

میزان موفقیت توسعه گردشگری جامعه‌محور روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای آسیاب‌سر، شهرستان بهشهر)

حمید زرغام بروجنی^۱ - شیما بذرافشان^{۲*}

۱- دانشیار مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

۲- کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۱۱/۲۴ صص ۱۳۶-۱۱۹ تاریخ تصویب: ۱۳۹۵/۰۴/۲۶

چکیده

اهداف: گردشگری جامعه‌محور در جست‌وجوی ایجاد منافع اقتصادی برای جامعه محلی، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگ محلی، بهبود کیفیت زندگی و توانمندسازی جامعه محلی به منظور رفع نیازهای نسل‌های حال و آینده است. با وجود مزایای بسیار این نوع از گردشگری، به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه، اجرای آن در عمل با مشکلاتی همراه است. هدف این پژوهش بررسی میزان موفقیت گردشگری جامعه‌محور در روستای آسیاب‌سر است.

روش: روش تحقیق در این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش را خانوارهای روستای آسیاب‌سر با حجم ۴۹۹ تشکیل می‌دهند که از میان آن‌ها با استفاده از جدول مورگان ۲۱۰ نمونه انتخاب شدند. پرسش‌نامه به روش نمونه‌گیری قضاوتی میان آن‌ها توزیع شد. به منظور پاسخ‌گویی به پرسش اصلی پژوهش، از آزمون T تک نمونه‌ای با استفاده از نرم‌افزار SPSS استفاده شد.

یافته‌ها/ نتایج: طبق نتایج حاصل از این آزمون، گردشگری جامعه‌محور در منطقه مورد مطالعه موفق نبوده است؛ به طوری که از میان ده عامل موفقیت بررسی شده، تنها سه عامل مالکیت جامعه محلی، حمایت داخلی و خارجی و محافظت از منابع، میانگینی بیش‌تر از (۳) داشته‌اند.

محدودیت‌ها و راه‌بردها: محدودیت‌های این پژوهش شامل محدودبودن ادبیات مرتبط با موضوع پژوهش و هم‌چنین، وسیع‌بودن شاخص‌های موفقیت گردشگری جامعه‌محور و مشکلات مرتبط با سنجش همه این عوامل در قالب یک پژوهش بوده است.

راه کارهای عملی: به منظور توسعه گردشگری جامعه‌محور در روستای آسیاب‌سر و بهره‌گیری از منافع آن، لازم است قبل از هر کاری جامعه محلی آموزش‌های لازم در ارتباط با مدیریت و توسعه گردشگری را دیده و پس از آن، امکانات لازم برای مدیریت گردشگری در اختیار آن‌ها قرار گرفته شود تا با میل خود توسعه گردشگری در روستا را مدیریت کنند.

اصالت و ارزش: مطالعات بسیار کمی در ارتباط با گردشگری جامعه‌محور انجام شده است. در مطالعات انجام‌شده نیز معمولاً تنها چند شاخص از شاخص‌های این نوع از گردشگری، مورد بررسی قرار گرفته است. هم‌چنین، در اکثر مطالعات، دیدگاه نخبگان و نه جامعه محلی در ارتباط با موضوع بررسی شده است. در این پژوهش تلاش شده است تمام شاخص‌های گردشگری جامعه‌محور از دید ساکنان محلی که بیش‌تر از سایر ذی‌نفعان با گردشگری در ارتباط هستند، مورد بررسی گیرد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری جامعه‌محور، جامعه محلی، نواحی روستایی، روستای آسیاب‌سر

ارجاع: زرغام بروجنی، ح. و بذرافشان، ش. (۱۳۹۵). میزان موفقیت توسعه گردشگری جامعه‌محور روستایی از دید جامعه محلی (مطالعه موردی: روستای آسیاب‌سر، شهرستان بهشهر). مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۵(۴)، ۱۱۹-۱۳۶.

<http://dx.doi.org/10.22067/jrpp.v5i4.53821>

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسأله

در سال‌های اخیر، گردشگری به‌عنوان راه‌بردی برای درآمدزایی و سودرسانی به جوامع محلی، مورد توجه بسیاری از کشورهای قرار گرفته است. در بسیاری از مطالعاتی که در زمینه گردشگری انجام شده است، از این صنعت به‌عنوان گزینه‌ای مناسب جهت توسعه اقتصادی جوامع یاد می‌شود. اینسکیپ^۱ سه دلیل برای تمایل کشورهای به توسعه گردشگری ذکر می‌کند: ۱- ایجاد منافع اقتصادی مستقیم، غیرمستقیم و القایی ۲- ایجاد منافع اجتماعی- فرهنگی ۳- حفاظت از محیط زیست (هاسلر و استراسداس^۲، ۲۰۰۳، ص. ۱۱۴). با توجه به تمایل کشورهای به بهره‌گیری از منافع گردشگری، بسیاری از جوامع محلی به طور ناخواسته، درگیر آن می‌شوند. در نتیجه، آن‌ها مجبور خواهند بود با اثرات منفی گردشگری، به‌خصوص در مواقعی که طرح‌های توسعه گردشگری به‌طور مناسبی برنامه‌ریزی نشده‌اند، مواجه شوند. از این رو، برنامه‌ریزی مناسب به‌منظور جلوگیری از اثرات منفی توسعه گردشگری ضروری است (چابرا و فیلیپس^۳، ۲۰۰۹، ص. ۲۴۱). بسیاری از رویکردهای توسعه گردشگری در سال‌های اخیر بر مشارکت و توانمندسازی جوامع محلی، حفاظت از محیط و فرهنگ جامعه میزبان و توسعه پایدار جامعه تمرکز کرده‌اند؛ زیرا حمایت و مشارکت جامعه برای موفقیت توسعه گردشگری، امری ضروری است (وجیراکاچورن^۴، ۲۰۱۱، ص. ۱). در این میان، گردشگری جامعه‌محور (CBT^۵) مطرح شد که متضمن سطح بالای مشارکت جوامع تحت لوای پایداری در فرآیند توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری است. این نوع از گردشگری در دهه ۱۹۷۰ به عنوان واکنشی به عواقب منفی گردشگری انبوه پدیدار شد و در سه دهه گذشته محبوبیت بسیاری به دست آورده است (لوخل^۶، ۲۰۱۳، ص. ۲). این نوع از گردشگری اغلب در تباین با گردشگری انبوه و بزرگ‌مقیاسی است که تنها توسط شرکت‌ها و سازمان‌های مرتبط با گردشگری اداره و کنترل می‌شود و بهره اقتصادی محدودی برای جامعه میزبان در بر دارد. در گردشگری انبوه، جوامع محلی در کارهای سطح پایین و با درآمد ناچیزی به کار گماشته می‌شوند؛ اما در گردشگری جامعه‌محور، توسعه گردشگری محلی به طور خلاقانه، توسط افراد و گروه‌های مختلف جامعه محلی، مالکان کسب‌وکارهای کوچک و انجمن‌های محلی انجام می‌پذیرد (هاتون^۷، ۱۹۹۹،

ص. ۶۵). بسیاری از محققان، گردشگری جامعه‌محور را راه‌کاری مناسب برای توسعه اقتصادی-اجتماعی کشورهای در حال توسعه می‌دانند. در کشورهایی که اقتصاد منبع‌محور دارند و بخش زیادی از درآمدهای دولت تنها از طریق منابع طبیعی تأمین می‌شود، CBT می‌تواند فرصتی برای توسعه روستایی از طریق تقویت کسب‌وکارهای شخصی آسیب‌پذیر فراهم آورد. طرفداران این رویکرد، آن را رهیافت مناسبی برای دستیابی به اهداف توسعه جامعه می‌دانند (تلکاج و کینگ^۸، ۲۰۱۵، ص. ۳۸۷).

از سویی، توسعه گردشگری روستایی، راه‌کاری مناسب برای از بین بردن اثرات منفی گردشگری انبوه در کشورهای در حال توسعه، کاهش فقر روستایی و دستیابی کشور به اهداف توسعه است (احمد، عمار، نلامیاه و خیرون^۹، ۲۰۱۵، ص. ۱۱۷). با این وجود، نتایج حاصل از این صنعت همیشه مثبت نیست. گردشگری می‌تواند از نظر اجتماعی، فرهنگی، زیست-محیطی و حتی اقتصادی مخرب باشد. این اثرات مخرب می‌توانند در جوامع روستایی بسیار شدیدتر باشند؛ زیرا بازدیدکنندگان این مناطق نسبت به مناطق شهری مشهودتر هستند. برای توسعه گردشگری به شیوه‌ای که با محیط روستایی سنخیت بیش‌تری داشته باشد، گردشگری جامعه‌محور پیشنهاد شده است (جانسون^{۱۰}، ۲۰۱۰، ص. ۱۵۰). سازمان‌های جهانی در تلاش برای ترویج گردشگری و به‌خصوص گردشگری جامعه‌محور به عنوان ابزاری برای کاهش فقر در کشورهای در حال توسعه هستند. از این رو، CBT در کشورهای در حال توسعه بیش‌تر بر بخش روستایی تمرکز دارد (جیامپیکلی و کالیس^{۱۱}، ۲۰۱۲، ص. ۱۷۵). سبل^{۱۲} معتقد است نواحی روستایی در کشورهای در حال توسعه غالباً با کمبود تسهیلات و صنایع مواجه‌اند و افراد فقیر جامعه در آن ساکن هستند. از این رو، گردشگری جامعه‌محور می‌تواند به عنوان ابزاری برای نجات جامعه محلی از فقر نقش‌آفرینی کند (سبل، ۲۰۱۰، ص. ۱۴۰). با وجود تمام منافع حاصل از گردشگری جامعه‌محور، در اغلب کشورهای در حال توسعه، اختیارات اندکی به جامعه محلی داده می‌شود و توجهی نامطلوب به توانایی‌های آن‌ها برای مدیریت منابعشان به منظور حداکثرسازی مزایای گردشگری صورت می‌پذیرد؛ زیرا راه‌برد گردشگری در این کشورها، فعالیتی حکومت‌محور بوده و در

تغییرات مثبت بسیاری در نقش‌های جنسیتی و روابط منطقه ایجاد کرده است.

