



مدل ساختاری - تفسیری گردشگری پایدار ماجراجویانه در کویر مرنجاب

ناهید عبدلی^۱، محسن نیازی^۲، زهرا صادقی آرانی^۳

DOI:10.22034/jtd.2021.300615.2425

چکیده

امروزه گردشگری ماجراجویانه سریع‌ترین بخش گردشگری روبه‌رشد در جهان است و یکی از مهم‌ترین ابزار توسعه پایدار در کشورها و مقاصد گردشگری به شمار می‌رود. از این رو، کویر مرنجاب در ایران، به‌منزله ناحیه‌ای ممتاز، قابلیت تبدیل شدن به نمونه مرکز توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه را دارد. تحقیقات نشان می‌دهد که عوامل متعددی در تحقق این مهم تأثیرگذار است. پژوهش حاضر با هدف ارائه الگویی برای توسعه گردشگری ماجراجویانه خلاق و پایدار در کویر مرنجاب انجام شده است. از حیث روش، پژوهشی آمیخته (کیفی - کمی) و کاربردی است که تحلیل داده‌ها از طریق دو روش فراترکیب و مدل‌سازی ساختاری - تفسیری و در دو مرحله انجام شده است. در گام اول، عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری ماجراجویانه با مرور نظام‌مند شناسایی شدند و ۱۸ متغیر در ۱۰ شاخص و ۴ بعد پایداری اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی و زیست‌محیطی با نظر محققان انتخاب و تأیید شدند. در گام دوم، کدهای اولیه استخراج و در پرسش‌نامه مدل‌سازی ساختاری - تفسیری قرار گرفتند تا روابط میان آن‌ها با بهره‌مندی از نظر متخصصان و مدیران گردشگری شهر کاشان و آران و بیدگل و فعالان گردشگری ماجراجویانه در کویر سطح‌بندی و به‌صورت مدل ارائه شود. نتایج پژوهش بیانگر این امر است که رضایت گردشگر و وفاداری جامعه بومی زمانی حاصل می‌شود که اول سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی روشن و جامعی وجود داشته باشد و، بعد از آن، بخش خصوصی با سرمایه‌گذاری در محیط بتواند شرایط را برای دیگر عوامل مؤثر به‌ویژه مدیریت منابع زیستی و اجتماعی فراهم کند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۶/۰۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۹/۰۷

واژه‌های کلیدی:

گردشگری ماجراجویانه، گردشگری پایدار، گردشگری خلاق، مدل‌سازی ساختاری - تفسیری، کویر مرنجاب

مقدمه

سخن گفتن از میزان اهمیت صنعت توریسم در توسعه پایدار امری بدیهی و تکرار مکررات است؛ زیرا برای بسیاری از کشورها، از جمله ایران، گردشگری کاتالیزوری برای توسعه ملی و منطقه‌ای و بهترین راه توسعه است. توسعه پایدار منتج مهم‌ترین هدف در صنعت گردشگری و عاملی مؤثری برای مقابله با فقر به حساب می‌آید و، به‌منزله حوزه‌ای اقتصادی، اهمیت روبه‌رشدی در نظام اقتصادی جهان یافته است.

آینده نزدیک ایران باید سهم اقتصاد و تولید ناخالص ملی خود را از این صنعت پویا بیشتر سازد. ایجاد فرصت‌های اشتغال، از طریق تنوع گردشگری، می‌تواند مناسب‌ترین گزینه برای توسعه اقتصادی و اجتماعی پایدار باشد (Meheux & Parker, 2006). هدفی که این پژوهش به آن معطوف شده این است که گردشگری به‌شیوه‌ای توسعه‌یابند که سهم آن در توسعه پایدار مقصد بهینه باشد؛ یعنی بتواند شاخص رشد اقتصادی را افزایش دهد و رفاه اجتماعی برای جامعه بومی به

۱. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، گرایش مسائل اجتماعی ایران، دانشکده علوم انسانی و حقوق، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران (نویسنده مسئول).

Nahid_abdoli@yahoo.com and nahidabdoli@grad.kashanu.ac.ir

۲. استاد گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و حقوق، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.

۳. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم مالی، مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران.



کاهش ۱۸/۵ درصدی مواجه شد. سهم تولید ناخالص داخلی نیز ۴۹/۱ درصد در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش پیدا کرد. این آمار برای ایران قابل توجه است و نشان می‌دهد که گردشگری خارجی تحت تأثیر کرونا و تحریم ۸۶/۷- درصد و گردشگری داخلی ۴۱/۱- درصد در سال ۲۰۲۰ در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش یافته است. از طرفی، ایران وعده ۲۰ میلیون گردشگر برای سال ۲۰۲۵ را در سند چشم‌انداز داده است (WTTC, 2013) که آمارها نشان از عدم تحقق اهداف و سیاست‌های کلان در این حوزه را دارد.

همراه آورد، ضمن آن‌که مخاطرات زیست‌محیطی نیز کاهش یابد.

طبق گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری، تولید ناخالص داخلی اقتصاد گردشگری ۱۰/۴ درصد در سال ۲۰۱۹ بود که سودآوری این صنعت را نشان می‌دهد. در این سال، بیش از ۳۳۴ میلیون شغل ایجاد شده است؛ یعنی، از هر ۱۰ نفر، یک نفر در سراسر جهان در حوزه گردشگری فعال بوده است. همچنین، از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹، از هر ۴ شغل جدید، یک شغل در این حوزه ایجاد شده است. در سال ۲۰۲۰، با شیوع کرونا، ۶۲ میلیون شغل از بین رفت و جهان با

جدول ۱: مقایسه میزان تولید ناخالص داخلی و اشتغال در جهان و ایران قبل و بعد از همه‌گیری کرونا

	ایران		جهانی		
تغییرات	۲۰۲۰	۲۰۱۹	۲۰۲۰	۲۰۱۹	
تولید ناخالص داخلی (درصد)	۴/۲	۷/۹	۵/۵	۱۰/۴	
اشتغال (میلیون)	۱۵۴۴۹۰۰	۱۸۵۲۰۰۰	۲۷۲۰۰۰۰۰	۳۳۴۰۰۰۰۰	
اشتغال (نفر)	۶/۵	۷/۴	۱۱ از ۱	۱۰ از ۱	

که از آن جمله گردشگری ماجراجویانه است. علاقه به ماجراجویی پدیده اجتماعی جدیدی نیست و از گذشته با اکتشاف مکان‌های جدید و ناشناخته در ارتباط بوده است. به باور وبر، ماجراجویی برای خطر کردن بسیار مهیج است و فرد مهارت و توانایی خود را در موقعیتی پرخطر می‌آزماید (Weber, 2001: 363). در حال حاضر، سفرهای مخاطره‌آمیز به مقصدهای پرخطر مانند کویر، غار، کوه و مناطق بکر زمین انجام می‌شود. محققان این حوزه سفر را زمانی ماجراجویانه تلقی می‌کنند که سه جزء تعامل با طبیعت، تعامل با فرهنگ و فعالیت بدنی را با خود داشته باشد (Beedie, 2003). ووجادیناویچ^۲ (2013) ویژگی‌هایی شامل نتیجه نامشخص، خطرپذیری و چالش، پاداش‌های پیش‌بینی‌شده، شبیه‌سازی و هیجان، فرار و جدایی، اکتشاف و شناسایی، جذب و تمرکز و احساسات متضاد را نیز مطرح می‌کند (Vujadinovic et al., 2013).

