شارپلی؛ رمضان نژاد و پورقیومی، ۱۳۹۵: ۹۱). اکثر تحقیقات انجام شده تنها به جنبه‌های محیطی و اقتصادی توسعه پایدار گردشگری پرداخته‌اند (چریس^۳، ۲۰۱۲: ۳۴۱)؛ بنابراین، «عوامل اصلی سه‌گانه» پایداری اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی-فرهنگی در تعریف توسعه پایدار گردشگری آشکار است:

- ◀ پایداری زیست‌محیطی، به ایجاد سازگاری با منابع بیولوژیک و زیست‌محیطی و حفظ میراث طبیعی و تنوع زیستی مربوط است (شرنر^۴، ۲۰۱۰: ۹۲).
- ◀ پایداری عوامل اجتماعی-فرهنگی، کنترل توسعه در زندگی انسان و حفظ آثار مثبت ارزش‌ها و باورها در جهت تقویت هویت جامعه و محیط، سرمایه اجتماعی، توجه به فرهنگ جامعه محلی و توجه به تقویت انسجام اجتماعی است (دویم^۵، ۲۰۰۵: ۱۷۲).
- ◀ پایداری اقتصادی، کنترل و نظارت منابع و حفظ و انتقال آن از نسل کنونی به نسل آینده، بدون آسیب و خدشه به ساختار نظام هستی، فقرزدایی، ارتقای کیفیت زندگی، رشد اقتصادی کنترل شده و توزیع عادلانه منافع اقتصادی است (مهدوی، رکن‌الدین افتخاری و سجادی، ۱۳۹۵: ۲۸۱).

1. Weaver
2. Kent
3. Chris
4. Schorner
5. Duim

علاوه بر این، سه اصل توسعه پایدار یک مفهوم سیاسی است و دستیابی به هدف پایداری گردشگری در جامعه به شدت به سیستم سیاسی و توزیع قدرت جامعه، 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 هم توسعه یافته) است (جانوس و باجور^۱، ۲۰۱۳: ۵۲۳؛ آگیویه و همکاران، ۲۰۱۷: ۲۷؛ لی^۲، ۲۰۱۳: ۴۰ و لیو و همکاران^۳، ۲۰۱۷: ۱۰۱)، دولت است که همه فرایند توسعه گردشگری را کنترل و هدایت می کند. در نتیجه، ساکنان محلی اغلب با فرایند تصمیم گیری ها بیگانه اند و یا از فرایندهای تصمیم گیری دور نگه داشته می شوند. از این رو، به منظور دستیابی به هدف گردشگری پایدار، مشارکت ساکنان محلی در فرایند تصمیم گیری یک الزام است (قدمی و غلامیان بایی، ۱۳۹۳: ۱۱۹). برای موفقیت توسعه پایدار گردشگر باید تمام ابعاد توسعه به صورت به هم پیوسته و وابسته در نظر گرفته شوند. چارچوب سنتی توسعه پایدار بر توازن میان این ابعاد تأکید دارد، اما رویکردهای جدیدتر بر چارچوب های زمینه محور متمایل شده اند و بر نیازهای خاص جامعه تأکید می کنند (کاردنز، برد و دافی^۴، ۲۰۱۵: ۲۵۶). در جدول (۱) ابعاد و اصول توسعه پایدار گردشگری خلاصه شده است.

روش شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از حیث هدف، اکتشافی است و راهبرد مورد استفاده در تحقیق، نظریه داده بنیاد است که داده های حاصل از منابع اطلاعاتی را به مجموعه ای از کدها، کدهای مشترک را به مقوله و مقوله ها را به نوعی نظریه تبدیل می کند (دانایی فرد و مؤمنی، ۱۳۸۷: ۱۳). در این پژوهش از مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین به عنوان طرح پژوهشی نظریه داده بنیاد استفاده شده که مبتنی بر شناسایی پدیده محوری، شرایط علی، عوامل زمینه ای و مداخله گر، راهبردها و پیامدها و ارتباط بین آنهاست. در این روش ماهیت نگرش به پدیده، تمام نگر است و به روش استقرایی، داده های متن بیانات مقام معظم رهبری طی سال های ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۷ مورد مطالعه قرار گرفته و از طریق سه نوع کد گذاری «باز، محوری و انتخابی»، الگوی تحقیق به دست آمده است.

1. Janusz & Bajdor
2. Lee
3. Liu et al
4. Cardenas, Byrd & Duffy

جدول ۱. توسعه پایدار گردشگری: خلاصه اصول به تفکیک ابعاد (شرن، ۲۰۱۰: ۹۲)

ابعاد	اصول	مفهوم
پایداری اقتصادی	حفظ تنوع	حفظ و ارتقای تنوع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی برای گردشگری پایدار بلندمدت ضروری است و مبنایی انعطاف پذیر برای این صنعت ایجاد می کند.
	حمایت از اقتصادهای محلی	گردشگری ای که از دامنه وسیعی از فعالیت های اقتصادی محلی حمایت می کند و هزینه ها و ارزش های محیطی را به حساب می آورد و به حفظ آن اقتصادها کمک می کند.
	بازاریابی مسئولانه گردشگری	بازاریابی ای که اطلاعات کامل و مسئولانه ای را برای گردشگران فراهم می آورد، احترام به محیط های طبیعی، اجتماعی و فرهنگی نواحی مقصد را افزایش می دهد.
پایداری اکولوژیکی	استفاده پایدار از منابع	محافظت و استفاده پایدار از منابع طبیعی، اجتماعی و فرهنگی حیاتی است و کسب و کار را در بلندمدت معقول می سازد.
	کاهش دادن مصرف مفرط و اتلاف	کاستن از مصرف مفرط و اتلاف از هزینه های بازاریابی در بلندمدت از خسارت ها جلوگیری می کند و کیفیت گردشگر را بالا می برد.
پایداری فرهنگی	آموزش کارکنان	آموزش کارکنان که پایداری گردشگری را به روال های تجاری گره می زند و به کارگیری کارکنان محلی در تمامی سطوح هم راستا است و می تواند کیفیت محصول گردشگری را بهبود بخشد.
	تقبل تحقیقات	تحقیقات و نظارت مداوم این صنعت با استفاده از مجموعه داده ها و تحلیل کارآمد ضروری است و به حل مشکلات کمک می کند و منافع را روانه مقصد گردشگری، صنعت گردشگری و مشتریان می کند.
پایداری اجتماعی محلی	یک پارچه سازی گردشگری در برنامه ریزی	توسعه گردشگری وقتی در چارچوب برنامه ریزی راهبردی محلی و ملی ادغام و تأثیر محیطی آن ارزیابی شود، باعث حیات بلندمدت گردشگری می شود.
	مشارکت دادن جوامع محلی	مشارکت کامل جوامع محلی در بخش گردشگری به سود آنها و محیط زیست است و کیفیت تجربه گردشگری را نیز ارتقا می بخشد.
	مشورت با نقش آفرینان و عموم مردم	مشاوره بین صنعت گردشگری و جوامع محلی، سازمان ها و نهادها ضروری است به طوری که آنها بتوانند هم سو با یکدیگر کار کنند و تضاد منافع بالقوه ای را که ممکن است پیش آید، حل و فصل کنند.

جامعه آماری و نمونه گیری

جامعه آماری تحقیق، شامل بیانات مقام معظم رهبری طی سال‌های ۱۳۷۰ تا ۱۳۹۷ است. نظریه داده‌بنیاد به دنبال مفاهیم در شکل‌های مختلف آن است. در این صورت، هر مشاهده یا مصاحبه یا سند بیشتر به شواهد بیشتری منجر می‌شود و تأکید بیشتری کسب خواهد شد. در این روش، نمونه‌گیری نظری در هر سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی تا جایی ادامه پیدا می‌کند که دیگر مفهومی به مفاهیم قبلی اضافه نشود (پرایس و کامرون^۱، ۲۰۱۰: ۴۱۶). به رغم وجود قاعده اشباع نظری، پژوهشگر در بررسی بیانات رهبری معظم جمهوری اسلامی ایران، پس از بررسی بیانات ۱۵ ساله ایشان به نقطه اشباع رسید؛ اما به علت حساسیت موضوع و امکان اندک وجود مفاهیم جدید، همه فرمایشات رهبری از تاریخ ۱۳۷۰/۱۲/۵ که واژه میراث فرهنگی از آن پدیدار شد تا ۱۳۹۷/۱/۱، مورد بررسی قرار گرفت و سایر واژه‌های مرتبط با توسعه پایدار گردشگری، از جمله: محیط زیست، صنایع دستی، گردشگری، میراث فرهنگی و منابع طبیعی به گونه‌ای در کنار یکدیگر جست‌وجو شد که هیچ گزاره‌ای از قلم نیفتد؛ بنابراین، در این تحقیق (به دلیل زیاد بودن حساسیت نظری) محقق به تمام‌خوانی اقدام کرده و به‌خودی‌خود، اشباع نظری رخ داده است.