مقاله دیگری با عنوان «گردشگری جامعه‌محور در دومینیکا^{۱۵}: جنبه معیشتی» در سال ۲۰۱۰ توسط بوکینگ^{۱۶} انجام شده است و در آن میزان موفقیت یا شکست CBT مورد سنجش قرار گرفته است. برای پاسخ به پرسش‌های پژوهش از رویکرد ترکیبی استفاده شده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که CBT، استراتژی مناسبی برای توسعه گردشگری در دومینیکا است.

مقاله دیگری نیز با عنوان «گردشگری جامعه‌محور در کشورهای در حال توسعه» توسط گازمن، کنیزارس و پاون^{۱۷} در سال ۲۰۱۱ به بررسی ادراک ساکنان از خود، ارزیابی آن‌ها از گردشگری موجود و توسعه آن پرداخته است. اطلاعات مورد نیاز برای انجام این پژوهش به وسیله پرسش‌نامه گردآوری شدند. نتایج نشان می‌دهند مطابق ادراک ساکنان، توسعه گردشگری می‌تواند ایجاد اشتغال کرده و منبع درآمدی برای آن‌ها باشد. گرچه آن‌ها معتقد بودند آموزش افراد توسط دولت و بخش خصوصی برای دستیابی به چنین اهدافی ضروری است.

بلسترس^{۱۸} در مطالعه خود بیان می‌کند که گردشگری جامعه‌محور رابطه نزدیکی با پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی دارد و آسیب‌پذیری آن‌ها را کاهش می‌دهد.

کینگ و تلکاج^{۱۹} در پژوهش خود مسائل مدیریتی و سازمانی مرتبط با گردشگری جامعه‌محور روستایی را بررسی کرده است. برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش ادراک ذی‌نفعان را بررسی کرده است. ذی‌نفعان این نوع از گردشگری را فرصتی مناسب برای منفعت‌بردن جامعه می‌دانستند. با این وجود، به مشکلات آن نیز آگاه بودند. از نظر آن‌ها، مشکلات عبارت بودند از: کمبود مهارت و دانش جامعه محلی در ارتباط با گردشگری و عدم حمایت مستمر از آن‌ها. طبق نتایج این پژوهش، موفقیت بالقوه توسعه CBT به منبع و شرایط تأمین بودجه، توانایی تیم مدیریتی بستگی دارد.

گودوین و سنتیلی^{۲۰} به بررسی عوامل مؤثر در موفقیت CBT پرداخته است. در این پژوهش با ارزیابی جوامعی که CBT در آن‌ها با موفقیت اجرا شده است، عوامل موفقیت این نوع از گردشگری شناسایی شده‌اند؛ این عوامل عبارت‌اند از: میزان سرمایه اجتماعی جامعه محلی، توانمندسازی جامعه محلی، محافظت از منابع گردشگری، بهبود معیشت و

خدمت دستیابی به دستور کارهای خاص اجتماعی و اقتصادی آن‌هاست (کرمی، ۱۳۹۱، ص. ۳۵).

مطالعات بسیار اندکی در رابطه با گردشگری جامعه‌محور وجود دارد. بسیاری از این مطالعات نیز تنها بخشی از اجزای آن را مورد مطالعه قرار داده‌اند. هم‌چنین، اکثر مطالعات به ارزیابی این نوع از گردشگری از دیدگاه نخبگان پرداخته‌اند و کم‌تر دیدگاه جامعه محلی را در این خصوص در نظر گرفته‌اند. در این پژوهش تلاش شده است تمام زوایای این نوع از گردشگری از دید جامعه محلی مورد بررسی قرار گیرد. روستای آسیاب‌سر با توجه به قابلیت‌ها و جاذبه‌های متعدد تاریخی طبیعی، به عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب شده است. این مقاله در پی پاسخ‌گویی به پرسش ذیل است: از دید جامعه محلی، عوامل موفقیت CBT تا چه اندازه در روستای آسیاب‌سر اجرا می‌شوند؟ پاسخ به این پرسش به منظور بهبود اجرای آن و در نتیجه، توسعه پایدار جوامع محلی ضرورت دارد.

۲.۱. پیشینه نظری تحقیق

لوسبی و او^{۱۳} در سال ۲۰۰۵ در پژوهشی با عنوان «ادراک ساکنین از گردشگری جامعه‌محور در میانمار» به بررسی ادراک ساکنان از CBT در میانمار به عنوان ابزاری برای توسعه پایدار پرداختند. در این پژوهش، برای جمع‌آوری اطلاعات از مصاحبه ساختارمند استفاده شد و اطلاعات با استفاده از گراند تئوری تحلیل شدند. مطابق نتایج به‌دست‌آمده، جاذبه‌های گردشگری میانمار که شامل منابع طبیعی و میراث فرهنگی می‌شوند، هنوز با کمبود زیرساخت‌ها و خدمات ضروری مواجه‌اند. ساکنان معتقدند، شهر توان بالقوه را برای تبدیل شدن به یک بازار قوی برای پروژه‌های CBT دارد؛ اما سیاست‌های دولت و کسب اجازه از دولت برای آغاز این پروژه‌ها، مهم‌ترین مانع برای انجام آن‌ها است.

تران^{۱۴} در سال ۲۰۱۴ در پایان‌نامه خود با عنوان «یادگیری اعضای جامعه در اکوتوریسم جامعه‌محور» به بررسی نتایج یادگیری اعضای جامعه در گردشگری جامعه‌محور در سه بعد توسعه و مدیریت پروژه CBT، محافظت و نگهداری محیط طبیعی و توانمندسازی زنان محلی پرداخته است. روش تحقیق کیفی و روش گردآوری اطلاعات مصاحبه بوده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که اعضای جامعه آموخته‌اند به CBT به‌عنوان ابزاری برای یک استراتژی مؤثر برای توسعه به شیوه‌ای پایدار بنگرند. این نوع از گردشگری موجب افزایش درآمد جامعه محلی و محافظت از محیط زیست منطقه گشته و

استاندارهای زندگی جامعه، توسعه اقتصاد محلی، پایداری تجاری.

۲. روش‌شناسی تحقیق

۱.۲. قلمرو جغرافیایی تحقیق

روستای آسیاب‌سر در بخش مرکزی شهرستان بهشهر و در ۱۵ کیلومتری جاده نکا و در دهستان کوهستان قرار دارد. این روستا از جمله روستاهای هدف‌گانه هدف گردشگری و نخستین روستای انتخاب‌شده برای توسعه گردشگری و حفظ میراث کهن نیاکان و احیای فرهنگ منطقه است. این روستا آب‌وهوای معتدل خزری دارد و به سبب نزدیکی با دریای خزر، تابستان‌هایی گرم و مرطوب و زمستان‌هایی معتدل و مرطوب دارد. شکل ناهمواری‌های روستا به گونه‌ای است که به راحتی می‌توان آن را به دو قسمت جلگه‌ای و کوهستانی تقسیم کرد. از جمله مکان‌های تاریخی این روستا که در مرکز آن واقع شده است، مقبره آل وات بابکانی با نام‌های میرکمال‌الدین و میرشمس‌الدین بابکانی است که در قرن هشتم و نهم هجری به خاک سپرده شده‌اند. آتشکده کیکاووس بن قباد ساسانی و قلعه طوس نوذر که به قلعه شاه‌نشین معروف است، از دیگر میراث فرهنگی این روستا هستند. ۹۰ درصد مردم این روستا باسواد بوده و بیش‌تر اهالی این روستا به کار کشاورزی مشغول هستند^{۲۱}. براساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۰، جمعیت آن ۱۵۳۷ نفر (۴۹۹ خانوار) بوده است^{۲۲}. به گفته دهیار این روستا در ایام تعطیلات نوروز، روزانه ۴۰۰ گردشگر وارد این روستا می‌شوند و از جاذبه‌های گردشگری آن دیدن می‌کنند^{۲۳}.

۲.۲. روش تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی براساس روش مقطعی می‌باشد. همچنین، از نظر فلسفه پژوهش، از نوع تحقیقات اثبات‌گرایی است. جامعه آماری تحقیق را ۴۴۸ خانوار روستای آسیاب‌سر تشکیل می‌دهند که از میان آن‌ها با استفاده از جدول مورگان ۲۱۰ خانوار به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. با توجه به مشخص نبودن چهارچوب نمونه‌گیری در این پژوهش، از نمونه‌گیری غیراحتمالی قضاوتی استفاده شده است. به منظور سنجش نگرش افراد به موفقیت هر یک از عوامل موفقیت CBT، از مقیاس ارزیابی CBT استفاده شده است که شامل ۱۰ شاخص است. این شاخص‌ها عبارت‌اند از: مشارکت جامعه

(سرمایه‌گذاری افراد محلی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، مشارکت در برنامه‌ریزی، شرکت در جلسات، آگاهی از تصمیمات اخذشده، متأثر کردن تصمیمات، انتقال نظرات به تصمیم‌گیرندگان)، تسهیم منافع (بهره‌مند شدن همه ساکنان، ایجاد اشتغال، ایجاد سرمایه‌گذاری، افزایش درآمد، توزیع عادلانه منافع، توسعه اقتصادی منطقه)، محافظت از منابع (آسیب محیط طبیعی، کمک دولت به حفظ منابع، تمایل جامعه محلی به حفظ منابع، حفاظت از خانه‌های، تناسب گردشگری با محیط طبیعی و فرهنگی روستا)، مالکیت جامعه محلی (مالکیت رستوران‌ها، مالکیت مراکز اقامتی، مالکیت قهوه‌خانه‌ها، مالکیت سایر کسب‌وکارهای محلی)، حمایت داخلی و خارجی (ایجاد زیرساخت‌های ضروری توسط دولت، آموزش افراد محلی، ایجاد سرمایه برای جامعه محلی، ورود دانش و تکنولوژی جدید به منطقه، حمایت ساکنان، حمایت دولت، رضایت جامعه محلی از توسعه گردشگری) مدیریت و رهبری (مدیریت مناسب، مهارت مدیریتی، تمایل به اجرای تصمیمات مدیریتی، توانایی مدیریت مشکلات، حمایت ساکنان از مدیران، ارزیابی برنامه‌ها)، ارتباط میان ذی‌نفعان (هم‌کاری و هماهنگی مسئولان، ارتباط ساکنان و گردشگران، صحبت با دیگران در ارتباط با گردشگری) و کیفیت زندگی (شلوغی منطقه، بهبود خدمات عمومی، افزایش هزینه‌های زندگی، افزایش جرم، بهبود امکانات بهداشتی)، مقیاس توسعه گردشگری (تمایل جامعه محلی به افزایش تعداد گردشگران، امکان مدیریت گردشگران توسط جامعه محلی، آسیب گردشگران به محیط) و رضایت گردشگران (رضایت از امکانات منطقه، رضایت از جاذبه‌های منطقه، رضایت از قیمت محصولات و خدمات، رضایت از میهمان‌نوازی جامعه محلی) که در مجموع، در قالب ۵۰ پرسش مطرح شده‌اند. به منظور اندازه‌گیری هر یک از پرسش‌ها، از طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت با دامنه ۱ (بسیار مخالف) تا ۵ (بسیار موافق) استفاده شد.