یکی از بهترین تعاریف تولیدمحور از گردشگری ماجراجویانه را باکلی (2007: 1428) ارائه داده است: «گردشگری ماجراجویانه عبارت است از تورهای تجاری و برنامه‌ریزی‌شده‌ای که جذابیت آن‌ها

بنا بر پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO, 2012) تا سال ۲۰۳۰، تعداد گردشگران بین‌المللی یک میلیارد و هشتصد میلیون نفر خواهد بود و سهم بزرگی از تولید ناخالص داخلی کشورها از صنعت توریسم تأمین می‌شود که این میزان برای کشورهای کوچک به ۸۰ درصد خواهد رسید (Nicoleta & Andreea, 2013: 653). این روند با شکل گرفتن گردشگری‌های جدید، مانند انواع ورزشی، رویداد و ماجراجویانه، توسعه‌های روزافزون خواهد یافت و تعداد کشورهایی که می‌توانند در دایره توریسم از گردشگری برای درآمدزایی و رشد اقتصادی استفاده کنند به‌طور چشمگیری افزایش می‌یابد. در کشورهای کمتر توسعه‌یافته، دسترسی به منابع قابل حصول اندک و نیروی کار غیرماهر و ارزان زیاد است. در نتیجه، گردشگری هدف اصلی توسعه محسوب می‌شود (Aykac, 2005: 43; Bright, 2014) و حتی پویایی اقتصادی از طریق گردشگری را الزامی می‌سازد. به همین دلیل، شناخت ابعاد و ظرفیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی گردشگری در فضای ملی، شهری و روستایی، که متناسب با مؤلفه‌های فرهنگی کشور باشد، اهمیت بسیاری دارد

2. Vujadinovic

1. World Travel & Tourism Council (WTTC)



کرد که اقلیم کویری آران و بیدگل ظرفیت‌های لازم برای توسعه انواع گردشگری به‌ویژه گردشگری ماجراجویانه زمینی در مناطق کویری و نیمه‌کویری مرنجاب برای گردشگران حرفه‌ای را دارد و این مهم با ایجاد بینش و نگرش خلاقانه فراهم خواهد شد. همان‌طور که در ادامه خواهد آمد، ورود انواع گردشگر داخلی و خارجی به این شهر به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در این منطقه نیاز دارد تا، با استفاده از ظرفیت‌های اقتصادی، زیستی و اجتماعی، این حوزه جغرافیایی با هدف تولید درآمد و ایجاد اشتغال زمینه توسعه پایدار محلی فراهم آید. این مقاله، با فراترکیب متغیرها و مؤلفه‌هایی که تاکنون مورد استفاده محققان گردشگری در ایران و جهان بوده است، تلاش کرد تا یک مدل ساختاری - تفسیری جامع را ارزیابی کند، به‌صورتی که تمامی ابعاد حکمرانی، اقتصادی و زیست‌محیطی و اجتماعی موضوع را بررسی کند و نسبت اثرگذاری و اثرپذیری متغیرها را با یکدیگر بسنجد تا در نهایت امکان تحلیل توسط متخصصان فراهم شود. بنابراین، از نظر روش پژوهش و موضوع، نوآورانه است.

مبانی نظری پژوهش

این مقاله مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد است و متغیرهای مورد بررسی نتیجه تحلیل محتوای مطالعات انجام‌شده با روش فراترکیب و مرور نظام‌مند است و به موضوع توسعه گردشگری ماجراجویانه به‌منزله یکی از انواع روبه‌رشد گردشگری در چارچوب دورویکرد گردشگری پایدار و گردشگری خلاق توجه شده است. گردشگری پایدار

توسعه گردشگری هم‌گام با توسعه ملی و بین‌المللی است (Telfer & Sharpley, 2015: 80). تاکنون نظریه‌های متنوعی برای بررسی صنعت توریسم ارائه شده است که بسیاری از این تحقیقات بر بررسی همه‌جانبه و سیستمی تمامی ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و نحوه حکمرانی تأکید دارند (Hardy et al., 2002; Weaver, 2012). در یک تعریف کلاسیک از جفری، «گردشگری مطالعه انسان خارج از محل سکونت او است. مطالعه صنعتی است که به نیازهای وی پاسخ می‌گوید و همچنین به مطالعه تأثیراتی می‌پردازد که هم انسان و هم این صنعت در محیط فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی جامعه میزبان می‌گذارد» (Jafari & Ritchie, 1981: 14). نظریه‌های جدیدتر، علاوه بر صنعت و بازار گردشگری، به پیامدهای خواسته، ناخواسته و مخاطرات زیست‌محیطی و همچنین نیازهای

به‌خاطر فعالیت‌های بیرونی و ریسک‌پذیر است، معمولاً تجهیزات تخصصی نیاز دارند و برای مشتریان تور بسیار مهیج هستند (Buckley, 2007: 1428). فرد ممکن است خودش به‌تنهایی تجهیزات را به کار بیندازد یا ممکن است به‌صورت سرنشین باشد» (محرم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۷۵-۱۹۱). بنابراین، گردشگری ماجراجویانه شامل تفریحات و ورزش‌های ماجراجویانه می‌شود و یکی از انواع گردشگری‌های مدرن است که اغلب در مناطق بکر و دور از هیاهوی شهری انجام می‌شود که، به‌دلیل علاقمندان خاص آن، گردشگری علی‌القصاص^۱ نیز قلمداد می‌شود (Trauer, 2006: 183). این ماجراجویی خستگی و عدم هیجان در زندگی روزمره را جبران می‌کند و از طرفی مواجه شدن با تهدیدها و ترس‌ها برای فرد لذت‌بخش است.