روایی و پایایی پژوهش

پژوهشگران کیفی در مورد بحث روایی مواضع مختلفی گرفته‌اند. برخی معتقدند که روایی به عنوان معیار سستی کمی با تحقیق کیفی هیچ ارتباطی ندارد و چون فرضیات شناخت‌شناسی و هستی‌شناسی پارادایم‌های کمی و کیفی متفاوت است، باید مفهوم روایی نیز در پژوهش‌های کیفی کنار گذاشته شود. برخی هم به تعبیرهایی همچون باورپذیری، قابل دفاع و امانت‌دار بودن اشاره کرده‌اند. 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 (قائدعلی و لطیفی، ۱۳۹۳: ۱۳-۱۲). به همین منظور، پژوهشگر باید افزون بر «درگیری طولانی با طرح پژوهش» (بیش از یک سال) و «توصیف

1. Price And Cameron

دقیق و عمیق»، پیشرفت کار گردآوری و تحلیل اطلاعات را مستمراً زیر نظر استادان مربوط به انجام برساند تا افزون بر تدقیق بیشتر، همواره امکان اصلاح وجود داشته باشد. همچنین معیار پایایی در تحقیقات کیفی به تفسیر موضوع مورد مطالعه می‌پردازد و از عبارت «ممیزی تحقیق» به جای اصطلاح پایایی در پژوهش‌های کمی استفاده می‌شود. در نظریه داده‌بنیاد، اثبات‌پذیری، بخشی از فرایند پژوهش است و در این زمینه، توصیه‌هایی وجود دارد. باید اشاره کرد که در تحقیق حاضر همه موضوع‌های زیر رعایت شده است:

۱. حساسیت نظری محقق: حساسیت نظری غالباً با نظریه داده‌بنیاد گره خورده است. حساسیت نظری به کیفیت شخصی محقق بستگی دارد و نشانگر آگاهی از ظرافت‌ها و معنای داده‌هاست (پرایس و کامرون، ۲۰۱۰: ۴۱۱).
۲. سازگاری روش شناختی: به این معنا که اگر محقق مدعی است از روش خاصی استفاده کرده، لازم است تمام رویه‌های متناسب با آن روش‌شناسی را مد نظر قرار دهد (محمدپور، ۱۳۹۲: ۳۴۲). در این پژوهش، تمام رویه‌های روش‌های داده‌بنیاد، رعایت شده است.
۳. متناسب بودن نمونه: نمونه‌های انتخابی باید بهترین دانش را در مورد موضوع تحقیق داشته باشند (فرهی بوزنجانی، محمدی و حصیرچی، ۱۳۸۹: ۲۴). نمونه‌های انتخابی پژوهش بهترین نمونه‌ها درباره موضوع مرتبط بوده است.
۴. روشن بودن هدف مطالعه: هدف در نظریه داده‌بنیاد، نظریه‌سازی است (محمدپور، ۱۳۹۲: ۳۴۲). هدف پژوهش حاضر تدوین الگوی پارادایمی توسعه پایدار گردشگری است.
۵. گردآوری و تحلیل هم‌زمان داده‌ها: ادبیات موضوع برخلاف بسیاری از مطالعات، مقدم بر جمع‌آوری داده‌ها نبوده، بلکه به عنوان بخشی از فرایند استقرایی فرایند جمع‌آوری داده‌ها، هم‌زمان تحلیل و تفسیر خواهد شد (چارمز و بریان، ۲۰۰۸: ۳۷۴). این تعامل رفت و برگشت بین داده‌ها و تحلیل، جوهر دست‌یابی به روایی و پایایی است. مقایسه و سنجش مستمر در پژوهش حاضر، به صورت مداوم و با حرکت رفت و برگشتی محقق با اصلاح مفاهیم و مقولات قبلی ظهور یافته صورت گرفته است.

۶. خودآگاهی: در تحقیق‌های کیفی، محقق بخش جدایی‌ناپذیر فرایند تحقیق و یافته‌های حاصله است، لذا بسیار مهم است که محقق از این امر آگاه بوده و سوگیری‌ها و فرض‌های خود را مدنظر داشته باشد (محمدپور، ۱۳۹۲: ۳۴۲). برای جلوگیری از این امر مقوله‌ها با پنج نفر از استادان و دانشجویان دکتری به اشتراک گذاشته شده و از نظرات آن‌ها برای تقویت نتایج تحقیق استفاده شده است.

بحث و یافته‌های تحقیق

۱. **کدگذاری باز:** اولین گام قبل از کدگذاری باز در روش نظریه داده‌بنیاد، استخراج گزاره‌های منتخب از بیانات مقام رهبری است. با استفاده از روش یادشده تمام بیانات بررسی و پنجاه مورد از بیانات مرتبط با موضوع تحقیق شناسایی شد. از میان این ۵۰ مورد بیانات گزینش شده، هشتاد گزاره انتخاب شد. نمونه‌ای از این فرایند در جدول (۲) ارائه شده است. در این جدول هر کد از یک گزاره منتخب از متن اصلی استخراج شده است. علامت نشانگر جدول نیز به آدرس‌دهی متن مورد استفاده می‌پردازد. در این جدول نشانگر ۹۵۱۲۱۶/۰۹/۰۱ به معنای اولین کد یا مفهوم مستخرج از نهمین گزاره منتخب از متن بیانات رهبری در تاریخ ۱۳۹۵/۱۲/۱۶ است.

جدول ۲. مثالی از کدگذاری باز

تاریخ	گزاره منتخب	کد باز (مفهوم)	نشانگر
۱۳۹۵/۱۲/۱۶	آن کسانی که به این سفرهای راهیان نور می‌آیند و برمی‌گردند، حتماً باید چیزی به آن‌ها اضافه شده باشد؛ باید بین آن‌ها و بین حادثه مهم دفاع مقدس یک پیوند و ارتباط ناگسستگی به وجود بیاید؛ معرفت تازه‌ای پیدا کنند، اطلاع تازه‌ای پیدا کنند. در این زمینه‌ها، ما البته در طول این سال‌ها به نظر من کم کار بوده‌ایم؛ ما کم کار کرده‌ایم. حالا کتاب زیاد نوشته شده، چند فیلم ساخته شده؛ این‌ها خوب است؛ کارهایی که انجام گرفته خوب و باارزش است؛ لکن به نظر من، در مقابل آنچه باید انجام بگیرد، کم است.	بهینه‌سازی تجربه گردشگران و ایجاد معرفت در آن‌ها	۹۵۱۲۱۶/۰۹/۰۱
		اهمیت و نقش تبلیغات و ترویج در معرفی گردشگری دفاع مقدس	۹۵۱۲۱۶/۰۹/۰۲

(۱۵۱) جدول ۲. مثالی از کدگذاری باز

تاریخ	گزاره منتخب	کد باز (مفهوم)	نشانهگر
۱۳۸۷/۲/۱۸	من تصورم این است که اگر مسئولان کشور و مسئولان استان بتوانند از همین مسئله گردشگری به شکل درست، با تبلیغات صحیح و با جهت گیری صحیح استفاده کنند، درآمد آن استان را از همه معونه‌های دیگر بی‌نیاز می‌کند.	نقش دولت در جهت گیری صحیح مسئله گردشگری	۸۷۰۲۱۸/۵۱/۰۱
		اهمیت برنامه‌ریزی نظام‌مند در توسعه گردشگری	۸۷۰۲۱۸/۵۱/۰۲
		حمایت از بازاریابی و تبلیغات در جهت گیری صحیح گردشگری	۸۷۰۲۱۸/۵۱/۰۳
		نقش گردشگری در بهبود اقتصاد محلی	۸۷۰۲۱۸/۵۱/۰۴

کدگذاری باز شامل دو مرحله است. در مرحله اول، به هر یک از اجزاء، عنوان و برچسبی داده می‌شود. این عنوان، که اصطلاحاً به آن «کد» گفته می‌شود، باید گویای محتوای داده باشد، به طوری که محقق و خواننده، با مشاهده این عنوان و تیتیر، تا حدود زیادی به مفهوم جملات پی ببرد (میلز و هوبرمن^۱، ۲۰۰۲: ۵۱). کدها یا مفهوماها واحد خرد تحلیل است که بر پایه آن‌ها مفهوم‌سازی داده‌ها شکل می‌گیرد. نمونه‌ای از شکل‌گیری کدهای اولیه در جدول (۲) نشان داده شده است. مرحله دوم، کدگذاری متمرکز است که عبارت است از: استفاده از معنادارترین یا فراوان‌ترین کدهای اولیه برای غربال کردن و تقلیل داده‌ها. در این مرحله از کدگذاری محقق با تعیین و مرتب کردن کدها یا مفاهیم، کدهای مشابه و مشترک را در قالب یک مقوله واحد قرار می‌دهد. مقوله به مفاهیم سطح بالاتری از انتزاع گفته می‌شود که از مجموعه‌ای از مفاهیم سطح پایین براساس ویژگی مشترک آن‌ها ساخته می‌شود (محمدپور، ۱۳۹۲: ۳۳۳). در این مرحله از پژوهش، ۱۸۹ کد باز (مفهوم) مرتبط با موضوع توسعه پایدار گردشگری از بیانات مقام

1. Miles. and Huberman

رهبری استخراج شد. در این پژوهش ۴۱ مقوله از کدهای استخراج شده در جدول (۳) نشان داده شده است.

جدول ۳. مقوله‌های فرعی و اصلی تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	ردیف
آثار گردشگری	آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری	۱
	آثار اقتصادی گردشگری	۲
	آثار زیست‌محیطی گردشگری	۳
	آثار سیاسی گردشگری	۴
حس مکان گردشگری	اصالت جاذبه‌های گردشگری	۵
	تناسب ساختاری	۶
بعد ژئوپولیتیک ایران	موقعیت جغرافیایی ایران	۷
بازاریابی گردشگری	تبلیغات و ترویج	۸
پایداری منابع گردشگری	استفاده عاقلانه از منابع	۹
برنامه‌ریزی گردشگری	برنامه‌ریزی راهبردی	۱۰
	برنامه‌ریزی عملیاتی	۱۱
	متنوع‌سازی	۱۲
	نگرش سیستمی	۱۳
مشارکت و همکاری ذی‌نفعان گردشگری	مردم‌محوری	۱۴
	مشارکت ذی‌نفعان گردشگری	۱۵
	همکاری و انسجام در گردشگری	۱۶
توسعه پایدار گردشگری	عدالت بین‌نسلی	۱۷
	تعادل اکولوژیک	۱۸
	آینده‌نگری در حفظ منابع گردشگری	۱۹
	مالکیت مشترک منابع گردشگری	۲۰
حفاظت از منابع گردشگری	حفظ تنوع زیستی	۲۱
	حراست از سرمایه‌های طبیعی	۲۲
رفاه و کیفیت زندگی	بهبودسازی تجربه گردشگران	۲۳
	رفاه اقتصاد محلی	۲۴
	رفاه سیستم انسانی	۲۵
	رفاه سیستم طبیعی	۲۶

جدول ۳. مقوله‌های فرعی و اصلی تحقیق (۱۵۱امه)

ردیف	مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی
۲۷	تجزیه و تحلیل سیاست‌های گردشگری	سیاست‌گذاری گردشگری
۲۸	آگاه‌سازی عمومی نسبت به گردشگری	آموزش و فرهنگ‌سازی در گردشگری
۲۹	آموزش گردشگری	
۳۰	تفسیر میراث گردشگری	
۳۱	کدهای اخلاقی	نظارت و ارزیابی گردشگری
۳۲	نظارت و کنترل	
۳۳	ارزیابی آثار	
۳۴	افزایش غرور ملی	حفظ هویت اجتماعی
۳۵	مدیریت جاذبه‌های گردشگری	مدیریت منابع گردشگری
۳۶	مدیریت منابع انسانی	
۳۷	پاسخ‌گویی	حکم‌روایی خوب در گردشگری
۳۸	مسئولیت اجتماعی	
۳۹	سرمایه‌گذاری	
۴۰	کارایی و اثربخشی دولت	
۴۱	حاکمیت قانون	

۲. **کدگذاری محوری:** در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. یافتن کدهای مشترک و مقوله‌بندی محوری نیز مستلزم استفاده از روش مقایسه‌ای ثابت است (نیومن^۱، ۲۰۰۶: ۴۲۳). پدیدآورندگان این روش، این فرایند مقایسه مستمر را «روش مقایسه پایدار» یا «روش تطبیق مداوم» نامیده‌اند (سلدن^۲، ۲۰۰۵: ۱۱۹). بنابراین در این مرحله، مقوله‌های کلان، ویژگی‌ها و ابعاد کدگذاری باز تدوین می‌شود و سر جای خود قرار می‌گیرد تا دانش فزاینده‌ای در مورد روابط ایجاد شود (لی، ۲۰۰۱: ۸۴).