به منظور آزمون روایی پرسش‌نامه از روایی صوری و محتوایی استفاده شد؛ به طوری که پرسش‌نامه در اختیار استادان و کارشناسان ارشد حوزه مربوطه قرار گرفت و پس از چند بار بازبینی به تأیید نهایی آن‌ها رسید. پایایی پرسش‌نامه نیز با انجام آزمون پایلوت بر روی ۳۰ نفر از افراد نمونه و هم‌چنین، کسب ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰.۷۰٪ برای کل پرسش‌نامه (۷۸٪) و هم‌چنین، هریک از عوامل موفقیت CBT (مشارکت جامعه = ۰.۷۹٪، تسهیم منافع = ۰.۷۴٪، محافظت از

شده است. به منظور پاسخ‌گویی به پرسش اصلی پژوهش، از آزمون T تک‌نمونه‌ای استفاده شده است.

۳.۲. متغیرها و شاخص‌های تحقیق

CBT شاخص‌های مختلفی دارد. در هر یک از تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده است، به چند شاخص اشاره شده است. در جدول (۱) فهرست این شاخص‌ها آورده شده است.

منابع = ۰.۸۲٪، مالکیت توسط افراد محلی = ۰.۷۸٪، مدیریت و رهبری = ۰.۸۴٪، ارتباط میان ذی‌نفعان = ۰.۷۵٪، کیفیت زندگی = ۰.۸۵٪، مقیاس توسعه گردشگری = ۰.۸۰٪ و رضایت گردشگران = ۰.۷۳٪، تأیید شد.

در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از پرسش‌نامه، از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است؛ به طوری که ابتدا جهت تلخیص و طبقه‌بندی اطلاعات، از روش‌های آمار توصیفی و در قسمت بعد به منظور پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش از روش‌های آمار استنباطی استفاده

جدول ۱- معیارهای اندازه‌گیری موفقیت CBT

مأخذ: وجیرا کاجورن^{۲۴}، ۲۰۱۱، ص. ۳۱

شماره	معیار موفقیت CBT	منابع
۱	مشارکت جامعه	Blackman et al., 2004; Hipwell, 2007; Inskip, 1991; Jamal & Getz, 1995; Kibicho, 2008; Laws, 1995; McIntyre, 1993; Mowforth & Munt, 2009; Murphy, 1985; Phillips & Pittman, 2009; Pongponrat & Pongquan, 2007. Rocharungsat, 2008; Sofield, 2003
۲	تسهیم منافع	Hipwell, 2007; Innes, 1996; Jamal & Getz, 1995; Kibicho, 2008; Pongponrat & Pongquan, 2008; Rocharungsat, 2008; Scheyvens, 1999; Sebele, 2010; Simpson, 2001; Timothy, 1999
۳	محافظت از منابع گردشگری	Hipwell, 2007; Hiwasaki, 2006; Inskip, 1991; Jain & Triraganon, 2003; Rocharungsat, 2008; Sproule, 1996; Suansri, 2003
۴	حمایت از داخل و خارج جامعه	Blackman et al., 2004; Hiwasaki, 2006; Inskip, 1991; Jamal & Getz, 1995; Kibicho, 2008; Laws, 1995; Manyara & Jones, 2007; McIntyre, 1993; Murphy, 1985; Rocharungsat, 2008; Sofield, 2003; Tosun & Jenkins, 1998
۵	مالکیت جامعه محلی	Kiss, 2004; Mowforth & Munt, 2009; Simpson, 2008; Sproule, 1996; Suansri, 2003
۶	مدیریت و رهبری	Blackman et al., 2004; Hiwasaki, 2006; Pongponrat & Pongquan, 2007; Rocharungsat, 2008
۷	روابط متقابل میان ذی‌نفعان	Hiwasaki, 2006; Pongponrat & Pongquan, 2007; Simpson, 2008
۸	کیفیت زندگی	Hipwell, 2007; Manyara & Jones, 2007; Suansri, 2003
۹	مقیاس توسعه گردشگری	Hipwell, 2007; Kibicho, 2008; Manyara & Jones, 2007
۱۰	رضایت گردشگران	Dymond, 1997; Orams, 1995; Rocharungsat, 2008

چهارم توسعه پایدار مطرح شد (اسپانگنبرگ^{۲۶}، ۲۰۰۲، ص. ۲۹۸).

گردشگری پایدار که از عبارت توسعه پایدار مشتق شده است، جای‌گزینی برای گردشگری انبوه است که در تلاش برای افزایش اثرات مثبت و کاهش اثرات منفی گردشگری بر جامعه محلی و محیط طبیعی است. در یک تعریف کلی، می‌توان تمام انواع گردشگری را که با توسعه پایدار سازگارند یا موجب آن می‌شوند، گردشگری پایدار نامید (لیو^{۲۷}، ۲۰۰۳، ص. ۴۶۱). سازمان گردشگری جهانی (WTO^{۲۸}) معتقد است «اصول و شیوه‌های مدیریتی توسعه گردشگری پایدار، قابل استفاده برای انواع مختلف گردشگری و تمام مقاصد می‌باشند» (سازمان جهانی گردشگری، ۲۰۰۴، ص. ۱). عناصر

۳. مبانی نظری

۱.۳. توسعه گردشگری پایدار

با وجود آن که تعریف واحدی از پایداری وجود ندارد، بسیاری از محققان اتفاق نظر دارند که توسعه پایدار دربرگیرنده اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در بلندمدت می‌باشد (گودوین^{۲۵}، ۲۰۱۱، ص. ۵۷). توسعه پایدار در جست‌وجوی ایجاد هماهنگی میان انسان‌ها و هم‌چنین، میان انسان‌ها و طبیعت است. با وجود آن که تأکید اولیه توسعه پایدار بر حفاظت زیست‌محیطی و منابع طبیعی بود، به تدریج جنبه‌های اقتصادی و اجتماعی نیز به این مفهوم پیوستند و پس از آن، بعد سازمانی نیز به عنوان عنصر

اوقات بدون ارجاع به توسعه پایدار مطرح می‌شود (هانتتر^{۳۵}، ۱۹۹۷، ص. ۸۵۷). باتلر^{۳۶} معتقد است مفهوم گردشگری پایدار بسیار کلی و وسیع بوده و حوزه تمرکز محدودی دارد و صرفاً به دلیل محبوبیت و رواج توسعه پایدار، بسیاری از مفاهیم و محصولات گردشگری؛ مانند گردشگری طبیعت‌محور، اکوتوریسم، گردشگری ماجراجویانه و غیره تحت عنوان گردشگری پایدار طبقه‌بندی می‌شوند (باتلر، ۱۹۹۹، ص. ۱۵). گارود و فیال^{۳۷} معتقدند مفهوم گردشگری پایدار بسیار انتزاعی و در نتیجه، فاقد معنا بوده و به‌سختی قابل تبدیل به راه‌بردهای عملی است. آن‌ها هم‌چنین، معتقدند اکنون زمان آن فرا رسیده که محققان از بحث در مورد معنا و تعریف گردشگری پایدار فراتر رفته و تلاش خود را بر اجرایی کردن این مفهوم متمرکز کنند (گارود و فیال، ۱۹۹۹، ص. ۲۰۲). در سال‌های اخیر بسیاری از محققان بر ایجاد شاخص‌های گردشگری پایدار با هدف عملی کردن این مفهوم تمرکز کرده‌اند. مشارکت جامعه توسط اغلب محققان یکی از ابزارهای بسیار ضروری برای توسعه گردشگری پایدار در سطوح ملی و محلی در نظر گرفته می‌شود. مشارکت جامعه از طرق مختلف موجب گردشگری پایدار می‌شود. جوامع میزبان نقش مهمی در اجرای برنامه‌ها ایفا می‌کنند. از این رو، مشارکت آن‌ها در فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری پایدار ضروری است. تمرکز اصلی گردشگری جامعه‌محور نیز بر مشارکت جوامع محلی در فرآیندهای توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری پایدار است. هم‌چنین، این نوع از گردشگری دست‌یابی به اهداف توسعه پایدار جامعه را مد نظر قرار داده است و می‌توان از آن به عنوان ابزاری به منظور اجرایی کردن توسعه گردشگری پایدار نام برد (سبل^{۳۸}، ۲۰۱۰، ص. ۱۳۷).