دانشگاه جرج واشنگتن و انجمن بازرگانی مسافرتی ماجراجویانه،^۲ از سال ۲۰۰۸، پتانسیل کشورها در زمینه ماجراجویی را بررسی و رده‌بندی کردند. سیاست‌گذاری‌های دولتی، ایمنی، منابع طبیعی، سلامت، منابع ماجراجویی، کارآفرینی، بشردوستی، زیرساخت‌ها، منابع فرهنگی و تصویر برند ماجراجویی شاخص‌های آن را تشکیل می‌دهد. طبق گزارش سال ۲۰۰۹، ایران رتبه ۹۵ و، در سال ۲۰۱۱، از بین ۱۶۳ کشور، رتبه ۸۶ را به دست آورد. این نوع گردشگری، به‌ویژه در کشورهایی که زمینه توسعه گردشگری فرهنگی و تاریخی در آن‌ها وجود ندارد، با ایجاد زیرساخت‌های مصنوعی به‌سرعت گسترش می‌یابد و ظرفیت‌های خوبی برای اشتغال و درآمدزایی مهیا می‌سازد. آمارهای جهانی نشان می‌دهد که جایگاه ایران در میان بسیاری از کشورهای منطقه و در حال توسعه نیز مناسب نیست و تلاشی برای بهبود این موقعیت انجام نشده است.

علی‌رغم مطالعات قابل توجه پیرامون انواع گردشگری به‌ویژه نوع ماجراجویانه در کشورهای دیگر، تعداد پژوهش‌ها در ایران بسیار اندک است و فقط در نمونه‌ای خاکساری و دهقانی (۱۳۹۳)، با بررسی امکان گردشگری ماجراجویانه در کویرهای ایران، به این نتیجه رسیده‌اند که، با توجه به مشخصه‌ها و ویژگی‌های فعالیت ماجراجویانه، این پتانسیل در کویرهای لوت و دشت کویر ایران وجود دارد که ماجراجویی در آن‌ها رخ دهد. به غیر از آن، موضوع گردشگری ماجراجویانه و توسعه آن از دید پژوهشگران مغفول مانده است. به این دلیل، این مقاله نوآورانه است. از طرف دیگر، باید تأکید

1. Special Interest Tourism (SIT)

2. Adventure Tourism Development Index (ATDI)



جامعه میزان توجه می‌کنند. به عبارت دیگر، معتقد هستند که زمینه و جامعه میزبان، با تمامی مشخصه‌ها و ویژگی‌هایش، در سازوکارهای ارائه‌شده نقش دارند (Ko, 2005؛ هولدن، ۱۳۹۴؛ Cardenas et al., 2015).

با توجه به پیامدهایی که رویکردهای سنتی به توریسم داشت، پارادایم گردشگری پایدار^۱ جایگزین شد و، از دهه ۱۳۹۰ میلادی، گردشگری انبوه به سوی توسعه پایدار حرکت کرد (Hardy et al., 2002) که بر مبنای ساخت روابط انسان - فضا و قدرتمند ساختن جامعه بومی با بالاترین حد حفظ زیست‌بوم همراه است؛ توسعه‌ای که به نیازهای نسل حاضر پاسخ می‌دهد، بدون این‌که به توانایی نسل‌های آینده برای رفع نیازهای خود آسیب برساند (WCED, 1987: 43).

محققان هدف اولیه این رویکرد را به حداکثر رساندن منفعت‌ها و درعین حال به حداقل رساندن تأثیرات نامطلوب می‌دانستند (Weaver, 2012: 10). تا سیستم را به حفظ بقا در سطح بالایی از کیفیت قادر سازند (Ko, 2005). در واقع، توسعه گردشگری پایدار، فرایندی است که به بهبود کیفیت زندگی میزبانان، تأمین تقاضای بازدیدکنندگان و، به همان میزان، با حفاظت منابع طبیعی و انسانی در ارتباط است (Hunter & Green, 1995). گردشگری پایدار شرایطی از گردشگری بر مبنای توسعه پایدار را توصیف می‌کند که، در آن، به تمام تأثیرات احتمالی اقتصادی، اجتماعی و محیطی‌ای که گردشگری می‌تواند به همراه داشته باشد در کنار نیازهای ذی‌نفعان توجه می‌کند. به عبارت دیگر، فعالیت گردشگری دارای تأثیرات متقابلی میان محیط و گردشگر است. به همین دلیل، باید دامنه‌ای از فعالیت مشارکت‌کنندگان در محیط را در پیوند و وابستگی با هدف حفظ و پایداری منابع محیطی در نظر گیرد.

در بسیاری از پژوهش‌های کلاسیک، سه بُعد اصلی اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی بررسی شده است (Ryan, 2002; Joppe, 1996, 2018)، اما اخیراً به شیوه حکمرانی توجه ویژه‌ای می‌شود و توسعه پایدار بر پایه زمینه‌های زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی و سیاسی مبنایی برای گردشگری پایدار است (Janusz & Bajdor, 2013). گردشگری پایدار برای همه انواع گردشگری، فارغ از مقیاس و مشخصه‌هایشان، قابل بررسی است و اکنون رویکردی هنجاری در نظر گرفته می‌شود که در پی تغییر رفتار برای دستیابی به

اهداف توسعه است. با وجود این، ضروری است که بین اهداف، به‌جای ایجاد تعادل کامل، موازنه برقرار شود و این مفهوم مسائل زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی اقتصادی و سیاسی را در کنار هم قرار دهد (Bramwell et al., 2017: 5).

شارپلی و تالفر (2015) این سؤال را مطرح کردند که منظور از توسعه گردشگری پایدار پایداری گردشگری است یا پایداری از طریق گردشگری. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه گردشگری پایدار نوعی راهبرد حکمرانی - مدیریتی برای تحقق هر دو هدف است و، همان‌طور که ایکسنسی (2014) می‌گوید، مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری در یک مقصد، بدون در نظر گرفتن زیست‌بوم‌ها، منابع فرهنگی - اجتماعی و تاریخی، ناقص و محکوم به خطا خواهد بود. پس، پایداری همه‌جانبه از طریق توسعه مبتنی بر گردشگری به دست خواهد آمد.

گردشگری خلاق

با تحولات جدیدی که در توسعه پایدار و مدیریت گردشگری اتفاق افتاده است، دیگر استفاده از تجارت پیشین برای بررسی مقصد کافی نیست و سعی می‌شود مشارکت در فرهنگ‌های محلی و بهره‌برداری از منابع طبیعی به فعالیت‌های خلاقانه و تجربه‌های جدید میان میزبان و گردشگر منجر شود. به این دلیل، تعریف و درک مفهوم گردشگری خلاق می‌تواند به پژوهش و ارائه مدل ساختاری - تفسیری نهایی کمک شایانی کند.