کدگذاری محوری دارای سه مرحله است:

❖ مرحله اول: ساخت مقوله‌های اصلی: با توجه به مقولات فرعی ظهور یافته در مرحله

1. Neuman
2. Selden

کدگذاری باز، به دلیل اشتراکات محتوایی در ۱۶ مقوله اصلی دسته بندی شده‌اند که در جدول (۳) نشان داده شده است.

❖ مرحله دوم: ایجاد شبکه ارتباطی میان کل مقولات در قالب چندطبقه: در این مرحله یکی از مقوله‌های کدگذاری باز به عنوان مقوله یا پدیده اصلی (پدیده اصلی یا هسته، همان فرایند مورد مطالعه) انتخاب می‌شود و در مرکز فرایند قرار می‌گیرد و سایر مقوله‌ها را به هم مرتبط می‌سازد. سایر مقوله‌ها عبارت‌اند از: مقوله‌های علی، مقوله‌های زمینه‌ای، مقوله‌های مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها (رحمدل، ۱۳۹۴: ۴۳). با ترتیبات یادشده و در تحقیق حاضر مقوله‌های شش‌گانه تحقیق به این شرح است:

الف) مقوله‌های محوری: به دلیل اینکه هیچ کدام از مقوله‌های تحقیق حاضر، انتزاعی‌تر از سایر مقوله‌ها نبود، برای پدیده محوری نام متناسب با موضوع تحقیق انتخاب و (توسعه پایدار گردشگری) به عنوان پدیده محوری در قلب سایر مقوله‌ها در قالب الگوی پارادایم قرار گرفت. این مقوله دارای چهار زیر مقوله فرعی آینده‌نگری در حفظ منابع گردشگری، تعادل اکولوژیک، مالکیت مشترک منابع گردشگری و عدالت بین نسلی و ۱۳ کد است که به شرح جدول (۴) نمایش داده شده است:

جدول ۴. جدول مفاهیم و مقوله‌های محوری تحقیق

مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
مقوله محوری تحقیق توسعه پایدار گردشگری	آینده‌نگری در حفظ منابع گردشگری	آینده‌نگری و اهمیت تکیه بر ظرفیت‌ها و توانایی‌های بالقوه کشور
		توجه به آینده در تأکید بر ظرفیت بلندمدت بقای اکوسیستم
		آینده‌نگری و پیش‌بینی مسائل محیط‌زیست
		اهمیت آینده‌نگری نسبت به ظرفیت عظیم طبیعی و انسانی در توسعه کشور
	تعادل اکولوژیک	توجه به آینده‌نگری در حفظ و احیای سرمایه‌های متنوع کشور
کاهش خودبینی و تصور قدر قدرت بودن انسان‌ها نسبت به محیط		

جدول ۴. (ادامه) جدول مفاهیم و مقوله‌های محوری تحقیق

مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
مقوله محوری تحقیق	عدالت بین نسلی	محترم و عزیز شمردن سرمایه‌های طبیعی کشور برای استفاده همگان از آن
		توجه به تعهد و عدالت بین نسلی در دسترسی و استفاده از منابع
		توجه به تعهد بین نسلی در استفاده از منابع طبیعی
	مالکیت مشترک منابع گردشگری	اهمیت سرمایه‌های طبیعی در کشور به عنوان ثروت ملی و موهبت الهی
		ثروت و موهبت همگانی بودن منابع
		توجه به سرمایه‌های متنوع کشور به عنوان ثروت ملی
توسعه گردشگری پایدار		

ب) مقوله‌های علی: دو مقوله اصلی آثار گردشگری و بعد ژئوپولیتیک ایران با ۳۰ کد به عنوان مقوله‌های علی تشخیص داده شد که مقوله‌های فرعی و مفهوم‌های آن در جدول (۵) آمده است.

جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های علی تحقیق

مقوله اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)	
مقوله‌های علی تحقیق	آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری	نقش گردشگری مذهبی در ایجاد فرصت برای تماس فرهنگی	
		افزایش همبستگی اجتماعی با استفاده از گردشگری مذهبی	
		نقش رفتار گردشگران در معرفی کشور خود به سایر گردشگران	
		نقش همبستگی قومیت‌ها در ارتقای غرور ملی و فرهنگی	
		توجه به گردشگری قومی و عشایری برای احیای سنت‌های بومی	
	اثرات گردشگری	اثرات اقتصادی گردشگری	حمایت مادی و معنوی بیشتر از هنرمندان در جهت رونق صنعت گردشگری
			انسجام فرهنگی و اجتماعی با استفاده از آثار تاریخی و فرهنگی
			اهمیت ادبیات و فرهنگ عامه در حفظ و انتقال میراث فرهنگی
			تنوع بخشی به اقتصاد از طریق ظرفیت‌ها و سرمایه‌های طبیعی
			اهمیت گردشگری در رفاه اقتصاد محلی
		نقش گردشگری در تحول و ایجاد کسب و کارها	
		تأثیر صنایع دستی در پشتیبانی از اقتصادهای محلی	

(ادامه) جدول ۵. مفاهیم و مقوله‌های علی تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)	
مقوله‌های علی تحقیق	اثرات اقتصادی گردشگری	نقش گردشگری در بهبود اقتصاد محلی	
		نقش سرمایه‌های طبیعی در کاهش بیکاری و فقرزدایی	
	اثرات گردشگری زیست‌محیطی	اثرات گردشگری	اهمیت سرمایه‌های طبیعی در افزایش کیفیت زندگی شهری و آسایش شهری
			نقش دستگاه‌های مسئول در تعدی به محیط زیست به بهانه هتل‌سازی و جذب گردشگری
			نقش منابع طبیعی در تأمین فضای حیاتی برای انسان
			اهمیت استفاده از انرژی‌های پاک و مقرون‌به‌صرفه در معماری بناهای تاریخی
			توجه به حمل و نقل و مدیریت پایدار آب برای رونق گردشگری و صنایع دستی
			توجه به سالم‌سازی محیط زیست در جهت افزایش کیفیت زندگی مردم
			اهمیت وجود سرمایه‌های طبیعی در پیشبرد ارتباطات جهانی
	اثرات سیاسی گردشگری	اثرات سیاسی گردشگری	نقش گردشگری مذهبی در تحکیم وحدت ملی و صلح میان کشورها
نقش گردشگری مذهبی در ارائه تصویر جهانی از مقصد			
استقلال و خودکفایی کشور با استفاده از تاریخ و میراث عظیم تمدنی			
ارائه تصویر جهانی از کشور با استفاده از میراث عظیم تاریخی			
موقعیت جغرافیایی ایران	موقعیت جغرافیایی ایران	اهمیت ایران در جغرافیای منطقه	
		موقعیت جغرافیایی ایران	
		اهمیت موقعیت جغرافیایی در ارتباط با سایر بخش‌های کشور	
		اهمیت دستیابی به راه‌های اصلی ترانزیت کشور جهت رونق گردشگری	
		مزیت رقابتی کشور به دلیل وجود ظرفیت‌های فراوان جغرافیایی، تاریخی، انسانی و طبیعی	

ج) مقوله‌های زمینه‌ای: در تحقیق حاضر شش مقوله فرعی آموزش گردشگری، تفسیر میراث گردشگری، آگاه‌سازی عمومی نسبت به گردشگری، مردم‌محوری، مشارکت ذی‌نفعان گردشگری و همکاری و انسجام در گردشگری در قالب دو مقوله اصلی آموزش و فرهنگ‌سازی در گردشگری و مشارکت و همکاری ذی‌نفعان گردشگری با ۲۶ کد به‌عنوان مقوله‌های زمینه‌ای به شرح جدول (۶) تشخیص داده شد.

جدول ۶. مفاهیم و مقوله‌های زمینه‌ای تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌ها	کدهای باز (مفهوم)	
آموزش و فرهنگ‌سازی در گردشگری	آموزش گردشگری	اهمیت آموزش در شناسایی گردشگری دفاع مقدس تمرکز بر مسائل تحقیقاتی و پژوهشی	
	تفسیر میراث گردشگری	اهمیت روایت‌گری در گردشگری دفاع مقدس انتخاب راویان مناسب و توجه به روایت مناسب گردشگری دفاع مقدس	
	آگاه‌سازی عمومی نسبت به گردشگری		اهمیت روایت در جاذبه‌های گردشگری کشور
			اهمیت آگاهی‌بخشی به مردم درباره ویژگی‌های استان‌ها
اهمیت وجود شهروندان آگاه و آگاه‌سازی عمومی در حفظ محیط‌زیست			
مشارکت و همکاری ذی‌نفعان گردشگری	مردم‌محوری	نقش فرهنگ‌سازی در جامعه به‌وسیله رسانه‌ها به منظور حفاظت از محیط‌زیست	
		آگاهی‌بخشی به مردم درباره جاذبه‌های ناشناخته کشور در جهت کاهش ظرفیت تحمل	
		اهمیت توجه به جاذبه‌های گردشگری ناشناخته و آگاهی‌بخشی به مردم	
		اهمیت نقش‌آفرینی مردم برای حفظ محیط‌زیست	
		نقش انسان در افزایش کیفیت زندگی با آبدادی و بالفعل کردن ظرفیت‌های بالقوه کره زمین	
		نقش مهم مردم در احیای فضای سبز کشور	
		مشارکت مردم در ایجاد و کاشت درخت	
		توجه به محور بودن انسان‌ها در استفاده از منابع	