۳.۳. گردشگری جامعه‌محور

پیش از پرداختن به مفهوم گردشگری جامعه‌محور، لازم است مفهوم جامعه مشخص شود. تعاریف مختلفی از جامعه وجود دارد. از نظر جغرافیایی، جامعه یک مکان جغرافیایی است. از نظر اجتماعی، جامعه شامل گروهی از افراد با علایق یکسان می‌شود. به طور کلی جامعه افرادی هستند که در یک مکان جغرافیایی زندگی می‌کنند و با یکدیگر و مکانی که در آن زندگی می‌کنند، روابط اجتماعی و روان‌شناختی دارند. این تعریف از جامعه سه بعد جامعه را در بر می‌گیرد: مکان جغرافیایی، افراد و ارتباط میان آن‌ها (متسیچ، مانسی و ری^{۳۹}، ۱۹۹۷، ص. ۵۶).

اصلی پایداری گردشگری شامل برآوردن نیازهای جامعه محلی و گردش‌گران و هم‌چنین، حفاظت و افزایش کیفیت منابع طبیعی، فرهنگی و اجتماعی‌ای است که برای توسعه گردشگری ضروری هستند (اگل^{۴۰}، ۲۰۰۶، ص. ۲۳)؛ علاوه بر این، توسعه گردشگری پایدار باید منجر به افزایش مشارکت جامعه در فرآیندهای توسعه گردشگری شود (شن و کاترل^{۴۰}، ۲۰۰۸، ص. ۳۷۱).

پایداری در حوزه گردشگری شامل انواع مختلف گردشگری می‌شود. گردشگری جامعه‌محور مثالی کامل از توسعه گردشگری پایدار است؛ زیرا در اغلب طرح‌های توسعه CBT، جامعه محلی مالکیت و مدیریت تسهیلات گردشگری را بر عهده دارند و این موضوع منافع اقتصادی بسیاری را نصیب اکثر افراد جامعه می‌کند؛ علاوه بر این، CBT به‌عنوان نوعی از گردشگری با اثرات منفی حداقل برای محیط اجتماعی-فرهنگی مقصد در نظر گرفته می‌شود؛ زیرا افراد محلی خود کنترل امور را در دست دارند و آن‌ها تصمیم می‌گیرند چه الگوهای فرهنگی از جامعه خود را با گردش‌گران تقسیم کنند. در نهایت، این نوع از گردشگری اثرات منفی کم‌تری نیز بر محیط‌زیست دارد؛ چون کوچک‌مقیاس بوده و تعداد کمی از گردش‌گران از آن منطقه بازدید کرده و از این رو، آسیب کم‌تری به محیط‌زیست وارد می‌کند (بروگل^{۴۱}، ۲۰۱۳، ص. ۲). به‌طور کلی، می‌توان گفت که گردشگری جامعه‌محور، ابزاری برای دستیابی به توسعه پایدار است (باکینگ^{۴۲}، ۲۰۱۰، ص. ۷)؛ به طوری که در طول ۲۰ سال گذشته، گردشگری جامعه‌محور، بخشی جدایی‌ناپذیر از گردشگری پایدار شده است (سامنز و گروت^{۴۳}، ۲۰۱۵، ص. ۷۲).

۲.۳. مشکلات مرتبط با پارادایم توسعه گردشگری

پایدار

اگرچه پارادایم توسعه گردشگری پایدار، بسیار جالب به نظر می‌رسد و مدافعان بسیاری دارد؛ اما عمل به آن بسیار مشکل است. مطالعه و تعریف گردشگری پایدار، لزوماً اجرای آن را در دنیای واقعی تضمین نمی‌کند (ژاو^{۴۴}، ۲۰۱۰، ص. ۱۰). انتقادات بسیاری در ارتباط با توسعه گردشگری پایدار توسط محققان مطرح شده است. برخی از محققان معتقدند گردشگری پایدار جهت ساده‌سازی و انعطاف‌پذیری بیش از حد، تفاوت‌های اساسی با توسعه پایدار یافته است و در اغلب

۳- منافع حاصل از گردشگری باید به طور عادلانه میان جامعه توزیع شود.

۴- روابط متقابل بین میهمان و میزبان باید تقویت شود. از این رو، CBT نوعی از توسعه گردشگری است که بر مشارکت جامعه یا کنترل آن‌ها بر فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری، در تمامی مراحل شروع به کار، مدیریت، اجرا، ارزیابی و در نهایت، تسهیم منافع تمرکز دارد (ترجس و چیانگ^{۴۸}، ۲۰۰۹، ص. ۳۷۴). اهداف CBT شامل ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و حفاظتی می‌شود. از منظر سیاسی، جامعه باید قدرت تصمیم‌گیری و اعمال کنترل بر سرعت و مسیر توسعه را داشته باشند. از منظر اقتصادی منافع اقتصادی حاصل از این نوع گردشگری و فرصت‌های شغلی ایجادشده باید به‌طور عادلانه میان جامعه توزیع شود.

از منظر اجتماعی-فرهنگی، توسعه CBT باید منجر به حفظ ارزش‌ها و سنت‌های فرهنگی شده و انسجام و هم‌کاری را در جامعه تقویت کرده و منجر به افزایش اعتمادبه‌نفس و غرور جامعه شود. حفاظت از منابع طبیعی نیز از دیگر اهداف اساسی توسعه CBT می‌باشد (کنترجیولوس^{۴۹}، ۲۰۰۵، ص. ۱۸). شکل (۱) نشان می‌دهد که چه‌طور CBT می‌تواند به-عنوان ابزاری برای توسعه جامعه مورد استفاده جامعه قرار گیرد.

CBT، نوعی از گردشگری جای‌گزین است که منافع جامعه محلی را به حداکثر رسانده و بر ظرفیت‌سازی و توانمندسازی مردم محلی، به عنوان ابزارهایی برای رسیدن به توسعه جامعه تمرکز دارد. این نوع از گردشگری که براساس رویکرد مشارکتی شکل گرفته است، منافع زیادی نصیب جامعه می‌کند، مشارکت فعال جامعه در برنامه‌ریزی گردشگری را تسهیل می‌کند، روابط متقابل میان گردشگران و جامعه را افزایش می‌دهد و میراث فرهنگی و طبیعی منطقه را حفظ می‌کند (تلکاچ و کینگ^{۴۰}، ۲۰۱۵، ص. ۳۸۹).

هال^{۴۱} معتقد است CBT، بر مشارکت جامعه میزبان در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری به‌منظور ایجاد صنعتی پایدارتر تمرکز دارد (بلاکستاک^{۴۲}، ۲۰۰۵، ص. ۳۹). این رویکرد راهی برای توانمندسازی جامعه و دادن امکان به آن‌ها برای خارج شدن از اثرات نامطلوب گردشگری انبوه به شمار می‌آید (لوخل^{۴۳}، ۲۰۱۳، ص. ۱۱). در CBT مدیریت امور توسط جامعه محلی انجام می‌شود و هدف آن افزایش آگاهی بازدیدکنندگان از شیوه‌های زندگی افراد محلی است (گودوین و سنتیلی^{۴۴}، ۲۰۰۹، ص. ۱۱).

عباراتی که با CBT ارتباط دارند و معمولاً همراه با آن به کار می‌روند، عبارت‌اند از: ایجاد منافع برای جوامع محلی، مشارکت فعال جامعه در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، افزایش روابط متقابل میزبان و میهمان، مشارکت گروهی در مدیریت گردشگری به‌طور عام و در منافع حاصل از گردشگری به‌طور خاص و در نهایت، حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی (تلکاچ و کینگ^{۴۵}، ۲۰۱۵، ص. ۳۸۹).

در این نوع از گردشگری، توسعه گردشگری مناسب تنها از طریق مشارکت جامعه و هم‌کاری ذی‌نفعان امکان‌پذیر است (ینگ، راین و ژنگ^{۴۶}، ۲۰۱۳، ص. ۸۶). جنبه مهمی که در تمام تعاریفی که از CBT ارائه شده است وجود دارد، این است که در این نوع از گردشگری کنترل و همچنین سهم زیادی از منافع گردشگری باید متعلق به جامعه محلی باشد (جرج، ندلا و آنتونی^{۴۷}، ۲۰۰۸، ص. ۱).

با وجود تعاریف مختلفی که از CBT وجود دارد، همه آن‌ها نقاط مشترکی دارد؛ از جمله:

۱- این نوع از گردشگری بر کنترل جامعه محلی بر توسعه تمرکز دارد.

۲- جامعه محلی باید در فرآیندهای برنامه‌ریزی و مدیریت مشارکت داده شوند.

اجتماعی

- بهبود کیفیت زندگی
- افزایش غرور جامعه
- تقسیم نقش‌ها به‌طور عادلانه میان زنان و مردان/ جوانان و پیران
- ایجاد سازمان‌های مدیریت جامعه

اقتصادی

- افزایش سرمایه برای توسعه جامعه
- ایجاد مشاغل جدید
- افزایش درآمد مردم محلی

فرهنگی

- ترغیب افراد به احترام به فرهنگ‌های مختلف
- ایجاد تبادل فرهنگی
- توسعه فرهنگ محلی

جامعه**زیست‌محیطی**

- مطالعه ظرفیت تحمل منطقه
- مدیریت پسماندها
- افزایش آگاهی عمومی از ضرورت حفظ منابع

سیاسی

- افزایش مشارکت جامعه محلی
- افزایش قدرت جامعه در برابر محیط بیرونی
- به‌دست‌آوردن حقوق مدیریت منابع طبیعی توسط مردم محلی

شکل ۱- گردشگری جامعه‌محور به‌عنوان ابزاری برای توسعه جامعه

مأخذ: سوانسری، ۵، ۲۰۰۳، ص. ۲۱

۴. یافته‌های تحقیق

های آماری مقتضی، به پاسخ‌گویی پرسش‌های پژوهش می‌پردازیم.