مفهوم گردشگری خلاق^۲ با دیدگاه پیرس و باتلر (1993) مطرح شد و به‌منزله نسل سوم گردشگری (Kim, 2013; Lee & Lee, 2015)، بعد از گردشگری ساحل، با هدف گذران اوقات فراغت و سپس گردشگری فرهنگی با هدف تماشای فرهنگ و موزه‌ها قرار گرفت. ریچاردز و ریمنوند (2000)، از محققان و بسط‌دهندگان این مفهوم، عنوان می‌کنند که هر مقصد قادر است ترکیبی خاص از دانش، مهارت، میراث ملموس، سرمایه اجتماعی و فضایی را به‌منزله پتانسیل ویژه برای فعالیت خلاقانه ارائه کند و حتی گردشگری خلاق شکلی از گردشگری فرهنگی است (Richard & Marques, 2012). ریچاردز همچنین در توضیح رابطه در حال توسعه بین گردشگری و خلاقیت، مخصوصاً با توجه به پیامدهای تغییر خلاق در گردشگری، از هر دو لحاظ تولید و مصرف استراتژی‌های مداخلانه‌جوانانه



مدیریت هوشمندانه و خلاقانه برای کاهش پیامدهای منفی اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی، جنبه‌های تازه‌ای از توسعه گردشگری پایدار را ایجاد کند و سیاست‌گذاران و مدیران گردشگری نیز باید نگرش خود را به این حوزه تغییر دهند و بدانند، با توسعه گردشگری پایدار مبتنی بر مدیریت خلاق، تعداد دفعات و زمان حضور گردشگر در منطقه افزایش پیدا می‌کند. در نتیجه، با افزایش منافع اقتصادی، آسیب‌ها و پیامدهای گردشگری به حداقل ممکن خواهد رسید.

روش پژوهش

این پژوهش، از نظر روش، کیفی - کمی و، از نظر هدف، کاربردی است. ساخت مفاهیم و الگوها داده‌بنیاد و تفسیری هستند که با بهره‌مندی از دو استراتژی فراترکیب و مدل‌سازی معادلات ساختاری - تفسیری، که نوعی فرایند یادگیری تعاملی است و در آن مجموعه‌ای از عناصر گوناگون و مرتبط با یکدیگر در مدلی سیستماتیک ساختار بندی می‌شود، انجام شده است. با استفاده از روش فراترکیب که به نوعی پیشینه پژوهش نیز قلمداد می‌شود، سعی شد تا تمامی متغیرهایی که به نحوی در مطالعات مرتبط دخیل بوده‌اند وارد شوند. تاکنون پژوهشی با این جامعیت، که به ارتباط تعاملی میان متغیرها پردازد، انجام نشده است. در مرحله بعدی، این متغیرها را خبرگان گردشگری ارزیابی کردند و ماتریس خودتعاملی نهایی به دست آمد. اعتبار این مدل با اعتبار صوری و محتوایی را داوران خبره، در دو مرحله، بعد از فراترکیب و تعیین متغیرها و سپس با آزمون پرسش‌نامه، تأیید کردند.

روش فراترکیب

فراترکیب روش تقریباً جدیدی در حوزه تحقیقات کیفی و فرایند جست‌وجو، ارزیابی، ترکیب و تفسیر تحقیقات در موضوعی خاص است و حتی می‌تواند به منزله روش تحقیق اکتشافی و مقدماتی برای شروع تحقیق به کار رود (Sandelowski & Barroso, 2007). حتی زیمر (2006) معتقد است که خود نوعی مطالعه کیفی است که داده‌های آن از یافته‌ها و نتایج سایر مطالعات کیفی تشکیل شده است (Zimmer, 2006). بررسی نظام‌مند و دریافت و فهم نتایج تحقیقات پیشین فراتر از بررسی پیشینه تحقیقات است که در مقالات دیده می‌شود. تحقیقات کیفی عموماً نتایجی توسعه‌ای و نظری دارند که می‌توان با استفاده از تحلیل مجموعه‌ای

در حال تحول، به توسعه شیوه‌های خلاق و افزایش توجه به این حوزه می‌پردازد (Richards, 2011). این مفهوم، براساس شعار موزه‌های کمتر، میدان‌های بیشتر، بر تعامل بیشتر گردشگر با محیط فرهنگی جوامع محلی و یا محیط طبیعی تأکید دارد. به بیانی دیگر، این نوع خاص گردشگری مشاهده‌ای مشارکتی است که به حواس پنج‌گانه گردشگر در خلق تجربه او از زیست‌بوم توجه دارد و حاصل تعامل جامعه میزبان و تقاضای گردشگر را دربر می‌گیرد (بسته‌نگار و همکاران، ۱۳۹۶). در واقع، تجربه‌ای لذت‌بخش، عمیق و جدید را برای گردشگران در پیوند با جامعه بومی فراهم می‌آورد. برخی محققان گردشگری خلاق را نه لزوماً سفر به مکان‌های جدید، بلکه داشتن نگرشی جدید دانسته‌اند و معتقد هستند، فارغ از سود حاصل از گردشگری برای مقصد، این شیوه نوین گردشگری مدار فرهیختگی را در مکان‌ها ایجاد می‌کند (Soria, & Molendowska- Ruiz, 2014).

صابری‌فر عوامل و عناصر اساسی گردشگری خلاق را هوشمندی و راهبردی بودن، مقصد نوآور و خلاق، مشارکت فعال و پایدار و عملکرد نوآورانه و خلاق می‌داند (صابری‌فر، ۱۳۹۹: ۱۸۲) و می‌نویسد: «گردشگری خلاق، با توجه به ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی شهرها و نواحی روستایی، مقصد هدف را شناسایی و طراحی می‌کند تا گردشگر به تعامل بیشتر آموزشی، احساسی، اجتماعی پردازد و همچنین به مشارکت با مکان، فرهنگ، زندگی و آداب و رسوم مردم تشویق می‌شود و حتی گردشگر شبیه شهروند رفتار می‌کند» (همان، ۱۸۱).

در ابتدای امر، گردشگری در ایران به واسطه وجود جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی شکل گرفت و ایران، به واسطه تمدن کهن و منابع طبیعی خود، در صد سال اخیر، همواره از جمله مقاصد گردشگری میراث فرهنگی بوده است (مشاوران توریست کنسولیت، ۱۳۵۱)؛ زیرا در غیر این صورت ایجاد تقاضا برای مقصد با مشکل مواجه می‌شد. صنعت گردشگری ابعاد تازه‌ای به خود گرفته و وارد سطحی انتزاعی و ذهنی شده است؛ اجزای گوناگونی مانند گردشگر، جامعه میزبان، شرکت‌های تجاری و محیط دارد و، با توجه به هدف و انگیزه گردشگری، جاذبه‌های مقصد، حمل‌ونقل و سایر مؤلفه‌ها، انواع متنوع و گسترده گردشگری همچون نوع ماجراجویی شکل گرفته است. در این میان، نواحی گردشگری باید در پیوند این عناصر با شناخت و سپس



فرا ترکیب یافته‌های تحقیقات کیفی مرتبط با موضوع در شش مرحله به‌شیوه پترسون و همکاران (۲۰۰۱) بررسی و ترکیب شدند. این روش فرایند یافتن، انتخاب، ارزیابی و ترکیب نتایج تحقیقات اولیه را به‌طور دقیق و روشن ارائه می‌دهد.