(ادامه) جدول ۶. مفاهیم و مقوله‌های زمینه‌ای تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌ها	کدهای باز (مفهوم)	
مقوله‌های زمینه‌ای تحقیق	مشارکت ذی‌نفعان گردشگری	توجه به جامعه محلی و ضرورت فعال نگه‌داشتن مجموعه‌های مردمی	
		ایجاد مشارکت فعال هنرمندان ایرانی در معرفی صنایع دستی به دیگر کشورها	
		مشارکت مردم و مسئولین در حفاظت از منابع طبیعی	
		مشارکت جمعی برای حل مسائل زیست‌محیطی	
		مشارکت مردم و مسئولین در کاهش آثار زیست‌محیطی	
		مشارکت ذی‌نفعان (دولت، مجلس، شهرداری و قوه قضائیه) در حفاظت از سرمایه‌های طبیعی	
	مشارکت و همکاری ذی‌نفعان گردشگری	همکاری و انسجام در گردشگری	مشارکت همه ذی‌نفعان در حفاظت از منابع طبیعی
			اهمیت وجود سرمایه‌های طبیعی در افزایش مبادلات و همکاری‌های مختلف اقتصادی، سیاسی و فرهنگی در سطح منطقه
			چالش فراگیر بودن محیط‌زیست
			موضوع کشوری و ملی بودن مسئله محیط‌زیست
		افزایش همبستگی اجتماعی با استفاده از گردشگری مذهبی	

(د) مقوله‌های مداخله‌گر تحقیق: دو مقوله اصلی حس مکان گردشگری (اصالت جاذبه‌های گردشگری و تناسب ساختاری) و حکم‌روایی خوب در گردشگری (حاکمیت قانون، کارایی و اثربخشی دولت، پاسخ‌گویی، سرمایه‌گذاری و مسئولیت اجتماعی) با ۳۰ کد به عنوان مقوله‌های مداخله‌گر در تحقیق حاضر به شرح جدول (۷) شناسایی شدند.

جدول ۷. مفاهیم و مقوله‌های مداخله‌گر تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
مقوله‌های مداخله‌گر تحقیق	اصالت جاذبه‌های گردشگری	کاربرد معماری‌های اصیل در بافت اجتماعی
		اهمیت اصالت بناها در رونق گردشگری
		عدم اصالت بناهای تاریخی در برخی کشورها و توجه به اصالت جاذبه‌های گردشگری کشور
		توجه به اصالت جاذبه‌های گردشگری در برندسازی گردشگری

(ادامه) جدول ۷. مفاهیم و مقوله‌های مداخله‌گر تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)	
حس مکان گردشگری	اصالت جاذبه‌های گردشگری	اهمیت اصالت آثار تاریخی و باستانی در استحکام هویت اجتماعی توجه به اصالت اسلامی و ملی در ساخت‌وسازها	
	تناسب ساختاری	تناسب و همخوانی خدمات متنوع در شهر و روستا با پیشرفت‌های روز، معماری ایرانی، اعتقادات دینی، بافت اجتماعی و شرایط آب‌وهوایی هر منطقه اهمیت تناسب جاذبه‌های گردشگری با معماری بومی و محیط اهمیت معماری بومی در جاذبه‌های گردشگری	
حکم‌روایی خوب در گردشگری	حاکمیت قانون	قانون محوری در برخورد با متصرفین محیط‌زیست قانون محوری در مقابله با اقدامات مخالف محیط‌زیست اهمیت نقش قانون و برخورد با معترضین به طبیعت نقش قوانین در جرم‌انگاری تخریب محیط‌زیست	
	کارایی و اثربخشی دولت	مشارکت مسئولان در حفاظت از سرمایه‌های طبیعی	
		نقش مسئولان در حفاظت از سرمایه‌های طبیعی	
	پاسخ‌گویی	کنترل و نظارت مردم در حفاظت از محیط‌زیست با پاسخ‌گویی مسئولین	مشارکت مردم و مسئولین در کاهش آثار زیست‌محیطی اهمیت وظیفه حاکمیتی در حفظ محیط‌زیست مشارکت مردم و مسئولین در حفاظت از منابع طبیعی
رونق گردشگری با استفاده از سرمایه‌گذاری در بخش صنایع دستی			
مسئولیت اجتماعی		مسئولیت‌پذیری جمعی در کاهش آثار زیست‌محیطی	نقش دستگاه‌های مسئول در تعدی به محیط زیست به بهانه هتل‌سازی و جذب گردشگری محدودیت مشروعیت آزادی انسان در استفاده از مواهب الهی مسئولیت همگان برای جلوگیری از تهدیدهای زیست‌محیطی احترام به حقوق دیگران با احترام به محیط زیست اهمیت احساس مسئولیت انسان در قبال طبیعت

مقوله‌های مداخله‌گر تحقیق

هـ) مقوله‌های راهبردی: در تحقیق حاضر، پنج مقوله اصلی بازاریابی گردشگری، برنامه‌ریزی گردشگری، سیاست‌گذاری گردشگری، مدیریت منابع گردشگری و نظارت و ارزیابی گردشگری به‌عنوان مقوله‌های راهبردی مؤثر در پدیده توسعه پایدار گردشگری با ۵۵ کد به شرح جدول (۸) شناسایی شدند.

جدول ۸. مفاهیم و مقوله‌های راهبردی تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
بازاریابی گردشگری	تبلیغات و ترویج	اهمیت و نقش تبلیغات و ترویج در معرفی گردشگری دفاع مقدس
		حمایت از تبلیغات در جهت گیری صحیح گردشگری
		معرفی صنایع دستی و تولیدات هنرمندان ایران به بازارهای جهانی
برنامه‌ریزی گردشگری	برنامه‌ریزی راهبردی	داشتن نگاه نظام‌مند در استفاده از قابلیت‌های گردشگری دفاع مقدس
		اهمیت بیشتر کار و پیگیری مستمر در مقابل تبلیغات در حل مسائل زیست‌محیطی
		نگاه نظام‌مند در حفظ منابع طبیعی
		توجه به برنامه‌ریزی برای استفاده از ظرفیت فراوان گردشگری
		نگاه نظام‌مند در ارتباط با مسائل مربوط به زیست انسانی
		نگاه نظام‌مند در مدیریت پایدار منابع طبیعی
		پیش راهبردی نسبت به مسئله گردشگری
		اهمیت جهت‌گیری صحیح در توسعه گردشگری
		اهمیت نگاه کل‌گرا در استفاده و معرفی جاذبه‌های گردشگری
		اهتمام ویژه به گردشگری و میراث فرهنگی برای جبران کاستی‌ها
		داشتن چشم‌انداز بلندمدت در استفاده از سرمایه‌های طبیعی و انسانی
		اهمیت داشتن چشم‌انداز بلندمدت در حفظ محیط‌زیست
برنامه‌ریزی عملیاتی	برنامه‌ریزی عملیاتی	اهمیت برنامه‌های عملیاتی در کاهش آثار زیست‌محیطی
		توجه بیشتر به عملیاتی بودن اقدامات نسبت به برنامه‌ریزی در حل مسائل زیست‌محیطی
نگرش سیستمی	نگرش سیستمی	اهمیت نگاه چندبعدی و نگاه به سایر فعالیت‌های مکمل گردشگری
		نگاه چندبعدی و توجه به سایر فعالیت‌های مکمل گردشگری
		توجه به سایر فعالیت‌های مکمل گردشگری مانند کشاورزی و حمل‌ونقل

(۱۴۱مه) جدول ۸. مفاهیم و مقوله‌های راهبردی تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
برنامه‌ریزی گردشگری	نگرش سیستمی	نگاه به سایر فعالیت‌های مکمل گردشگری
		جامع‌نگری در استفاده از ظرفیت‌های کشور
		اهمیت هم‌افزایی منابع طبیعی و منابع انسانی
	متنوع‌سازی	اهمیت گردشگری در کنار سایر فعالیت‌ها در رشد و شکوفایی مقاصد
		متنوع‌سازی گردشگری با استفاده از وجود سرمایه‌های طبیعی و انسانی متنوع در استان‌ها
		استفاده از گونه‌های دیگر گردشگری
سیاست‌گذاری گردشگری	تجزیه و تحلیل سیاست‌های گردشگری	توجه به گردشگری و صنایع دستی به‌عنوان محورهای دیگر توسعه
		تأکید بر تهیه سند ملی برای محیط‌زیست و پیوست محیط‌زیستی موضوع کشوری و ملی بودن مسئله محیط‌زیست
		در نظر گرفتن مسائل زیست‌محیطی در متن برنامه‌های کشور
		اهمیت وجود سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و تشکیلات ذی‌ربط در گردشگری
		توجه به محیط‌زیست و حراست از منابع طبیعی در برنامه‌های توسعه کشور
		اهمیت استفاده از فرصت‌ها و سرمایه‌های طبیعی
مدیریت منابع گردشگری	مدیریت جاذبه‌های گردشگری	استفاده گردشگران از مزیت دسترسی در استفاده از جاذبه‌ها
		اهمیت جاذبه‌های متنوع در گردشگری استان‌ها
		نقش متنوع بودن جاذبه‌ها در افزایش قابلیت‌های گردشگری
		نگاه چندبعدی به جاذبه‌های موجود
	مدیریت منابع انسانی	اهمیت و جایگاه سرمایه‌های انسانی در پیشرفت کشور
		ثروتمندی کشور از لحاظ ظرفیت‌ها و سرمایه‌های انسانی بالقوه
انتخاب راویان مناسب و توجه به روایت مناسب گردشگری دفاع مقدس		
اهمیت و نقش سرمایه‌های انسانی در رونق صنایع مختلف		
		نقش هنرمندان ایرانی در اصالت جاذبه‌های تاریخی
		اهمیت همراهی سرمایه‌های طبیعی و نیروی انسانی در توسعه درون‌زا

مقوله‌های راهبردی تحقیق

جدول ۸. مفاهیم و مقوله‌های راهبردی تحقیق (۱۵۱مه)

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)	
مقوله‌های راهبردی تحقیق	کدهای اخلاقی	اهمیت داشتن اخلاق زیست‌محیطی در انسان‌ها و عدم نابودی محیط‌زیست	
		داشتن اخلاق زیست‌محیطی در راستای احترام به حقوق دیگران	
		ایجاد تحول اخلاقی با استفاده از سابقه تاریخی و فرهنگ کشور	
	نظارت و ارزیابی گردشگری	نظارت و کنترل	تقویت ارزیابی بی‌اغماض به‌عنوان راهکار حفظ محیط‌زیست
			توجه به نظارت در مدیریت مسائل زیست‌محیطی
			نقش نظارت در حفاظت از منابع طبیعی
	ارزیابی آثار	ارزیابی آثار	اهمیت نظارت در جلوگیری از حیل‌های شبه قانونی
			توجه به آثار بلندمدت مسائل زیست‌محیطی
			توجه به اصل پیشگیری به‌جای درمان
			مشارکت مردم و مسئولین در کاهش آثار زیست‌محیطی
			توجه به مسائل زیست‌محیطی در تولید و صنعت
			کاهش آثار زیست‌محیطی با مدیریت پایدار سرمایه‌های طبیعی