در این بخش ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان بیان می‌شود و در قسمت بعد با استفاده از آزمون-

جدول ۲- ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

درصد	تعداد	ویژگی	
۶۰	۱۲۵	مرد	جنسیت
۴۰	۸۵	زن	
۵۳	۱۱۲	متاهل	وضعیت تأهل
۴۷	۹۸	مجرد	
۷	۱۴	بی‌سواد	تحصیلات
۲۰	۴۲	زیر دیپلم	
۲۹	۶۱	دیپلم	
۱۷	۳۵	فوق دیپلم	
۲۵	۵۴	لیسانس	
۲	۴	بیش‌تر از لیسانس	شغل
۷	۱۴	بیکار	
۱۲	۲۵	کارمند	
۱۹	۴۱	کارگر	

ادامه جدول ۲

درصد	تعداد	ویژگی	
۶	۱۲	دامدار	شغل
۲۳	۴۸	کاسب	
۹	۱۹	دانشجو	
۲۰	۴۲	خانه‌دار	
۴	۹	کشاورز	
۲۵	۵۲	۲۹-۲۰	سن
۲۷	۵۶	۳۹-۳۰	
۲۱	۴۴	۴۹-۴۰	
۲۰	۴۳	۵۹-۵۰	
۷	۱۵	۷۰-۶۰	
۲۳	۴۹	کم‌تر از ۳۰۰ هزار تومان	درآمد ماهیانه
۲۶	۵۵	بین ۳۰۰-۴۹۹ هزار تومان	
۲۳	۴۸	بین ۵۰۰-۶۹۹ هزار تومان	
۱۱	۲۳	بین ۷۰۰-۸۹۹ هزار تومان	
۹	۱۹	بین ۹۰۰ تا یک میلیون و صد هزار تومان	
۸	۱۶	بیش از یک میلیون و صد هزار تومان	

به منظور بررسی میزان موفقیت CBT در روستای مورد مطالعه از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده شده است. با توجه به پنج گزینه‌ای بودن پاسخ‌ها، ارزش آزمون عدد (۳) در نظر گرفته شده است.

جدول ۳- آمارهای تک‌نمونه‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

تعداد	میانگین	انحراف معیار	میانگین انحراف استاندارد
۲۱۰	۲/۷۸	۰/۱۷	۰/۰۸

جدول ۴- آزمون تی تک‌نمونه‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

ارزش آزمون = ۳		اختلاف از میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	آماره تی	میزان موفقیت CBT
فاصله اطمینان ۹۵٪ اختلاف از میانگین	حد پایین					
حد بالا	حد پایین	۰/۲۲-	۰/۰۰۳	۱۴۹	۳/۸۸-	میزان موفقیت CBT
۰/۰۶-	۰/۶۱-					

می‌توان گفت که گردشگری جامعه‌محور در روستای آسیاب-سر موفق نبوده است.

جدول (۶) میزان موفقیت هریک از شاخص‌های CBT را به تفکیک نشان می‌دهد. ارزش آزمون برای بررسی این شاخص‌ها (۳) در نظر گرفته شده است.

همان‌طور که جدول (۵) نشان می‌دهد، سطح معناداری آزمون ۰/۰۰۰ برآورد شده است. از این رو، می‌توان گفت که اختلاف میانگین پاسخ‌ها با میانگین مورد انتظار در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار است. از آن‌جا که میانگین محاسبه‌شده (۲/۷۸) کم‌تر از میانگین مورد انتظار (۳) است،

جدول ۵- میزان موفقیت شاخص‌های CBT (آزمون T تک نمونه‌ای)

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۴

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	آماره تی	سطح معناداری	اختلاف از میانگین
مشارکت جامعه	۲/۲۴	۰/۵۲	-۲/۸۸	۰/۰۰۰	-۰/۷۶
تسهیم منافع	۲/۶۳	۰/۴۴	-۰/۳۲	۰/۰۰۷	-۰/۳۷
محافظت از منابع	۳/۱۵	۰/۵۵	۰/۲۲	۰/۰۰۰	۰/۱۵
حمایت داخلی و خارجی	۳/۰۳	۰/۸۴	۰/۲۵	۰/۰۰۱	۰/۰۳
مالکیت جامعه	۳/۲۷	۰/۱۹	۰/۵۲	۰/۰۰۰	۰/۲۷
مدیریت و رهبری	۲/۸۱	۰/۴۱	-۰/۸۷	۰/۰۲۱	-۰/۱۹
روابط ذی‌نفعان	۲/۹۴	۰/۴۲	-۲/۰۳	۰/۰۳۵	-۰/۰۶
کیفیت زندگی	۲/۱۴	۰/۵۶	-۱/۶۱	۰/۰۰۰	-۰/۸۶
مقیاس توسعه	۲/۸۳	۰/۶۵	-۲/۰۹	۰/۰۲۲	-۰/۱۷
رضایت گردش‌گران	۲/۷۶	۰/۳۸	-۳/۴۸	۰/۰۰۰	-۰/۲۴

براساس نتایج جدول (۶)، از میانگین شاخص‌های ده‌گانه CBT، تنها سه شاخص مالکیت جامعه، محافظت از منابع و حمایت داخلی و خارجی میانگینی بیش‌تر از (۳) داشته‌اند و میانگین سایر شاخص‌ها کم‌تر از (۳) بوده است. در این میان، شاخص مالکیت جامعه با میانگین (۳/۲۷) و شاخص کیفیت زندگی با میانگین (۲/۱۴) به ترتیب، بیش‌ترین و کم‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده‌اند. برای درک بهتر شاخص‌های CBT، وضعیت هریک از شاخص‌ها به تفکیک بررسی می‌شوند.

اولین و مهم‌ترین شاخص در موفقیت CBT که در اکثر پژوهش‌ها به آن اشاره شده است، مشارکت جامعه است. این شاخص با گویه‌های سرمایه‌گذاری جامعه محلی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، مشارکت در برنامه‌ریزی، شرکت در جلسات، آگاهی از تصمیمات اخذشده، متأثر کردن تصمیمات و انتقال نظرات به تصمیم‌گیران مورد بررسی قرار گرفته است. میانگین این شاخص (۲/۲۴) کم‌تر از میانگین مورد انتظار بوده است. از این رو، می‌توان گفت ساکنان منطقه، مشارکتی در توسعه گردشگری نداشته‌اند. پاسخ‌گویان معتقد بودند که مشارکت اهالی روستا در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، موجب حفاظت از فرهنگ و سنت‌های روستا خواهد شد. هم‌چنین، آن‌ها تمایل بسیاری برای شرکت در جلسات روستا به منظور بحث در مورد موضوعات مرتبط با گردشگری داشتند. در رابطه با مشارکت جامعه در توسعه گردشگری باید این نکته را در نظر داشت که مشارکت افراد، موضوع ساده‌ای نیست. مشارکت جامعه به عوامل مختلفی؛ از جمله نیروهای سیاسی،

ترتیب‌های اداری و بازتوزیع قدرت و ثروت بستگی دارد که در بسیاری از کشورها برای گروه حاکم غیرقابل قبول است. از این رو، مشارکت جامعه در فرآیندهای توسعه تا زمانی که راه‌بردهای ویژه و سنجیده‌ای در سطح محلی و ملی در نظر گرفته شوند، به واقعیت نمی‌پیوندد. از جمله اولین اثرات مورد انتظار از رشد گردشگری در اغلب مقاصد، ایجاد منافع اقتصادی برای جامعه است. با توجه به این موضوع، تسهیم منافع حاصل از گردشگری، شاخص دیگری است که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است. این شاخص توسط گویه‌های منتفع‌شدن همه ساکنان، ایجاد اشتغال، سرمایه‌گذاری، افزایش درآمد، توزیع عادلانه منافع و توسعه اقتصادی منطقه بررسی شد و میانگین آن ۲/۶۳ بوده است. اهالی روستا معتقدند، توسعه گردشگری هیچ درآمدی برایشان ایجاد نکرده است و تأثیری در اشتغال افراد نداشته است. به دلیل کمبود امکانات در روستا و عدم توانایی روستاییان در فراهم کردن مواد مورد نیاز گردش‌گران، اغلب گردش‌گرانی که به منطقه سفر می‌کنند، مواد مورد نیاز خود را از خارج روستا تهیه می‌کنند و به این ترتیب، از توسعه گردشگری منفعتی نصیب اهالی روستا نمی‌شود. هم‌چنین، اهالی روستا از مشکلات ایجادشده ناشی از توسعه گردشگری که به دلیل عدم برنامه‌ریزی و نظارت مناسب ایجاد شده است، شکایت داشتند. همان‌طور که استرونا و گردیلو^{۵۱} (۲۰۰۸) ذکر می‌کنند، در عین حال که منافع حاصل از گردشگری می‌تواند موجب تقویت هم‌بستگی اجتماعی و اعتماد میان افراد شود، اثرات منفی گردشگری نیز ممکن است موجب تضعیف اتحاد

زیرساختی برای توسعه گردشگری در منطقه فراهم نکرده است و حمایتی از توسعه گردشگری نداشته است. هم‌چنین، علی‌رغم تمایل و نیاز ساکنان به آموزش در حوزه گردشگری، هیچ‌گونه آموزشی در این زمینه صورت نگرفته است. در این راستا، اقدامات تسهیل‌کننده توسعه گردشگری؛ نظیر ساختن تسهیلات اقامتی برای گردشگران، ایجاد راه‌های ارتباطی و سایر زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگران و هم‌چنین، آموزش جامعه محلی ضروری است.

مالکیت جامعه محلی از دیگر شاخص‌های مورد بررسی در این پژوهش است این شاخص بالاترین میانگین (۳/۲۷) را به خود اختصاص داده است. برای سنجش این مؤلفه از گویه‌های مالکیت رستوران‌ها، مالکیت مراکز اقامتی، مالکیت قهوه‌خانه‌ها و مالکیت سایر کسب‌وکارهای محلی استفاده شده است. سانسری^{۵۴} (۲۰۰۳) معتقد است که مالکیت محلی در کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری از عناصر اساسی CBT است.