از آن‌ها به نتایجی کاربردی رسید. هدف این است که بدانیم چگونه می‌توان سنتزی مناسب از نتایج واکاوی‌های کیفی را در حیطه گردشگری ماجراجویانه کسب کرد و آن را به‌نحوی مناسب درخصوص جامعه و سایر گروه‌های ذی‌نفع از جمله سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان و فعالان اجتماعی و فرهنگی تفسیر و تفهیم کرد.



شکل ۱: مراحل فراترکیب (Paterson et al., 2001)

- تعیین ارتباط موضوعی و محتوایی پژوهش با اهداف پژوهش.
- استفاده از روش‌های تحقیق کیفی و کمی.
- تبیین و تحلیل در سطح جامعه شهری، روستایی، ملی.
- مطالعات انجام‌شده فارسی در ۱۰ سال اخیر از سال ۱۳۹۰-۱۴۰۰.



شکل ۲: روند ارزیابی مطالعات

به‌منظور هدفمند کردن پژوهش، ملاک‌های انتخاب مطالعات مشخص شدند. غربال‌گری تحقیقات، پس از جست‌وجوی منابع داخلی و خارجی، در چند مرحله انجام شد. در فرایند بازبینی، پارامترهای گوناگونی مانند عنوان، چکیده، محتوا و سایر جزئیات در نظر گرفته شدند و، با مرور مقالات، مواردی که با سؤال و هدف تحقیق تناسبی نداشتند حذف شد. پس از آن، تعداد ۸۳ مقاله باقی‌مانده با برنامه مهارت‌های ارزیابی انتقادی^۱، که معمولاً برای ارزیابی کیفیت مطالعات اولیه تحقیق کیفی استفاده می‌شود، با دقت مطالعه و ارزیابی شدند. تعداد ۲۳ مقاله، به‌دلیل کیفیت پایین، حذف و تعداد ۶۰ مقاله، که شرایط و ملاک‌های انتخاب را داشتند، گزینش شدند. ملاک‌های مورد نظر برای قبول مطالعه در فراترکیب حاضر عبارت‌اند از:

- استفاده از سه کلمه کلیدی توسعه گردشگری، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری پایدار.
- اعتبار محقق و محل چاپ پژوهش.

1. Critical Appraisal Skills Program (CASP)

ارزیابی مطالعه با ۱۰ سؤال پنج‌امتیازی در موارد ذیل: (۱) اهداف تحقیق؛ (۲) منطق روش؛ (۳) طرح تحقیق؛ (۴) روش نمونه‌برداری؛ (۵) جمع‌آوری داده‌ها؛ (۶) انعکاس‌پذیری که شامل رابطه بین محقق و شرکت‌کنندگان است؛ (۷) ملاحظات اخلاقی؛ (۸) دقت تجزیه و تحلیل داده‌ها؛ (۹) بیان واضح و روشن یافته‌ها و (۱۰) ارزش تحقیق.



مدل‌سازی ساختاری - تفسیری مؤثر در تشخیص روابط درونی متغیرها و روشی مناسب برای تجزیه است. این روش تأثیر یک متغیر را مبتنی بر اولویت‌بندی تحلیل می‌کند. همچنین، این قابلیت را دارد که عناصر یک سیستم را تعیین سطح کند. این قابلیت به مدیران و برنامه‌ریزان برای اجرای بهتر برنامه‌ها کمک قابل توجهی می‌کند. پس از شناسایی مؤلفه‌ها با روش فراترکیب، برای بررسی ارتباط بین آن‌ها و راه دستیابی به توسعه گردشگری، شاخص‌ها و متغیرهای اصلی به‌منظور سنجش روایی پرسش‌نامه با استفاده از نظر خبرگان و محققان تعیین شدند. پرسش‌نامه به ۴۳ نمونه از خبرگان شامل متخصصان و مدیران گردشگری شهر کاشان و آران و بیدگل و فعالان گردشگری ماجراجویانه در کویر داده شد تا با روش ساختاری - تفسیری مشخص شود که عوامل مؤثر در گردشگری ماجراجویانه به چه میزان در دستیابی به اهداف توسعه دخالت دارند و وابستگی آن‌ها به یکدیگر چگونه تفسیر می‌شود. سرانجام، تعیین توالی و روابط میان شاخص‌های شناسایی شده توسط فعالان و مدیران گردشگری ماجراجویانه سطح‌بندی و به‌صورت مدل ارائه شد تا الگوی ترسیم‌شده برای مدیریت هوشمند و خلاق با هدف توسعه گردشگری ماجراجویانه کاربردی شود.

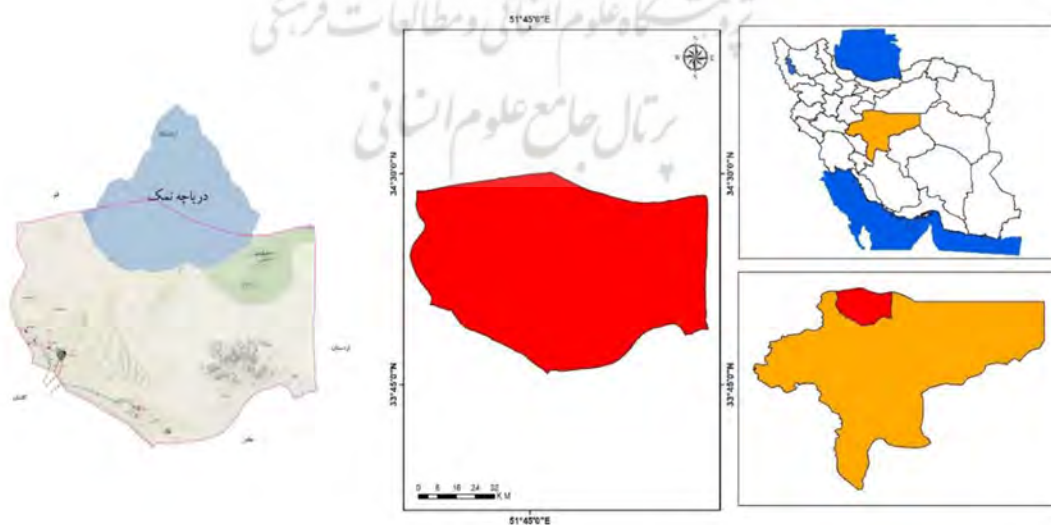


شکل ۳: ارزیابی کیفیت مطالعات اولیه تحقیق کیفی

مدل‌سازی ساختاری - تفسیری

منطق روش مدل‌سازی ساختاری - تفسیری مبتنی بر روش ناپارامتریک و بر مبنای مدل‌ها در فراوانی‌ها و تشکیل ماتریس است. سیچ (1977) این مدل‌سازی را ارائه کرد و کانان در سال ۲۰۰۷ طی مقاله‌ای مطرح ساخت. این روش با تجزیه معیارها در چند سطح گوناگون به تحلیل ارتباط بین شاخص‌ها به‌صورت تکی یا گروهی می‌پردازد (Kanan, 2009; Kanan et al., 2008). بنابراین، این روش نوعی فرایند یادگیری تعاملی است که به برقراری نظم در روابط پیچیده میان عناصر یک سیستم کمک فراوانی می‌کند (Warfield, 1974).