(و) مقوله‌های پیامدی: مقوله‌های پیامدی این تحقیق (پایداری منابع گردشگری، حفاظت از منابع گردشگری، حفظ هویت اجتماعی و رفاه و کیفیت زندگی) با ۵۰ کد به شرح جدول (۹) شناسایی شده است:

جدول ۹. مفاهیم و مقوله‌های پیامدی تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
مقوله‌های پیامدی تحقیق	استفاده عاقلانه از منابع	مدیریت کارآمد و استفاده عاقلانه از منابع
		مدیریت پایدار منابع طبیعی با کاهش آثار زیست‌محیطی
		تضمین پایداری منابع تجدیدپذیر با برنامه‌ریزی عاقلانه
		استفاده از منابع تجدیدپذیر در حد تجدیدپذیری برای به حداقل رساندن آثار زیست‌محیطی
		استفاده عاقلانه از منابع آبی و گسترش توان حاصلخیزی
		مصرف پایدار و هدر ندادن بیت‌المال با تجملات زائد و سفرها و مراسم غیر لازم

(ادامه) جدول ۹. مفاهیم و مقوله‌های پیامدی تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
پایداری منابع گردشگری	استفاده عاقلانه	توجه به ابعاد مختلف پایداری در کشور
	از منابع	استفاده عاقلانه از منابع دریایی به‌عنوان یک ثروت همگانی
حفاظت از منابع گردشگری	حفظ تنوع زیستی	حفظ ثروتمندی کشور از لحاظ ظرفیت‌ها و سرمایه‌های طبیعی بالقوه
		اهمیت پوشش گیاهی در حفظ تنوع اقلیمی
		حفظ گونه‌های قدیمی بومی اصیل ایرانی
	حراست از سرمایه‌های طبیعی	حفاظت از سرمایه‌های طبیعی کشور به‌عنوان مزیت رقابتی کشور
		اهمیت حراست از سرمایه‌های طبیعی کشور
		اهمیت حفظ زمین و ثروت‌های عمومی کره زمین
		حفاظت و افزایش توجه به سرمایه‌های طبیعی با شعار هر ایرانی یک درخت
		نقش حفاظت از محیط زیست در شیرینی زندگی مردم
		حراست از منابع طبیعی به‌عنوان ثروت عظیم باستانی
		افزایش تجربه گردشگران و ایجاد معرفت در آنها
بهبودسازی تجربه گردشگران	اهمیت بهینه‌سازی تجربه فردی در گردشگری مذهبی	
	افزایش تجربه و نقش زیارت با معرفت در گردشگری دفاع مقدس	
	اهمیت افزایش تجربه گردشگران در گردشگری مذهبی	
رفاه و کیفیت زندگی	رفاه اقتصاد محلی	اهمیت احیای هنرها و سنت‌های بومی در زندگی جوامع محلی
		نقش گردشگری در بهبود اقتصاد محلی
	رفاه اقتصاد محلی	رفاه اقتصادی با پرداخت وام کم‌بهره و درازمدت به فعالان رشته‌های مختلف صنایع دستی
		خوداتکایی و توسعه درون‌زا با استفاده از گنجینه‌های میراث فرهنگی
		توسعه درون‌زا با تکیه بر منابع فکری و ذخایر میراث فرهنگی
		استقلال و خودکفایی کشور با استفاده از تاریخ و میراث عظیم تمدنی
		مدیریت پایدار منابع جهت توسعه درون‌زا و کاهش سلطه کشورهای دیگر
		پایداری درون‌زای جوامع محلی با اهتمام در صنایع دستی

مقوله‌های پیامدی تحقیق

(ادامه) جدول ۹. مفاهیم و مقوله‌های پیامدی تحقیق

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای باز (مفهوم)
مقوله‌های پیامدی تحقیق	رفاه سیستم انسانی	اهمیت سرمایه‌های طبیعی در افزایش کیفیت زندگی شهری و آسایش شهری
		نقش و اهمیت منابع طبیعی در زندگی انسان‌ها
		نقش انسان در افزایش کیفیت زندگی با آبادی و بالفعل کردن ظرفیت‌های بالقوه کره زمین
		اهمیت کاهش آثار زیست‌محیطی در افزایش کیفیت زندگی مردم
		نقش منابع طبیعی در تأمین فضای حیاتی برای انسان
		توجه به سالم‌سازی محیط‌زیست در جهت افزایش کیفیت زندگی مردم
	رفاه سیستم طبیعی	اهمیت حفظ سیستم‌های پشتیبان زندگی
		توجه به حفظ عناصر اصلی محیط‌زیست (هوا، آب و خاک) به‌عنوان نیازهای اساسی انسان
		استفاده از منابع تجدیدپذیر در حد تجدیدپذیری برای حداقل رساندن آثار زیست‌محیطی
		تضمین پایداری منابع تجدیدپذیر با برنامه‌ریزی عاقلانه
		توجه به حفظ عناصر اصلی محیط‌زیست (هوا، آب و خاک) به‌عنوان سیستم‌های حافظ زندگی
حفظ هویت اجتماعی	افزایش غرور ملی	افزایش غرور ملی به‌واسطه میراث تاریخی و علمی
		نقش معماری، هنر و فکر ایرانی در افزایش غرور ملی
		ارتقای غرور ملی با استفاده از ابتکار ذوق خالق بناهای تاریخی
		اهمیت میراث فرهنگی و تاریخی در افتخار و غرور ملی
		تأثیر هویت تمدنی ایران در افزایش غرور ملی
		افزایش عزت‌نفس با تکیه بر سابقه تاریخی، میراث فرهنگی، توانایی‌های مردمی و ظرفیت‌های طبیعی
		تقویت هویت جامعه با استفاده از سرمایه‌های تاریخی و فرهنگی
		احترام به میراث فرهنگی و سنتی جوامع میزبان به‌عنوان هویت اجتماعی
		ارزشمندی سرمایه‌های طبیعی در تقویت حس خویش‌شناسی
		توجه ویژه به صنعت در جهت افزایش هویت جامعه

❖ مرحله سوم: استخراج الگوی پارادایمی تحقیق: در این مرحله مقوله‌های عمده در قالب یک مدل پارادایمی حول مقوله‌ای محوری به یکدیگر ارتباط داده می‌شوند. الگوی پارادایمی تحقیق حاضر، با توجه به موارد مندرج در کدگذاری محوری در شکل (۳) رسم شده است.



شکل ۲. الگوی پارادایمیک توسعه پایدار گردشگری (یافته‌های تحقیق)

در کد گذاری محوری الگوی پارادایمی ارائه شده، ملاحظه می شود که شرایط علی بر پدیده محوری اثر می گذارد، پدیده محوری و شرایط زمینه و مداخله گر بر راهبردها اثر می گذارد و راهبردها بر پیامدها اثر گذار است. «پدیده محوری» در این مقاله، توسعه پایدار گردشگری در نظر گرفته شده است. در بیانات مقام معظم رهبری آینده نگری در حفظ منابع گردشگری، تعادل اکولوژیک، عدالت بین نسلی و مالکیت مشترک منابع گردشگری به عنوان مقوله های فرعی توسعه پایدار گردشگری مطرح شده اند (۱۳۹۳/۱۲/۱۷). توسعه پایدار گردشگری بر ضرورت تعادل اجتماعی و اکولوژیکی تأکید دارد. توانایی نظام های طبیعی برای بازتولید خود می بایست حفظ شود تا به منظور برآورده ساختن نیازهای نسل آینده، همسان سازی بین جامعه کنونی و نسل آتی ایجاد شود.

«مقوله های علی» آثار گردشگری و موقعیت ژئوپولیتیک ایران در نظر گرفته شده اند که منجر به وقوع یا توجه به توسعه پایدار گردشگری می شوند. با بروز آثار منفی گردشگری، نگرانی درباره کیفیت محیط زیست و آینده صنعت گردشگری نیز مطرح است. مقام معظم رهبری در بیانات ۱۳۹۷/۱۲/۱۷ پدیده زمین خواری و اخیراً کوه خواری و ساخت و ساز در ارتفاعات را از دیگر مسائل رنج آور و اسف بار دانستند و تأکید کردند باید در قانون، این گونه اقدامات جرم تلقی شوند و افراد سوء استفاده کننده بی هیچ اغمازی مورد تعقیب قضایی قرار گیرند. دستگاه های مسئول باید قاطعانه با تعدی به جنگل ها به هر بهانه ای اعم از هتل سازی و جذب گردشگر و ساخت حوزه علمیه و برخی توجیحات به ظاهر قابل قبول، مقابله کنند. موقعیت ژئوپولیتیک ایران باعث ایجاد محیط زیست های متفاوت از نظر منابع طبیعی از سایر کشورها شده است. در سطح پایه، این محیط زیست ها می تواند به محیط زیست های طبیعی و انسان ساخت تقسیم شوند، اما در داخل این دو طبقه گسترده، تنوع زیادی با توجه به ویژگی ها و جاذبه های آنها برای گردشگران، نوع و مقیاس گردشگری که آنها را قادر به حمایت از شکنندگی می کند و ثبات آنها در برابر آسیب ها و تقلیل درجه ارزش شناخته شده آنها برای توسعه گردشگری وجود دارد. بعد ژئوپولیتیک ایران در بیانات مقام معظم رهبری در سال ۱۳۸۲/۶/۲۶ به شرح زیر بیان شده است:

«کشور ما از لحاظ جغرافیایی، تاریخی، انسانی و منابع طبیعی بدون شک، یکی از کشورهای برجسته دنیاست. تاریخ ما پُرشکوه و پُربار و پُر افتخار است. جغرافیای ما یک جغرافیای

بسیار حساس است. ما در منطقه‌ای از لحاظ جغرافیایی قرار گرفته‌ایم که در عصر ارتباطات و در عصر اتصال کشورها، خبرها، سرمایه‌ها و فناوری‌ها به یکدیگر، یکی از حساس‌ترین جایگاه‌ها در سراسر روی زمین محسوب می‌شود. کشور ما از لحاظ منابع طبیعی یکی از پر ذخیره‌ترین کشورهاست؛ از لحاظ نفت و گاز و فلزات حساس و مواد معدنی و منابع طبیعی دیگر هم که معلوم است. از لحاظ انسانی هم کشور ما یکی از بااستعدادترین‌هاست.»