در روستای آسیاب‌سر، اهالی روستا مالکیت کسب‌وکارهای گردشگری را بر عهده دارند و آن‌ها را مدیریت و اداره می‌کنند. با این وجود، آن‌ها معتقدند، با توسعه گردشگری تغییر قابل توجهی در کسب‌وکارهای آن‌ها صورت نگرفته است. مطابق نتایج حاصل، اکثر صاحبان کسب‌وکار در منطقه، ساکنان همان منطقه هستند. مالکیت جامعه محلی در مراحل اولیه توسعه گردشگری معمولاً وجود دارد؛ اما با افزایش مقیاس توسعه، به تدریج از مالکیت جامعه محلی کاسته شده و افراد و سازمان‌های خارجی مالکیت کسب‌وکارهای گردشگری را بر عهده می‌گیرند؛ زیرا توسعه گردشگری در یک منطقه سرمایه‌گذاران را تشویق به سرمایه‌گذاری در آن مکان و راه‌اندازی کسب‌وکارهای بزرگ مقیاس می‌کند. جامعه محلی نیز در اغلب موارد توان رقابت با آن‌ها را نداشته و شکست می‌خورد و از این طریق با گذشت زمان، کنترل جامعه محلی بر توسعه گردشگری کاهش یافته و از بین می‌رود. می‌توان گفت همان‌طور که مقاصد گردشگری محلی به سمت مراحل توسعه پیش می‌روند، جامعه محلی کنترل خود را بر آن از دست می‌دهند. بنابراین، ویژگی‌های اقتصادی و تجاری گردشگری مدرن، موجب توسعه بنگاه‌های تجاری یک‌پارچه‌ای می‌شود که امکان مشارکت جامعه را کاهش می‌دهند (پیرس^{۵۵}، ۱۹۸۹، ص. ۹۴). از این رو، لازم است با برنامه‌ریزی مناسب و آموزش روستاییان و هم‌چنین، قراردادن تسهیلات سرمایه‌گذاری در اختیار آن‌ها، مالکیت را در اختیار آن‌ها نگه

و تعاون میان اعضای جامعه شود. از این رو، هم‌کاری و تعاون میان ذی‌نفعان گردشگری، به‌خصوص جامعه محلی برای دستیابی به اهداف توسعه جامعه ضروری است.

شاخص دیگر موفقیت CBT، محافظت از منابع است که میانگین آن (۳/۱۵) بالاتر از حد متوسط بوده است. گویه‌های این شاخص عبارت‌اند از: آسیب به محیط طبیعی، مساعدت دولت به منظور حفظ منابع، تمایل جامعه محلی به حفظ منابع، حفاظت از خانه‌های قدیمی، و تناسب گردشگری با محیط طبیعی و فرهنگی روستا. مطابق نتایج حاصل‌شده، اهالی روستا از ارزش منابع طبیعی و تاریخی که در اختیار دارند، آگاهی دارند و به‌خوبی از آن محافظت می‌کنند. توسعه گردشگری نیز تا حد زیادی موجب افزایش آگاهی عمومی از اهمیت حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ محلی و در نتیجه، تمایل بیش‌تر اهالی روستا برای محافظت از آن‌ها گشته است؛ زیرا آن‌ها منابع اصلی توسعه گردشگری در منطقه بوده و برای توسعه گردشگری ضروری هستند. هم‌چنین، بازدید افراد غیربومی از منطقه نیز موجب افزایش آگاهی روستاییان از اهمیت و ارزش بیش از پیش منابع روستا گشته است. این نتیجه توسط پژوهش کبیچو^{۵۲} (۲۰۰۸) نیز تأیید شده است. طبق نتایج حاصل از آن، گردشگری تأثیر مثبتی بر آگاهی جامعه از اهمیت منابع دارد. با این وجود، دولت مساعدتی برای حفاظت از منابع نداشته است و تمهیداتی برای این مهم در نظر نگرفته است. حمایت داخلی و خارجی، از دیگر شاخص‌های مهم در موفقیت CBT است که در این پژوهش با گویه‌های ایجاد زیرساخت‌های ضروری توسط دولت، آموزش افراد محلی، ایجاد سرمایه برای جامعه محلی، ورود دانش و تکنولوژی جدید به منطقه، حمایت ساکنان، حمایت دولت و رضایت جامعه محلی از توسعه گردشگری، مورد بررسی قرار گرفته است. میانگین این شاخص (۳/۰۳) بوده است. مشارکت و حمایت جامعه محلی، دولت و بخش خصوصی برای موفقیت توسعه CBT ضروری هستند. روجارونگست^{۵۳} (۲۰۰۸) معتقد است موفقیت CBT به میزان حمایت مستقیم جامعه محلی و به همان نسبت، به سازمان‌های خارج از منطقه بستگی دارد. در روستای آسیاب‌سر جامعه محلی تمایل و انگیزه فراوانی برای مشارکت در توسعه گردشگری دارند و اغلب آن‌ها از این‌که گردشگران از محل زندگی آن‌ها دیدن می‌کنند، راضی بوده و احساس غرور می‌کنند. با این وجود، حمایت از گردشگری تنها در سطح ساکنان روستا خلاصه می‌شود. دولت

روستا در ارتباط با مسائل مرتبط با گردشگری با دهیار و سایر اهالی روستا صحبت می‌کنند تا مشکلاتی را که گاه با آن مواجه می‌شوند، برطرف کنند. با وجود این، مدیران و مسؤولان گردشگری هم‌کاری چندانی با اهالی روستا نداشته‌اند. نمونه‌های بسیاری وجود داشته است که روستاییان طرح‌هایی در ارتباط با توسعه گردشگری در روستا داشته‌اند و حتی بودجه طرح نیز توسط اهالی روستا به طور داوطلبانه تأمین شده است. با این وجود، طرح‌ها از سوی مسؤولان بدون ارائه توضیحات لازم مورد پذیرش قرار نگرفته است. شاخص دیگر CBT کیفیت زندگی است که با گویه‌های شلوغی منطقه، بهبود خدمات عمومی، افزایش هزینه‌های زندگی، افزایش جرم و بهبود امکانات بهداشتیسنجیده شده است و میانگین آن (۲/۱۴) بوده است. اکثر ساکنان موافق بودند که کیفیت زندگی آن‌ها از زمان توسعه گردشگری تغییری نکرده است؛ زیرا توسعه گردشگری درآمدی برای آن‌ها حاصل نکرده است. هم‌چنین، استاندارد زندگی آن‌ها به دلیل عدم ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات جدید در روستا بهبود نیافته است. ساکنان معتقدند توسعه گردشگری در صورت برنامه‌ریزی مناسب می‌تواند موجب پیشرفت روستا در مسیر توسعه و بهبود کیفیت زندگی روستاییان شود. در حال حاضر هزینه‌های گردشگری در روستا از منافع آن بیش‌تر است. به دلیل عدم نظارت بر منابع، در برخی از آیام سال، افرادی وارد روستا می‌شوند که با معیارهای اخلاقی و عرفی روستاییان تناسبی ندارند؛ به طوری که ساکنان از رفتن به آن مناطق امتناع می‌کنند.

مقیاس توسعه گردشگری از دیگر عوامل مهم مؤثر بر موفقیت CBT به شمار می‌رود. هیپول^{۵۷} (۲۰۰۷) معتقد است که CBT باید کوچک‌مقیاس باشد؛ زیرا تنها در این صورت است که جامعه محلی توانایی مدیریت و کنترل آن را دارند و نیاز کم‌تری به کنترل توسط افراد خارج از منطقه خواهند داشت.

این شاخص با گویه‌های تمایل جامعه محلی به افزایش تعداد گردشگران، امکان مدیریت گردشگری توسط جامعه محلی و آسیب گردشگران به محیط سنجیده شد و میانگین آن (۲/۸۳) محاسبه شده است. اهالی روستا به مشکلات ناشی از افزایش مقیاس توسعه آگاه بودند. با این وجود، مقیاس توسعه گردشگری در زمان حاضر را نیز مناسب روستا نمی‌دانستند و بر این باورند که گردشگری در مقیاس کنونی

داریم. شاخص دیگری که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفت، مدیریت و رهبری است. این شاخص با گویه‌های مدیریت مناسب، مهارت مدیریتی مدیران گردشگری، تمایل ساکنان به اجرای تصمیمات مدیریتی، توانایی مدیریت مشکلات، حمایت ساکنان از مدیران و ارزیابی و بهبود برنامه‌ها توسط مدیران سنجیده شد. میانگین این شاخص ۲/۸۱ محاسبه شده است. در بسیاری از نقاط دنیا، سیاست‌گذاران نقش مدیریت و رهبری در توسعه گردشگری را بر عهده می‌گیرند و ساکنان محلی را در این فرآیند دخیل نمی‌کنند (کیم، تیموثی و هن^{۵۶}، ۲۰۰۷، ص. ۱۰۳۸). روستای آسابسر نیز از این قاعده مستثنی نیست. با وجود تمایل اهالی روستا به مشارکت در توسعه گردشگری، به نظرات و ایده‌های آن‌ها در ارتباط با این موضوع ارجحی داده نمی‌شود. با توجه به پتانسیل‌های فراوان روستا برای جذب گردشگر، برنامه‌ریزی مناسبی جهت توسعه گردشگری در روستا صورت نگرفته است و این موضوع تا حد زیادی به حال خود رها شده است. گردشگری در منطقه به صورت خودجوش و توسط اهالی روستا که بسیاری از آن‌ها آموزش‌های مورد نیاز در این زمینه را ندیده‌اند و امکانات کافی برای انجام برخی از اقدامات مدیریتی را در اختیار ندارند، مدیریت و رهبری می‌شود. مدیریت و رهبری گردشگری جامعه‌محور نباید توسط افرادی بیرون از جامعه صورت گیرد؛ بلکه آن‌ها تنها مسؤولان منابع ضروری مانند آموزش جامعه و زیرساخت‌های مورد نیاز برای مشارکت آن‌ها را فراهم آورند و سپس مسؤولیت‌ها را به جامعه محلی واگذار کنند و به جامعه اجازه دهند تا خود در مورد آینده تصمیم‌گیری کنند.