محدوده مورد مطالعه



شکل ۴: نقشه موقعیت جغرافیایی کویر مرنجاب در شهرستان آران و بیدگل



شرایط جغرافیایی و فیزیکی مطلوبی در ایران برای انواع خاص گردشگری ماجراجویانه وجود دارد که یکی از این موارد ویژه در مناطق کویری ایران قرار دارد. کویرها خلوت، بکر و به مراکز شهری نزدیک هستند. استان اصفهان دارای ۲۴ شهرستان، ۵۱ بخش، ۱۰۶ شهر و ۱۳۱ دهستان و شهرستان و کویر مرنجاب واقع در شهرستان آران و بیدگل است. این کویر از شمال به دریاچه نمک مسیله در آران و بیدگل، از غرب به بیابان مسیله و کویر آب شیرین، از شرق به بیابان پشت ریگ و پارک ملی کویر و از جنوب به بیابان بند ریگ و تپه‌های ماسه‌ای روان می‌رسد. ارتفاع متوسط کویر مرنجاب از سطح آب‌های آزاد در حدود ۸۵۰ متر است. اعتدال نسبی، به‌ویژه در فصل پاییز و زمستان، تنوع جاذبه‌های گردشگری، تنوع گونه‌های جانوری و پوشش گیاهی مناطق کویری فضای مناسبی را برای گردشگری ماجراجویانه در این منطقه فراهم می‌آورد، هرچند گردشگری در این محدوده نیز مانند دیگر نواحی ایران، به دلیل دور بودن از نگرشی سیستمی، مبتنی بر توسعه پایدار نیست که، همان‌طور که در ادامه بیان می‌شود، مهم‌ترین موانع آن سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری‌های کلان ناکارآمد و نبود مدیریت و برنامه‌ریزی یکپارچه است.

به جاذبه کویرهای ایران و از جمله مرنجاب می‌توان از سه منظر عوارض طبیعی، گونه‌های

گیاهی و گونه‌های جانوری توجه کرد. عوارض طبیعی کویرهای ایران متعدد و متنوع‌اند که از این بین می‌توان به رشته‌تپه یا رشته‌کوه‌های ماسه‌ای اشاره کرد که، علاوه بر داشتن منظره زیبا، برای ورزش اسکی ماسه‌ای بسیار مساعد هستند. تپه‌های ماسه‌ای پراکنده به اشکال گوناگون هلالی و شمشیری وجود دارد. دشت‌های پوشیده از پوشش‌های متفاوت (ریگی، قلوه‌سنگی، سنگی و ماسه‌ای) دیگر پدیده‌های موجود در کویرهای ایران هستند (کردوانی، ۱۳۸۳). وجود معادن کاربردی و تجدیدپذیر نمک یکی دیگر از جاذبه‌های کویرهای ایران است که منظره‌های زیبایی را خلق می‌کنند (کردوانی، ۱۳۷۵).

یافته‌های پژوهش کدگذاری متغیرها

بعد از بررسی ابعاد و شاخص‌های موضوع، با هدف شناسایی عوامل و مؤلفه‌های توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه، کدهای اولیه با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودی ۲۰۲۰ استخراج شدند. از میان ۴۸ کد به‌دست‌آمده، ۴ مقوله اصلی (ابعاد) و ۱۰ مقوله فرعی (شاخص) و ۱۸ کد در قالب جدول با کمک تعدادی از محققان نهایی و تعریف شد تا از طریق مدل‌سازی ساختاری - تفسیری قابل تفسیر شوند.

جدول ۲: متغیرهای به‌دست‌آمده از روش فواترکیب

ابعاد	شاخص	عوامل	منبع
پایداری اقتصادی	تبلیغات و ترویج	جلب رضایت گردشگر و وفاداری جامعه بومی	(ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (Nicolet & Andreea, 2013)، (فرتوک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵)، (صادقیان بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹) (محرّم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹)، (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳)
	بازاریابی گردشگری	جلب رضایت گردشگر و وفاداری جامعه بومی	(Carter et al., 2015)، (Buckley, 2004)، (Buhalis, 2000) (Yun & Zhang, 2016)، (ارمغان، ۱۳۹۸)، (میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸)، (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳)، (فزلسلو و عاشوری، ۱۳۹۹)، (Ali et al., 2016)، (Isa et al., 2020)، (Asmelash & Kumar, 2019)
	مدیریت یکپارچه برند گردشگری	مدیریت یکپارچه برند گردشگری	(Buhalis, 2000)، (علی‌اکبری و همکاران، ۱۳۹۴)، (حسینی و همکاران، ۱۳۹۳)، (واعظی و همکاران، ۱۳۹۶)، (میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸)، (فرتوک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵)، (کشاورز، ۱۳۹۸)
	مدیریت گردشگری	استفاده از فناوری‌های پیشرفته و توسعه گردشگری مجازی	(Buhalis, 2000)، (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸)، (کشاورز، ۱۳۹۸)، (محرّم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹)، (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳)، (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹)