«مقوله‌های زمینه‌ای» در این مقاله مشارکت و همکاری ذی‌نفعان گردشگری و آموزش و فرهنگ‌سازی در گردشگری است. مقوله‌های زمینه‌ای مجموعه‌ای خاص از شرایطی است که درون آن راهبردها صورت می‌پذیرد که در این تحقیق، بر مقوله محوری و مقوله‌های پیامدی نیز به طور غیر مستقیم تأثیر گذارند. مقام معظم رهبری در ارتباط با اهمیت مشارکت و همکاری در حفاظت از منابع طبیعی طی بیانات در ۱۳۹۳/۱۲/۱۷ چنین بیان کردند:

«مسئله محیط زیست، مسئله این دولت یا آن دولت، مسئله این شخص یا آن شخص و مسئله این جریان و یا آن جریان نیست، بلکه موضوعی کشوری و ملی است که باید برای حل مشکلات مرتبط با آن، همه دست به دست یکدیگر دهند.»

بنابراین برای اینکه توسعه پایدار گردشگری بیشترین شانس موفقیت را داشته باشد لازم است که ذی‌نفعان مورد توجه قرار گیرند. هدف از توسعه گردشگری رسیدن به نتایجی است که بهترین تعادل منافع و هزینه‌ها را برای تمام گروه‌های ذی‌نفع فراهم کند. بنابراین، مشارکت ذی‌نفعان در این فرایند یکی از شرایط لازم برای توسعه پایدار گردشگری است. همچنین توسعه پایدار گردشگری مستلزم برنامه‌های آموزشی مناسبی است که به اصلاح شناخت‌ها و درک مردم بینجامد، فعالیت گردشگری را بسط و گسترش دهد و مهارت‌های فنی و حرفه‌ای مرتبط با گردشگری را به خصوص در مردم کم درآمد جامعه افزایش دهد. مقام معظم رهبری طی بیاناتی در ۱۳۹۳/۱۲/۱۷، نقش آفرینی مردم برای حفظ محیط زیست و فرهنگ‌سازی در جامعه به وسیله رسانه ملی را مهم ارزیابی کردند.

حس مکان گردشگری و حکم‌روایی خوب در گردشگری به عنوان «مقوله‌های مداخله‌گر» در نظر گرفته شده است. حس مکان و حکم‌روایی خوب تسهیلگر یا محدودکننده راهبردهای توسعه پایدار گردشگری هستند که درون یک زمینه خاص قرار دارند. در این تحقیق این مقوله‌ها

علاوه بر پدیده محوری بر مقوله‌های پیامدی نیز تأثیر گذارند. حس مکان محیط با ایجاد پیام‌ها و معانی می‌تواند وقوع برخی رفتارها را آسان کند یا مانع بروز برخی دیگر از رفتارها شود. حس مکان با اصالت جاذبه‌های گردشگری و تناسب ساختاری بناها ایجاد می‌شود. درباره اهمیت اصالت جاذبه‌های گردشگری مقام معظم رهبری در بیاناتی در تاریخ ۱۳۸۷/۱۲/۱۸ بیان کردند:

«یک نفری برای من نقل می‌کرد، می‌گفت رفته بودیم یونان، ما را به مراکز گردشگری گوناگون می‌بردند و آن‌ها را به ما نشان می‌دادند؛ از جمله به نقطه‌ای بردند، گفتند اینجا همان جایی است که سپاهیان ایرانی آمدند اینجا، از ما شکست خوردند. مردم را به یک بیابان خالی می‌برند و نشان می‌دهند که اینجا آنجایی است که ایرانی‌ها در آن دوره لشکرکشی کردند و در اینجا شکست خوردند. یک فضای خالی را نشان می‌دهند، یک ماده‌های تاریخی را با یک فضای خالی اثبات می‌کنند. خوب اینجا نزدیکی کازرون، آن طوری که شنیدم، مجسمه والرین است، امپراتور روم که زانوزده در مقابل پادشاه ایران. خیلی خوب، اینجا را بروید نشان بدهید؛ این به آن در! این همه نقاط مثبتی که می‌تواند گذشته ما را نشان بدهد.»

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 به عنوان راهبرد دستیابی به توسعه پایدار گردشگری مطرح می‌شود و نیاز به همکاری دولت با نهادهای مدنی و مردم را در جهت توسعه پایدار برجسته می‌کند. در این زمینه، رهبر انقلاب اسلامی در بیانات ۱۳۹۳/۱۲/۱۷ حفظ محیط زیست را یک وظیفه حاکمیتی بیان کردند.

«راهبردها» در این مقاله، شامل: سیاست‌گذاری گردشگری، برنامه‌ریزی گردشگری، بازاریابی گردشگری، مدیریت منابع گردشگری و نظارت و ارزیابی گردشگری می‌شود. برای پایداری صنعت گردشگری، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مؤثر و اثربخش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مقام معظم رهبری در بیانات ۱۳۹۱/۷/۲۵ توجه به صنعت، برنامه‌ریزی برای استفاده از ظرفیت فراوان گردشگری استان، بهره‌مندی از مزیت قرار گرفتن استان در مسیر میلیون‌ها زائر حرم امام هشتم (ع) و تمرکز بر مسائل تحقیقاتی و پژوهشی برای پیشرفت و توسعه خراسان شمالی و حل مشکلات این منطقه را به مسئولان توصیه کردند.

مدیریت توسعه پایدار گردشگری مشتمل بر هماهنگ‌سازی و کنترل به منظور یک پارچه کردن تمامی منابعی است که در تحقق سیاست‌های گردشگری نقش دارند. منابع طبیعی دارای ارزش ذاتی هستند که به عنوان میراث جمعی باید حفظ و مدیریت شوند. 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. مقام معظم رهبری در ارتباط با مدیریت جاذبه‌های گردشگری در بیانات ۱۳۹۱/۷/۱۹ چنین بیان کردند:

«این منطقه که امروز به نام «خراسان شمالی» شناخته می‌شود، یکی از مناطق مهم خراسان است؛ هم از جهت موقعیت جغرافیایی و طبیعی و هم از جهت خصوصیات مردمی و انسانی و فرهنگ‌ها و خلیات و رفتار. این خصوصیات را از دیرباز در مردم این منطقه مهم و حساس شناخته‌ایم؛ استانی با طبیعت زیبا، با منابع طبیعی غنی و متنوع، با عمق و غنای فرهنگی کاملاً برجسته و ممتاز، با استعداد فراوان کشاورزی و دامی و سایر فعالیت‌های مربوط به منطقه، با جاذبه‌های گردشگری متأسفانه ناشناخته که بسیاری از مردم کشور هنوز جاذبه‌های گردشگری این منطقه را درست نمی‌شناسند.»

همچنین در ارتباط با منابع انسانی و توسعه پایدار گردشگری باید گفت زمانی گردشگری می‌تواند به بقای خود ادامه دهد که تعداد کافی نیروی کار با کیفیت عالی جذب و نگهداری کند. به عبارت دیگر، باید از نیروی کار پایدار برخوردار باشد. نوع رفتار مدیران و گردشگران با نیروی کار بیانگر این است که پایداری تا چه حد در راستای عدالت اجتماعی و برابری عمل می‌کند. در ارتباط با نقش منابع انسانی در گردشگری، مقام معظم رهبری در بیانات ۱۳۹۵/۱۲/۱۶ بیان کردند:

«گزارشگرانی که می‌روند در مجموعه‌های راهیان نور و افراد را هدایت می‌کنند، این‌ها بایستی بدانند که چه چیزهایی را در این گزارشگری باید گفت. این گزارشگری با -به قول متعارف- گزارشگری برای گردشگران یا توریست‌های خارجی که می‌آیند مثلاً فلان بنا را تماشا می‌کنند فرق دارد؛ این یک چیز دیگر است، این را با آن نباید اشتباه کرد؛ آنجا یک جور گزارش مطلوب است، اینجا یک جور گزارش. اینجا محتوای گزارش بایستی پُر از تبیین، پُر از معرفت، پُر از بیان حقایق، پُر از نقاط برجسته و مثبت دوران دفاع مقدّس و ارزش‌های دفاع مقدّس باشد.»

دستیابی به توسعه پایدار گردشگری فرایندی مستمر است و به نظارت دائم بر آثار و اقدامات پیشگیرانه و یا اصلاحی در صورت ضرورت، نیاز دارد. رهبر جمهوری اسلامی ایران در بیانات ۱۳۹۳/۱۲/۱۷ چالش زیست‌محیطی را چالشی فراگیر در سراسر جهان برشمردند و به آثار بلندمدت مسائل زیست‌محیطی اشاره کردند. ذی‌نفعان در جامعه شامل دولت‌ها، گردشگران، جامعه میزبان، تورگردان‌ها و سایر فعالان گردشگری، می‌بایست تحت لوای مسئولیت اخلاقی و دستورالعمل‌های اجرایی که فعالیت را کنترل می‌کنند، قرار گیرند. در این زمینه، کدهای اخلاق گردشگری در پی آن هستند تا اصول نهادینه‌ای را که هم در جوامع میزبان و هم در بین میهمان بتواند به رفتارهای بهینه منجر شود، معرفی کنند و آنها را بسط و گسترش دهند. اجرای کدهای اخلاقی در گردشگری، دولت‌ها را ملزم می‌کنند در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کلان خود در حوزه گردشگری، به تساوی حقوق زن و مرد و گروه‌های آسیب‌پذیر توجه کنند. همچنین از حیات وحش و گونه‌های زیستی نادر در اکوسیستم حساس کشور بیشتر محافظت کنند. بر وضعیت آثار تاریخی و اماکن باستانی به صورت دائم نظارت داشته باشند و در صورت نیاز، برای اصلاح و محافظت مؤثر از آنها اقدام کنند.

همچنین روش‌های کلاسیک بازاریابی می‌تواند در کمک به دستیابی اشکال پایدارتر گردشگری مورد استفاده قرار گیرد. تلاش برای درک گردشگران براساس انگیزش‌ها و معیارهای آنها، انعکاسی از مفهوم مشتری‌گرایی در بازاریابی جدید است.