از دیگر شاخص‌های موفقیت CBT، روابط میان ذی‌نفعان گردشگری است. ارتباط میان ذی‌نفعان از آن نظر اهمیت دارد که موجب انتقال اطلاعات، فراهم‌آوردن نهاده‌ها، تبادل ایده‌ها و تصمیم‌گیری جمعی می‌شود که در آن صورت توسط اکثر ذی‌نفعان پذیرفته می‌شود. میانگین این شاخص که با گویه‌های هم‌کاری و هماهنگی میان مسؤولان، ارتباط ساکنان با گردشگران و صحبت اهالی روستا با هم در ارتباط با گردشگری مورد بررسی قرار گرفته است، ۲/۹۴ بوده است. نتایج نشان می‌دهند که اکثر اهالی روستا ارتباط مناسبی با گردشگران دارند؛ به طوری که با توجه به عدم وجود تسهیلات اقامتی در روستا، بسیاری از گردشگران در خانه‌های روستایی اقامت می‌کنند. هم‌چنین، بسیاری از اهالی

در برنامه‌ریزی گردشگری و عدم درک جامعه‌محلی از گردشگری.

بررسی عوامل موفقیت CBT در روستای آسیاب‌سر نیز نشان داد که از نظر ساکنان، این نوع از گردشگری در این روستا موفق نبوده است؛ به‌طوری که از میان ده عامل مشارکت جامعه‌محلی، مالکیت جامعه‌محلی، محافظت از منابع، تسهیم منافع حاصل از گردشگری، مدیریت و رهبری، رضایت گردشگران، کیفیت زندگی اهالی روستا، رابطه میان ذی‌نفعان و مقیاس توسعه گردشگری که مورد بررسی قرار گرفتند، تنها سه عامل مالکیت جامعه‌محلی، محافظت از منابع و حمایت داخلی و خارجی از وضعیت نسبتاً مناسبی برخوردار بودند.

در روستای آسیاب‌سر با توجه به انگیزه بسیار زیاد افراد محلی برای توسعه گردشگری، باید امکان مشارکت در طرح‌ها و برنامه‌ها به آن‌ها داده شود؛ البته باید به این نکته توجه داشت که دادن حق مشارکت به جامعه‌محلی، به‌تنهایی تضمین‌کننده مشارکت آن‌ها نیست؛ بلکه باید ظرفیت‌سازی نیز صورت گیرد؛ به این معنی که ابزار مناسب برای مشارکت جامعه نیز باید فراهم شود. به این ترتیب، مشارکت در عمل به معنی دادن حق مشارکت به افراد و هم‌چنین، فراهم‌آوردن ابزار مناسب برای استفاده آن‌ها از این حق است. در روستای آسیاب‌سر اغلب افراد اطلاعات و دانش کافی را برای مشارکت ندارند. هم‌چنین، اغلب افراد محلی در جذب سرمایه و منابع برای ایجاد تسهیلات و زیرساخت‌های مورد نیاز برای توسعه گردشگری با مشکل مواجه‌اند. جامعه‌محلی از این واقعیت که آموزش لازم در زمینه گردشگری ندیده است و ویژگی‌های مورد نیاز برای مواجه‌شدن با چالش‌های تولید محصولات و خدمات مناسب برای گردشگران را ندارد، آگاه است و تمایل بسیاری برای یادگیری و کنترل توسعه گردشگری در منطقه دارد. برای توسعه CBT در روستای آسیاب‌سر لازم است که در درجه اول، منابع پایه برای توسعه آن مانند آموزش جامعه‌محلی و ایجاد زیرساخت‌ها صورت گیرد و پس از آن، مدیریت و کنترل توسعه گردشگری به دست جامعه‌محلی سپرده شود. از این رو، سازمان‌های مردم‌نهاد و سایر سازمان‌های مرتبط؛ مانند دانشگاه‌ها باید نقش آموزش جامعه‌محلی را بر عهده بگیرند و سازمان‌های دولتی تسهیلات مناسب را برای ایجاد کسب‌وکارهای گردشگری در اختیار افراد قرار دهند.

منافعی برای روستا به همراه ندارد. آن‌ها معتقد بودند با توجه به منابع روستا، در صورت برنامه‌ریزی و نظارت مناسب می‌توان مقیاس توسعه گردشگری در روستا را تا حدی افزایش داد. آخرین شاخص موفقیت CBT که در این پژوهش مورد بررسی قرار گرفته است، رضایت گردشگران است که میانگین آن برابر با (۲/۷۶) بوده است. گویه‌های این شاخص عبارت‌اند از: رضایت از امکانات منطقه، رضایت از جاذبه‌های منطقه، رضایت از قیمت محصولات و خدمات و رضایت از میهمان‌نوازی جامعه‌محلی. از دید ساکنان روستا، علی‌رغم وجود جاذبه‌های فراوان در روستا و هم‌چنین، میهمان‌نوازی روستاییان، به دلیل عدم وجود امکانات و تسهیلات مناسب در روستا، گردشگران زیادی از روستا دیدن نمی‌کنند.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری جامعه‌محور موضوعی است که در سال‌های اخیر، به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه اهمیت بسیاری یافته است و بسیاری از مقاصد به این رویکرد جدید در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری علاقه نشان داده‌اند. این نوع از گردشگری ابزاری مناسب برای دستیابی به توسعه پایدار است تا از آن طریق، جوامع محلی شرایط زندگی خود را بهبود بخشند. CBT در صورت توسعه مناسب، می‌تواند از طریق توانمندسازی جامعه‌محلی، منافع توسعه‌ای بسیاری برای جوامع، مخصوصاً جوامع فقیر و توسعه‌نیافته به همراه داشته باشد و از اثرات مخرب گردشگری جلوگیری کند. هدف CBT، ایجاد صنعت گردشگری پایدارتر است که بر جامعه‌میزبان در برنامه‌ریزی و برقراری توسعه گردشگری تمرکز دارد. با وجود مزایای شناخته‌شده CBT، موفقیت آن در عمل مورد تردید است؛ زیرا مشارکت جامعه‌محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، در عمل با مشکلاتی همراه است. کمبود مهارت و تخصص مجریان برنامه‌ریزی گردشگری، عقاید رایج سیاسی که تمرکز قدرت را ارجح می‌داند، کمبود سرمایه، کمبود دانش، عدم تمایل ذی‌نفعان، عدم اعتماد به نفس جامعه، عدم وجود اعتماد در میان مشارکت‌کنندگان، رقابت برای منابع یکسان، عدم وجود برنامه‌ریزی راه‌بردی بلندمدت و عدم توازن قدرت میان ذی‌نفعان از جمله این مشکلات است. تیموئی (۱۹۹۹) در تحقیق خود به این نتیجه رسید که برنامه‌ریزان گردشگری در کشورهای در حال توسعه، برای مشارکت جامعه‌محلی، این محدودیت‌ها را دارند: سنت‌های فرهنگی و سیاسی جامعه، شرایط اقتصادی ضعیف جامعه، کمبود تجربه ساکنان

17. Lopez-Guzman, Sanchez-Canizares & Pavon
18. Ballesteros
19. King & Tolkach
20. Goodwin & Santilli
21. www.Wikiroosta.ir
22. www.amar.org
23. www.irna.ir
24. Vajirakachorn
25. Goodwin
26. Spangenberg
27. Liu
28. World Tourism Organization
29. Edgell
30. Shen & Cottrell
31. Breugel
32. Bocking
33. Simons & Groot
34. Zhao
35. Hunter
36. Butler
37. Garrod & Fyall
38. Sebele
39. Mattessich, Monsey & Roy
40. Tolkach & King
41. Hall
42. Blackstock
43. Lukhele
44. Goodwin & Santilli
45. Tolkach & King
46. Yang, Ryan & Zhang
47. George, Nadelea, & Antony
48. Trejos & Chiang
49. Kontogeorgopoulos
50. Suansri
51. Stronza and Gordillo
52. Kibicho
53. Rocharungsat
54. Suansri
55. Pearce
56. Kim, Timothy & Han
57. Hipwell
58. Timothy

با وجود تمامی مشکلات مذکور در اجرایی کردن CBT، این نوع از گردشگری همچنان به دلایلی بهترین راه کار برای توسعه گردشگری است؛ اول این که مسائل مرتبط با جامعه محلی تأثیر مستقیمی بر تجربه گردشگران دارد. نارضایتی جامعه در نهایت منجر به نارضایتی گردشگران خواهد شد، از این رو، مشارکت جامعه در فرآیند برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، موجب کاهش مخالفت ساکنان با توسعه گردشگری گشته و از این طریق رضایت گردشگران را افزایش می‌دهد. دوم این که مشارکت عمومی به‌عنوان نیروی محرکی در راستای محافظت از محیط طبیعی و فرهنگ جامعه میزبان عمل می‌کند. سومین دلیل این است که صنعت گردشگری نسبت به نیروهای داخلی و خارجی بسیار حساس است و در اغلب اوقات بسیاری از برنامه‌های توسعه گردشگری در عمل اجرا نمی‌شوند یا تنها بخشی از آن‌ها اجرا می‌شود. جامعه محلی در صورت مشارکت در برنامه‌ریزی طرح‌ها، با رضایت خاطر بیش تری درصدد اجرایی کردن آن‌ها بر می‌آید.

یادداشت‌ها

1. Inskip
2. Hausler & Strasdas
3. Chhabra & Philips
4. Vajirakachorn
5. Community Based Tourism
6. Lukhele
7. Hatton
8. Tolkach & King
9. Ahmad, Ammar, Salamiah & Khairun
10. Johnson
11. Giampiccoli & Kalis
12. Sebele
13. Lusby & Eow
14. Tran
15. Dominica
16. bocking

کتابنامه

1. Blackstock, K. (2005). A critical look at community based tourism. *Community Development Journal*, 40(1), 39-49.
2. Bocking, K. (2010). *Community-based Tourism in the Commonwealth of Dominica: A Livelihoods Perspective*. Unpublished master's thesis, University of Waterloo, Canada.
3. Breugel, L. (2013). *Community-based tourism: Local participation and perceived impacts, a comparative study between two communities in Thailand*. Unpublished master's thesis, Radbound University, Netherlands.
4. Butler, R. W. (1999) Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1) 7- 25.
5. Chhabra, D., & Phillips, R. (2009). *Tourism-based development. An introduction to community development*. New York: NY: Rutledge.
6. Edgell, D. L. (2006). *Managing sustainable tourism: A legacy for the future*. New York: Haworth Press.