ابعاد	شاخص	عوامل	منبع
پایداری اقتصادی	مدیریت گردشگری	مدیریت هوشمند و خلاق	(بسته‌نگار و همکاران، ۱۳۹۶)، (نظری و صیدایی، ۱۳۹۹)، (Chol, 2003)، (صابری‌فر، ۱۳۹۹)، (مکیان و بذرافشان، ۱۳۹۵)، (رحیمی و پازند، ۱۳۹۵)، (صادقیان بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹)
	مدیریت اقتصادی	خصوصی سازی	(ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (کشاورز، ۱۳۹۸)
پایداری سیاسی	حکمرانی	سیاست‌ها و قوانین گردشگری	(ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (Du Cros, 2001)، (صابری و همکاران، ۱۳۹۷)، (Januszn & Bajdor, 2013)، (جاودان و همکاران، ۱۳۹۳)، (Joppe, 2018)، (ضرغام بروجنی و بذرافشان، ۱۳۹۳)، (میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸)، (حسین‌زاده و مولوی عربشاهی، ۱۳۹۷)
	استانداردسازی گردشگری	استانداردسازی گردشگری	(ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (Bowitz & Ibenholt, 2009)، (میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸)، (فرتوک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵)، (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳)، (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹)
پایداری اجتماعی و فرهنگی	آموزش	آموزش و توانمندسازی	(Carter et al., 2015)، (Brar & Colari-Jakse, 2017)، (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (بسته‌نگار و حسینی، ۱۳۹۸)، (ارمغان، ۱۳۹۸)، (کشاورز، ۱۳۹۸)، (صفاری و همکاران، ۱۳۹۹)
	سرمایه اجتماعی	مشارکت و انسجام ذی‌نفعان گردشگری	(Seyfi et al., 2018)، (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (صابری‌فر، ۱۳۹۹)، (ارمغان، ۱۳۹۸)، (کشاورز، ۱۳۹۸)، (صفاری و همکاران، ۱۳۹۹)، (Richard & Marques, 2012)، (Zhang & Xie, 2019)
پایداری اجتماعی و فرهنگی	کیفیت زندگی	افزایش کیفیت زندگی اجتماعی جامعه بومی	(Yun & Zhang, 2016)، (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (Butler et al., 1998)، (محبوب‌فر و همکاران، ۱۳۹۰)، (واعظی و همکاران، ۱۳۹۶)، (ارمغان، ۱۳۹۸)، (Grgic, 2010)، (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳)، (کریمی و همکاران، ۱۳۹۹)
	نگرش و هویت‌بخشی	ادراک جامعه بومی از گردشگری و نگرشش به آن	(Carter et al., 2015)، (Buckley, 2004)، (Yun & Zhang, 2016)، (نیک‌بین و همکاران، ۱۳۹۸)، (امراللهی بیوکی و نظری دهقی، ۱۳۹۴)، (میرتقیان رودسری، ۱۳۹۸)، (Mason & Cheyne, 2010)، (Brida et al., 2010)، (Sharpley, 2014)، (فرتوک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵)، (قرلسفلو و عاشوری، ۱۳۹۹)، (Chen & Chou, 2019)
پایداری زیست محیطی	مدیریت و برنامه‌ریزی	مدیریت و برنامه‌ریزی سبز گردشگری	(ضرغام بروجنی، صداقت، ۱۳۹۷)، (نیک‌بین و همکاران، ۱۳۹۸)، (ارمغان، ۱۳۹۸)، (صادقیان بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹)
	مدیریت و برنامه‌ریزی	ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی گردشگری	(Omar, 2013)، (Du Cros, 2001)، (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (صابری و همکاران، ۱۳۹۷)
پایداری زیست محیطی	حفاظت	حفاظت از منابع گردشگری (تنوع زیستی، منابع طبیعی، میراث فرهنگی)	(Omar, 2013)، (نظری و صیدایی، ۱۳۹۹)، (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)، (توکلی بیدگلی، ۱۳۹۵)، (محبوب‌فر و همکاران، ۱۳۹۰)، (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳)
	حفاظت	حفاظت از منابع گردشگری (تنوع زیستی، منابع طبیعی، میراث فرهنگی)	(Butler, 1997)، (Yun & Zhang, 2016)، (ضرغام بروجنی، صداقت، ۱۳۹۷)، (Bowitz & Ibenholt, 2009)، (فرتوک‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵)، (صادقیان بروجنی و همکاران، ۱۳۹۹)، (کشاورز، ۱۳۹۸)، (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳)

ماتریس‌های ساختاری - تفسیری

دیدگاه‌ها و پاسخ‌های نخبگان، پرسش‌نامه طراحی شد. در این مدل تفسیری که بر ترتیب و جهت روابط پیچیده میان مؤلفه‌های نظام گردشگری ماجراجویانه تمرکز دارد، نتایج به دست آمده حاصل پرسش‌نامه‌های تجمیع شده قضاوت‌های گروهی نخبگان اعم از گردشگران حرفه‌ای، مدیران و کارشناسان توریسم است.

ماتریس خودتعاملی ساختاری^۱ نتیجه متغیرهایی است که در سطر و ستون اول گرفته‌اند و روابط میان متغیرها دوجه دو توسط نماهایی مشخص می‌شوند. برای مدل‌سازی توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه و تعیین روابط و سطح‌بندی معیارها با بهره بردن از

جدول ۳: ماتریس خودتعاملی ساختاری

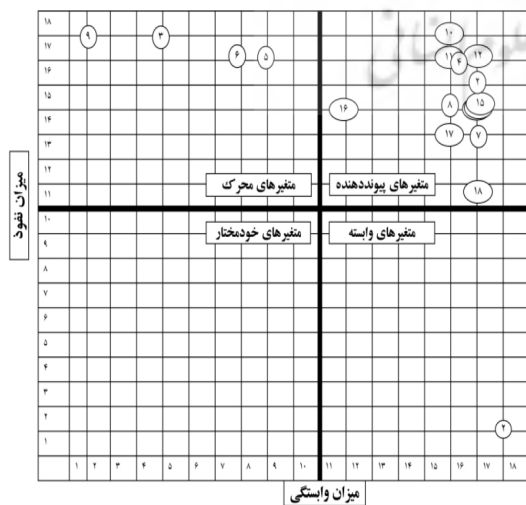
عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸
تبلیغات و ترویج	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰
جلب رضایت گردشگر و وفاداری جامعه بومی	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
مدیریت یکپارچه برند گردشگری	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
استفاده از فناوری‌های پیشرفته	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱
مدیریت هوشمند و خلاق	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
خصوصی‌سازی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
رفاه و امنیت اقتصادی	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
توسعه زیرساخت‌ها	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
سیاست‌ها و قوانین گردشگری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
استانداردسازی گردشگری	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
آموزش و توانمندسازی	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱
مشارکت و انسجام ذی‌نفعان گردشگری	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱
افزایش کیفیت زندگی اجتماعی جامعه بومی	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰
ادراک جامعه بومی از گردشگری و نگرشش به آن	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱
هویت‌بخشی فرهنگی و اجتماعی به جامعه بومی	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱
مدیریت و برنامه‌ریزی سبز گردشگری	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
ارزیابی تأثیرات زیست‌محیطی گردشگری	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۱
حفاظت از منابع گردشگری (تنوع زیستی، منابع طبیعی)	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱

جدول ۴: ماتریس دستیابی

عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	میزان نفوذ
تبلیغات و ترویج	۱	۱	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۵
جلب رضایت گردشگر و وفاداری جامعه بومی	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱
مدیریت یکپارچه برند گردشگری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۷
استفاده از فناوری‌های پیشرفته	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۶