«پیامدهای» مطرح در الگوی ارائه‌شده، شامل پایداری منابع گردشگری، حفاظت از منابع گردشگری، حفظ هویت اجتماعی و رفاه و کیفیت زندگی (بهینه‌سازی تجربه گردشگران، رفاه اقتصاد محلی، رفاه سیستم انسانی و رفاه سیستم طبیعی) است. راهبردهای توسعه پایدار گردشگری پیامدها و نتایج دارند. طبق الگوی پارادایمی مقام معظم رهبری، تحقق توسعه پایدار مستلزم کشف فعالیت‌ها و اقداماتی است که به کاهش فقر، تقویت جایگاه سرزمین و حفظ هویت محلی بینجامد. برای رسیدن به این منظور بایستی گردشگری را توسعه داد که در عین تأمین رضایت گردشگران، به اصول پایداری هم توجه شود. در ارتباط با افزایش کیفی تجربه گردشگران، مقام معظم رهبری در بیانات ۱۳۹۵/۱۲/۱۶ این گونه اشاره کردند:

«آن کسانی که به این سفرهای راهیان نور می‌آیند و برمی‌گردند، حتماً باید چیزی به آن‌ها

اضافه شده باشد؛ باید بین آن‌ها و بین حادثه مهم دفاع مقدس یک پیوند و ارتباط ناگسستنی به وجود بیاید؛ معرفت تازه‌ای پیدا کنند، اطلاع تازه‌ای پیدا کنند. در این زمینه‌ها ما البته در طول این سال‌ها به نظر من، کم کار بوده‌ایم؛ ما کم کار کرده‌ایم. حالا کتاب زیاد نوشته شده، چند فیلم ساخته شده؛ این‌ها خوب است؛ کارهایی که انجام گرفته خوب و با ارزش است؛ لکن به نظر من، در مقابل آنچه باید انجام بگیرد کم است.»

از سوی دیگر، توسعه پایدار گردشگری باید ارتباط اقتصادی بلندمدتی بین جوامع محلی و فعالیت‌ها برقرار کند. همچنین باید پیامدهای منفی گردشگری بر محیط طبیعی را به حداقل برساند و رفاه اجتماعی و فرهنگی جوامع میزبان را افزایش دهد. مقام معظم رهبری در بیانات ۱۳۹۱/۷/۲۵ به موضوع رفاه و کیفیت زندگی به شرح زیر اشاره کردند:

«یک مسئله دیگر در گزارش‌هایی که قبل از سفر به دستم رسید و با دقت مطالعه کردم، مسئله گردشگری در این استان است. جاذبه‌های گردشگری در این استان زیاد است؛ هم جاذبه‌های طبیعی، هم جاذبه‌های تاریخی؛ هم منطقه زیبا و طبیعت زیبای اینجا، هم چیزهای تاریخی‌ای که وجود دارد. آن‌طور که به من گزارش کردند - من که حالا معمولاً توفیق دیدن این چیزها را ندارم - قلعه‌ای که نزدیک اسفراین است، شبیه بنای معروف ارگ بم است که از خارج برای بازدید آن می‌آمدند. چرا اینجا کسی نمی‌آید؟ چرا معرفی نشده؟ چرا نمی‌شناسند؟ درحالی که اینجا در دسترس تر است. اینجا شما از این مسیر، در هر سال میلیون‌ها عبور کننده دارید که زائرین مشهد از اینجا عبور می‌کنند. خب، اگر چنانچه وسایلی فراهم شود، نه همه این‌ها، بلکه بخشی از این‌ها، یک روز در این استان توقف کنند، ببینید چه تأثیر عظیمی بر وضعیت استان خواهد گذاشت. این جور نیست که شما بخواهید مسافر و گردشگر را از مرکز شهر یا از گوشه و کنار کشور بکشانید به یک نقطه دوردست. اینجا دوردست نیست؛ اینجا در معرض عبور و مرور کاروان‌های زیارتی است؛ مردم دارند می‌روند، می‌آیند. یک روز، یک شبانه‌روز، نه همه این مسافرین، بعضی از این‌ها، در این شهر بمانند و بروند از مراکز طبیعی اینجا، از همین مراکز تاریخی اینجا بازدید کنند. شما ببینید چه تحولی در کسب و کار و زندگی اینجا به وجود خواهد آمد. بنابراین، این هم یک اولویت است.»

نتیجه گیری

پایداری اجتماعی گردشگری به مفهوم قضاوت مثبت و رضایت‌مندی 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 می‌آید، زیرا موفقیت و پایداری هر نوع توسعه‌ای در حمایت فعال جمعیت محلی آن و در بافت فرهنگ محلی آن است. از سوی دیگر، نارضایتی و مخالفت ساکنان محلی با توسعه گردشگری، در نهایت، به توقف و گاه حذف کامل گردشگری در جامعه میزبان خواهد انجامید. همچنین نگاهی به دیدگاه‌های افراد جامعه در ارتباط با ورود گردشگران به ایران حاکی از آن است که بسیاری از افراد هنوز هم جریان‌های گردشگری را با دید منفی ارزیابی می‌کنند و چنین می‌پندارند که گردشگری موجب تخریب و آسیب‌رسانی به فرهنگ‌های محلی کشور می‌شود. بنابراین، داشتن نگاه سیستمی در گردشگری یکی از عوامل مهم محسوب می‌شود. از نظر مقام معظم رهبری چنانچه توسعه به دو صفت پویایی و پایایی متصف شود و با نگرش سیستمی سازگاری داشته باشد، ویژگی پایداری را ذاتی خود خواهد کرد. در چنین حالتی، حوزه دید آن از زمان حال فراتر می‌رود و دامنه بردش بر آینده نیز گسترده خواهد شد. بنابراین، مهم‌ترین نکته‌ای که در مورد دیدگاه مقام معظم رهبری درباره توسعه پایدار گردشگری استنباط می‌شود، نگاه سیستمی ایشان به توسعه پایدار گردشگری است. نگرش سیستمی، رویکرد نسبتاً جامعی برای درک، تجزیه و تحلیل، برنامه‌ریزی و پویایی گردشگری است؛ در این رویکرد به خوبی می‌توان بخش‌ها و عوامل تأثیرگذار در گردشگری را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داد و آن‌ها را سازمان‌دهی کرد. در الگوی ارائه‌شده، بنیان و اساس گردشگری به صورت یگانه‌ای هم‌پیوند به تصویر کشیده شده و پیوند بین اجزا و عناصر آن در سطوح مختلف نمایان شده است تا برنامه‌ریزان برای پویایی آن در عرصه رقابت جهانی تلاش کنند. از دیدگاه مقام معظم رهبری همه اقشار و اعضای جامعه، دولت، گردشگران و صنعت در جهت توسعه پایدار وظایف، تکالیف و نقش‌هایی دارند. ایشان ارشاداتی در این زمینه به مردم، مسئولان، صنعت‌گران، جوانان، نوجوانان و گردشگران داشته‌اند.

گفتنی است هدف نظریه‌پردازی بنیادی، تولید نظریه است، نه توصیف صرف پدیده. برای

تبدیل تحلیل داده‌ها به نظریه، مفاهیم و مقوله‌های تولیدشده به‌طور منظم به یکدیگر مربوط می‌شوند. در مرحله کدگذاری انتخابی با ایجاد ارتباط بین گروه‌ها، آن‌ها را هم‌پیوند ساخته، چارچوب اولیه نظری شکل می‌گیرد. در این مرحله، تجزیه و تحلیل پایانی به منظور تکوین نظریه صورت می‌گیرد. مهم‌ترین گام در مرحله کدگذاری انتخابی، ترسیم «روایت یا خط داستان» تحقیق است. داستان این تحقیق به‌طور خلاصه و کوتاه به این قرار است:

«تحقق موفقیت‌آمیز توسعه پایدار گردشگری، نیازمند ترکیب چشم‌انداز، سیاست، برنامه‌ریزی، مدیریت، کنترل و فرایندهای نظارتی و یادگیری اجتماعی منسجم است که مشارکت فعال جامعه می‌تواند به کارایی آن تحقق بخشد. رسیدن به این هدف مستلزم رهبری سیاسی قوی است تا از مشارکت گسترده ذی‌نفعان و ایجاد وفاق عمومی اطمینان حاصل شود. این امر محقق را بر آن داشت که برای یافتن الگوی توسعه پایدار گردشگری به راه‌جویی از بیانات مقام معظم رهبری پردازد. راه‌جویی از بیانات ایشان، نمایان ساخت که گردشگری یک فعالیت وابسته به محیط است. محیط گردشگری واژه‌ای است عام که دربرگیرنده منابع و جاذبه‌های طبیعی، سازه‌های ساخت بشر و بافت اجتماعی، تاریخی و فرهنگی است. از آنجا که گردشگر محیطی متفاوت و متمایز را جست‌وجو می‌کند و تجربه گردشگری وابسته به تعامل با محیط است، گردشگری آثار متفاوتی بر محیط می‌گذارد، از جمله: آثار اجتماعی و فرهنگی، اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی. گردشگری و هم‌چنین موقعیت جغرافیایی ایران از جمله مقوله‌های علی و شرایط مقدم است که به وقوع توسعه پایدار گردشگری می‌انجامد. در توسعه پایدار گردشگری آینده بلندمدت، تعادل اکولوژیک، عدالت بین نسلی و مالکیت مشترک منابع گردشگری در نظر گرفته می‌شود و با آموزش و فرهنگ‌سازی و مشارکت و همکاری ذی‌نفعان گردشگری به‌عنوان مقوله‌ای زمینه‌ای برای توسعه پایدار گردشگری به افزایش دانش و آگاهی و کاهش تعارضات در بلندمدت کمک می‌شود. مقوله‌های مداخله‌گر مانع یا هموارکننده توسعه پایدار گردشگری مشتمل بر حس مکان گردشگری و حکم‌روایی خوب در گردشگری است. با توجه به مهیا بودن این مقوله‌ها قادر خواهیم بود با اتخاذ راهبردهایی، مانند: برنامه‌ریزی، بازاریابی، سیاست‌گذاری، مدیریت منابع و نظارت و ارزیابی گردشگری موجبات توسعه پایدار

گردشگری را ایجاد کنیم و موجب پایداری و حفاظت از منابع گردشگری، حفاظت از هویت اجتماعی و افزایش رفاه و کیفیت سیستم انسانی و طبیعی شویم.»