7. Garrod, B., & Fyall, A. (1998). Beyond the rhetoric of sustainable tourism? *Tourism Management*, 19(3), 199-212.
8. George, B., Nedelea, A., & Antony, M. (2008). The Business of Community-Based Tourism: A Multi-Stakeholder Approach. *Tourism Issues*, 3, 1-19.
9. Giampiccoli, A., & Kalis, J. H. (2012). Community-based tourism and local culture: the case of the amaMpondo. *PASOS Revista de Tourism y Patrimonio Cultural*, 10(1), 173-188.
10. Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success. *ICRT Occasional Paper*, 11(1), 37.
11. Goodwin, Harold. (2011). *Taking responsibility for tourism: responsible tourism management*. Oxford: Goodfellow press.
12. Hatton, M. J. (1999). *Community-Based Tourism in the Asia Pacific* (Vol. 99). Canada, Toronto: School of Media Studies at Humber College.
13. Hausler, N. & Strasdas, W. (2003). *Training manual for community-based tourism*. Bonn, Germany: InWEnt press.
14. Hipwell, W. T. (2007). Taiwan aboriginal ecotourism Tanayiku Natural Ecology Park. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 876-897.
15. Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850-867.
16. Johnson, Peter A. (2010). Realizing Rural Community Based Tourism Development: Prospects for Social-Economy Enterprises. *Journal of Rural and Community Development*, 5(1&2), 150-162.
17. Karami, M. (1391/2012). Measurement of tourism sustainability at the local community (Case Study: Niasar City). *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, 25, 31-55. [In Persian]
18. Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(2), 211-23.
19. Kim, S. S., Timothy, D. J., & Han, H. C. (2007). Tourism and political ideologies: A case of tourism in North Korea. *Tourism Management*, 28(4), 1031-1043.
20. Kontogeorgopoulos, N. (2005). Community-based ecotourism in Phuket and Ao Phangnga, Thailand: Partial victories and bittersweet remedies. *Journal of Sustainable Tourism*, 13(1), 4-23.
21. Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475.
22. Lukhele, S. E. (2013). *An Investigation into Operational Challenges of Community-based Tourism in Swaziland*. Unpublished master's thesis, University of Johannesburg, South Africa.
23. Mattessich, P. W., Monsey, B. R., & Roy, C. (1997). *Community building: what makes it work: a review of factors influencing successful community building*. Minnesota: Fieldstone Alliance.
24. Pearce, D. G. (1989). *Tourist development*. Essex: Longman.
25. Rocharungsat, P. (2008). *Community-based tourism in Asia. Building community capacity for tourism development*. Massachusetts: CABI press.
26. Sebele, L. S. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Central district, Botswana. *Tourism Management*, 31(1), 136-146.
27. Shen, F., & Cottrell, S. P. (2008). A sustainable tourism framework for monitoring residents' satisfaction with agri-tourism in Chongdugou Village, China. *International Journal of Tourism Policy*, 1(4), 368-375.
28. Simons, I. and Groot E. (2015). Power and empowerment in community-based tourism: opening Pandora's box? *Tourism Review*, 70(1), 72 – 84.
29. Spangenberg, J. H. (2002). Environmental space and the prism of sustainability: Frameworks for indicators measuring sustainable development. *Ecological Indicators*, 2(3), 295-309.
30. Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*, 35(2), 448-468.
31. Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Bangkok: Responsible Ecological Social Tour.
32. Timothy, D. J. (1999). Participatory planning: A view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 371-391.

33. Tolkach, D. & King B. (2015). Strengthening Community-Based Tourism in a new resource-based island nation: Why and how?. *Journal of Tourism Management*, 48, 386-398.
34. Trejos, B. and Chiang, L. (2009). Local economic linkages to community-based tourism in rural Costa Rica. *Singapore Journal of Tropical Geography*, 30, 373-387.
35. Vajirakachorn, T. (2011). *Determination of success for community-based tourism*. Unpublished PhD dissertation, Texas A&M University, USA.
36. World Tourism Organization. (2004). *Sustainable development of tourism conceptual definition*. Retrieved March 6, 2009, from <http://www.world-tourism.org/sustainable/concepts.htm>.
37. Yang, J. & Ryan, C. & Zhang, L. (2013). Social Conflicts in communities Impacted by Tourism. *Journal of Tourism Management*, 35, 82-93.
38. Zhao, G. (2010). *Toward Sustainable Tourism: A Case Study of Lijiang, China*. Unpublished master's thesis Kansas State University, Manhattan, Kansas



The Success of Rural Community-Based Tourism Development from the Perspective of the Local Community (Case Study: Asiab-Sar Village, Behshahr County)

Hamid Zargham Boroujeni¹ – Shima Bazrafshan^{*2}

1- Associate Prof. in Tourism Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2- MSc. in Management, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Received: 12 February 2016

Accepted: 16 July 2016

Extended abstract

1. INTRODUCTION

In recent years, so many countries have paid many attention to tourism as a strategy to make money and benefit for the local communities. Many researchers consider tourism an appropriate strategy for economic and social development of developing countries know. Despite all the benefits of community-based tourism, in most developing countries, little authority is given to the local community and don't pay attention to their abilities to manage their resources in order to maximize the benefits of tourism. Because the tourism strategy in these countries is a government-led and serves the achievement of social and economic agendas of their own. In this study, we try to examine all the aspects of this type of tourism from the perspective of the local community. Depending on the capabilities and multiple historical and natural attractions, Asiab-Sar village is selected as the study area. This paper seeks to answer the following question: In the eyes of the local community, to what extent CBT Success Factors are implemented in the Asiab-Sar village? The answer to this question is essential in order to improve its implementation and therefore sustainable development of local communities.

2. THEORETICAL FRAMEWORK

Sustainable tourism which is derived from the phrase sustainable development, is an alternative to mass tourism and an effort to increase the positive effects and mitigate the negative effects of tourism on the local community and the natural environment. In a general definition, all kinds of tourism that are compatible with sustainable development or cause it, can be called sustainable tourism. In recent years, many researchers have focused on creating sustainable tourism indicators with the aim of implementing this concept. Community involvement is considered by most researchers one of the necessary tools for the

development of sustainable tourism at national and local levels. Community involvement through various ways causes Sustainable tourism. Host communities play an important role in implementing programs. Thus, their participation in the planning process of sustainable tourism is essential. The main focus of community-based tourism is the participation of local communities in sustainable tourism development and planning processes. Also, this type of tourism focus on achieving sustainable development goals of society and can be considered as a tool to implement sustainable tourism development. CBT, is a form of alternative tourism that maximize the benefits of the local community and focus on the capacity building and empowerment of local people, as a means to achieve community development. Despite the different definitions of CBT, all of them have common points. Including: 1. This type of tourism focuses on the local community control on development. 2. The local community should be involved in planning and management processes. 3. The benefits of tourism should be fairly distributed among the community and (4) the interaction between guests and hosts should be strengthened.

3. METHODOLOGY

This is a questionnaire-based survey research. The sample comprised 448 households of Asiab-Sar village out of which 210 households were selected using Morgan table. Due to the uncertainty of the Sampling frame in this study, the judgmental sampling was used. In order to measure people's attitudes to the success of any one of the success factors of CBT, CBT assessment scale is used which contains 10 indicators. These indicators include: community involvement, sharing interests, protection of resources, ownership of the local community, internal and external support, management and leadership, communication among stakeholders, quality of life, the scale of development of tourism and tourist satisfaction

*. Corresponding Author: bazrafshanshima@yahoo.com

that, in total, in the form of 50 questions were asked. In order to measure each question, the whole five-item Likert was used ranging from 1 (strongly disagree) to 5 (strongly agree). In order to answer the key question, one sample T-test was used.

4. DISCUSSION

According to the findings of this study, from the perspective of the residents, Among the ten indicators of CBT, only three indicators of community ownership, protection from internal and external resources and support, respectively have an average more than (3) and other indicators are less than average (3). The index of ownership of the local community with an average equal to 3.27 and the index of quality of life with an average equal to 2.14 have the highest and the lowest average.

5. CONCLUSION

In the Asiab-Sar village due to the very high motivation of local people to develop tourism, the possibility to participate in projects and programs should be given to them. It should be noted that just giving the right to participate to the local community, doesn't guarantee their participation. It should be capacity building too. meaning that the right tools for participation of society must also be provided. Participation in practice means giving

people the right to participate as well as providing the right tools for their use of this right. in Asiab-Sar village, most people do not have the information and knowledge to participate in tourism development. Also, many local people are facing difficulties in raising funds and resources for facilities and infrastructure required for the development of tourism. The local community is informed from the fact that has not passed the necessary training in the field of tourism and doesn't have the attributes needed to face the challenges of the production of goods and services suitable for tourists and desires to learn and control the development of tourism in the region. For the development of CBT in the Asiab-Sar village, primarily it is required that basic resources such as education of the local community and infrastructure be developed and then Management and control of the development of tourism given to the local community. Hence, NGOs and other related organizations such as universities should assume the role of the training of the local community and government agencies should make appropriate facilities for people in order to create the tourism business.

Key words: Community Based Tourism (CBT), local community, rural areas, Asiab-Sar village.

How to cite this article:

Zargham Boroujeni, H. & Bazrafshan, Sh. (2017). The success of rural community-based tourism development from the perspective of the local community (Case study: Asiab-Sar Village, Behshahr County). *Journal of Research & Rural Planning*, 5(4), 119-136.

URL <http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.53821>

ISSN: 2322-2514

eISSN: 2383-2495