پیشنهاد برای تحقیقات آتی

الگوی حاصل از این تحقیق، الگویی بومی و منطبق با دیدگاه مقام معظم رهبری است و قابلیت اجرا دارد. اجرای عملی این نتایج در سازمان‌های گردشگری و شناسایی معایب و نواقص و سپس اصلاح و تکمیل آن توسط سایر محققان، می‌تواند کاربردی شدن این مطالعه را تسهیل و تضمین کند. در پایان با توجه به هدف تحقیق، طرح‌های پژوهشی زیر به سایر محققان پیشنهاد می‌شود:

۱. طرح پژوهش پایش و ارزیابی الگوی پارادایمی توسعه پایدار گردشگری توسط ذی‌نفعان گردشگری؛
۲. طرح پژوهشی پیمایش شیوه‌های انعکاس مسائل توسعه پایدار گردشگری به هر کدام از ذی‌نفعان گردشگری؛
۳. طرح پژوهشی مطالعه تطبیقی الگوی پارادایمی توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران با کشورهای در حال توسعه و توسعه یافته.

فهرست منابع

۱. الوانی، سید مهدی (۱۳۷۲). «سازوکارهای لازم برای توسعه پایدار جهانگردی». خلاصه مقالات برگزیده دومین اجلاس جهانگردی (فرهنگ و توسعه). وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲. بهنیافر، احمدرضا (۱۳۸۷). «مفهوم ولایت مطلقه فقیه در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران». فصلنامه پژوهش مطالعات انقلاب اسلامی. س ۴. ش ۱۲. صص ۷۶-۴۵.
۳. جعفریان کیکانلو، ناهید؛ سجادی قیداری، حمدالله و وحیدیان، فریده (۱۳۹۳). نقش مدیریت محلی در جهت تحقق اهداف توسعه پایدار گردشگری روستایی با استفاده از مدل SAW. همایش علوم جغرافیایی ایران. دانشکده جغرافیا.
۴. حبیبی قاسم آبادی، امیر نصرت (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی سفر و گردشگری. تهران: جامعه‌شناسان.
۵. حیدری، رحیم (۱۳۹۳). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.
۶. دانایی‌فرد، حسن و مؤمنی، نونا (۱۳۸۷). «تئوری رهبری اثربخش از دیدگاه امام علی (ع) استراتژی داده‌بنیاد متنی». فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی. ۴(۱۴). صص ۷۵-۱۱۰.
۷. رحمدل، ناصر (۱۳۹۴). تحلیل محتوا و پژوهش داده‌بنیاد. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۸. شاریلی، ریچارد (۲۰۰۹). توسعه گردشگری و محیط‌زیست: فراتر از پایداری. ترجمه یاسر رمضان‌نژاد و علی پورقیومی (۱۳۹۵). تهران: مهکامه.
۹. شاریلی، ریچارد و تلفر، دیوید (۲۰۰۸). برنامه‌ریزی توسعه گردشگری در کشورهای در حال توسعه. ترجمه حمید ضرغام بروجنی (۱۳۹۴). تهران: مهکامه.
۱۰. ضرغام، حمید و صداقت، مریم (۱۳۹۷). گردشگری در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت. تهران: مهکامه.
۱۱. ضیایی، محمود و عزیزی، عذرا (۱۳۹۳). راهنمای تدوین و کاربرد شاخص‌های ارزیابی توسعه پایدار گردشگری. تهران: علوم اجتماعی.

۱۲. فرهی بوزنجانی، برزو، محمدی، ابولفضل و حصیرچی، امیر (۱۳۸۹). «الگوی توسعه و تعالی مدیران و فرماندهان سپاه از منظر مقام معظم رهبری». فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی. دانشگاه جامع امام حسین(ع)، س ۲. ش ۳ و ۴: صص ۲۸-۱.
۱۳. 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). س ۳: ش ۱۰.
۱۴. قدمی، مصطفی و غلامیان‌یابی، محمد (۱۳۹۳). اثرات گردشگری. تهران: مهکامه.
۱۵. محمدپور، احمد (۱۳۹۲). روش تحقیق کیفی، ضد روش ۱. تهران: جامعه‌شناسان.
۱۶. مهدوی، داوود؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و سجادی قیداری، حمدالله (۱۳۹۵). «طراحی راهبردهای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی - فرهنگی ایران». جغرافیا و برنامه‌ریزی. ش ۵۶. صص ۳۰۰-۲۷۵.
17. Agyeiwaah, Elizabeth, McKercher, Bob and Suntikul, Wantanee. (2017). Identifying core indicators of sustainable tourism: A path forward?, *Tourism Management Perspectives* 24 (2017) 26-33.
18. Barton, Alan W. and. Leonard, Sarah J.(2010). Incorporating social justice in tourism planning: racial reconciliation and sustainable community development in the Deep South, *Community Development*, Vol. 41, No. 3, July-September 2010, 298-322.
19. Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the *Journal of Sustainable Tourism*: looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 251(1), 1-9.
20. Cardenas.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*, Vol. 15(4) 254-266.
21. Charmaz, K., & Bryant, A. (2008). Grounded Theory. In L. M. Given, *The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods*. California: Sage Publication, pp. 374-377.
22. Choi, H.C. & Sirakaya, E. (2006). Sustainability Indicators for Managing Community Tourism, *Journal of Tourism Management*, Vol. 27, PP. 1274-1289.
23. Chris. Ryan,. (2012). Assisting the poor in China through tourism development: A review of research. *Tourism Management*, Volume 33, Issue 2, April, pp. 239-248.

24. Díaz, Manuel Rodríguez and Rodríguez, Tomás F. Espino.(2016). Determining the Sustainability Factors and Performance of a Tourism Destination from the Stakeholders' Perspective, *Sustainability* 2016, 8, 951.
25. Duim, V.R. van der. (2005). *Tourisms capes: An Actor-network Perspective on Sustainable Tourism Development*, Wageningen: WUR Wageningen. PP.164-165.
26. Georg, W., (2008). *Tourism Politics, Globalization, Sustainable and Responsible Tourism*, available from www.arlt-lectures.com.
27. Hernanz, Iris Martín and Gil, Fernando Martín. (2016). *Heritage Interpretation And Sustainable Management Of Tourism In Rural Areas. The Cases Of Montejo De La Sierra And Patones*, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N.º 72 - 2016*, págs. 535-539.
28. Higgins-Desbiolles, Freya. (2018). *Sustainable tourism: Sustaining tourism or something more?*, *Tourism Management Perspectives* 25 (2018) 157–160.
29. Hunter, C., & green. H. (1995). *Tourism and the environment: A sustainable relationship?* London and New York: rout ledge.
30. Januszn, Grabara K. & Bajdor,Paula.(2013). *Towards to Sustainable Tourism Framework, Activities and Dimensions*, *Procedia Economics and Finance* 6 (2013) 523–529.
31. Joppe, M. (2017). "Tourism policy and governance: Quo vadis?", *Tourism Management Perspectives*, Available online 24 November 2017.
32. Kato, Kumi & Progano, Ricardo Nicolas (2017). *Spiritual (walking) tourism as a foundation for sustainable destination development: Kumano-kodo pilgrimage, Wakayama, Japan*, *Tourism Management Perspectives* 24 (2017) 243–251.
33. Kent, K. (2005). *The Roles of the Public, Private and Civic Sectors in Adventure Tourism in the Nanda Devi Biosphere Reserve: Garhwali Himalaya, India*, A thesis to be submitted to the Faculty of Graduate studies in partial Fulfillment of the requirements, for the degree of Master of Natural Resources Management.
34. Ko, T. G. (2005). *Development of a tourism sustainability assessment procedure: a conceptual approach*. *Tourism management*. 26: 431-445. Available from: WWW.Sciencedirect.com.
35. Lee, J. (2001). *A Grounded Theory: Integration and Internalization in ERPAdoption and Use*, Unpublished Doctoral Dissertation, University of Nebraska, In ProQuest UMI Database
36. Lee, Tsung Hung and Hsieh Hsin-Pei. (2016). *Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland*. *Ecological Indicators* 67 (2016) 779–787.
37. Lee, Tsung Hung. (2013). *Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development*, *Tourism Management* 34 (2013) 37-46.
38. Liu, Jingjing, Nijkamp, Peter, Huang, Xuanxuan & Lin, Derong. (2017). *Urban livability and tourism development in China: Analysis of sustainable*

- development by means of spatial panel data, *Habitat International* 68 (2017) 99-107.
39. Miles, M. and Huberman, A. (2002) . *Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods*, Sage London; Beverly Hills.
 40. Miocic ,Božena Krce, Razovic ,Mili and Klarin, Tomislav (2016). *Management of Sustainable Tourism Destination Through Stakeholder Cooperation*, *Management*, Vol. 21, 2016, 2, pp. 99-120.
 41. Neuman, W.L. (2006). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, Sixth Edition.London:Allyn and Bacon.
 42. Nunkoo, Robin.(2017). *Governance and sustainable tourism: What is the role of trust, power and social capital?*, *Journal of Destination Marketing & Management* 6 (2017) 277–285.
 43. Price,D and Cameron,Sh. (2010). *Business Research Methods, A Practical Approach*. Institute of Personal and Development. The Broadway, London, pp 409-417.
 44. Schorner, B. (2010). *Sustainable Mountain Tourism Development Illustrated in the Case of Switzerland*, *Sustainable Mountain Tourism Development Illustrated in the Case of Switzerland*, PP. 87-108.
 45. Selden, L. (2005). *On grounded theory - with some malice*. *Journal of Documentation*, Vol. 61 No.1, pp. 114-129.
 46. Tazim Jamal & Blanca Alejandra Camargo (2013): *Sustainable tourism,justice and an ethic of care: toward the Just Destination*, *Journal of Sustainable Tourism*, *Journal of Sustainable Tourism*,2013.
 47. Weaver, D.B. (2012). *Sustainable Tourism*, New York, Routledge.
 48. White, V., McCrum, G., Blackstock,K,L., Scott, A. (2006). *Indicators and Sustainable Tourism:Literature Review*. The Macaulay Institute.
 49. World Tourism Organization (UNWTO). (2013). *Sustainable Tourism for Development Guide book*. Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries
 50. Xu, Feifei, and Fox, Dorothy. (2014). *Modelling attitudes to nature, tourism and sustainable development in national parks: A survey of visitors in China and the UK*, *Tourism Management* 45 (2014) 142-158.
 51. Yfantidou.G., Spyridopoulou.E, Kouthouris.Ch, Balaska.P, Matarazzo.M & Costa.G. (2016). *The future of sustainable tourism development for the Greek enterprises that provide sport tourism*. *Tourism Economics*, Vol. 23(5) 1155–1162.