عوامل	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	میزان نفوذ
مدیریت هوشمند و خلاق	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۶
خصوصی سازی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۷
رفاه و امنیت اقتصادی	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۳
توسعه زیرساخت‌ها	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۴
سیاست‌ها و قوانین گردشگری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۸
استانداردسازی گردشگری	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۷
آموزش و توانمندسازی	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۶
مشارکت و انسجام ذی‌نفعان گردشگری	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۶
افزایش کیفیت زندگی اجتماعی جامعه بومی	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۳
ادراک جامعه بومی از گردشگری و نگرشش به آن	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۳
هویت بخشی فرهنگی و اجتماعی به جامعه بومی	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۳
مدیریت و برنامه‌ریزی سبز گردشگری	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱۴
ارزیابی تأثیرات زیست محیطی گردشگری	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۳
حفاظت از منابع گردشگری	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۱۰
میزان وابستگی	۱۷	۱۸	۵	۱۶	۹	۸	۱۷	۱۶	۱	۱۷	۱۶	۱۷	۱۷	۱۷	۱۷	۱۱	۱۶	۱۷	



شکل ۵: ماتریس قدرت نفوذ و وابستگی عوامل

از تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به یک ماتریس دوازده‌گانه صفر و یک براساس نظر خبرگان ماتریس دستیابی^۱ به دست آمد. برای تعیین سطح اولویت عوامل، مجموعه دستیابی (عوامل تأثیرپذیر) و مجموعه پیش‌نیاز^۲ (عوامل تأثیرگذار) برای هر عامل تعیین شدند. با شناسایی عناصر مشترک این دو مجموعه، تعیین سطح انجام و در هفت سطح ترسیم شد.

تحلیل قدرت هدایت و وابستگی متغیرها

پس از تعیین سطوح، از برنامه میک مک^۳ با هدف تشخیص و تحلیل قدرت هدایت و وابستگی متغیرها استفاده شد و این عوامل در چهار دسته قرار گرفتند.

1. Reachability set
2. Antecedent set
3. MICMAC



زندگی اجتماعی جامعه بومی، ادراک جامعه بومی از گردشگری و نگرشش به آن، هویت بخشی فرهنگی و اجتماعی به جامعه بومی، مدیریت و برنامه ریزی سبز گردشگری، ارزیابی تأثیرات زیست محیطی گردشگری و حفاظت از منابع گردشگری (تنوع زیستی، منابع طبیعی) در این بخش قرار می گیرند.

مدل توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه

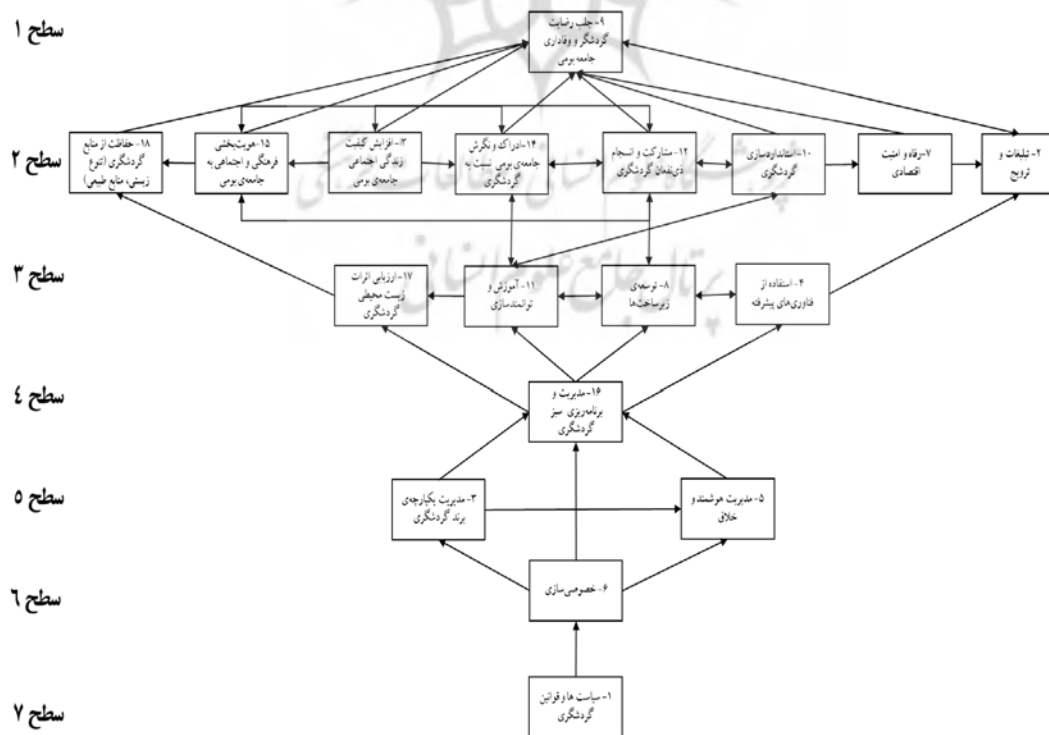
با تدوین ماتریس نهایی، اثرپذیری عوامل از یکدیگر و اثرگذاری آن‌ها در یکدیگر بررسی و با استفاده از مدل سازی ساختاری - تفسیری سطح بندی شد. این مدل می تواند ارتباط بین شاخص هایی را که به صورت تکی یا گروهی به یکدیگر وابسته هستند تعیین کند و با تجزیه معیارها در چند سطح به تحلیل ارتباط بین شاخص ها پردازد (Kannan et al, 2008). مدل گرافیکی نهایی آشکار می کند که گردشگری ماجراجویانه برای اقلیم هایی که ظرفیت های لازم برای فعالیت های مهیج را دارند قابل توجه است. بهبود کیفیت زندگی جامعه میزبان، تأمین تجارب کیفی برای گردشگران و حفظ کیفیت محیط زیست از آثار با اهمیت گردشگری پایدار است.

متغیرهای خودمختار: قدرت هدایت و وابستگی این متغیرها به سایر عوامل کم است. همان طور که در شکل دیده می شود، هیچ کدام از متغیرها این خصیصه را ندارند.

متغیرهای وابسته: این دسته از متغیرها قدرت هدایت کم، اما وابستگی زیادی به سایر عوامل دارند. جلب رضایت گردشگر و وفاداری جامعه بومی دارای چنین خصیصه ای است. این متغیر تحت تأثیر سایر سطوح بوده و سطحی کاملاً ذهنی و عمیق از روابط میان کنشگر انسانی در قالب مهمان و میزبان را نشان می دهد.

متغیرهای محرک: این متغیرها قدرت هدایت قوی، اما وابستگی ضعیفی دارند. مدیریت یکپارچه برند گردشگری، مدیریت هوشمند و خلاق و خصوصی سازی این گونه اند.

متغیرهای پیونددهنده: این متغیرها هدایت کننده و وابسته به سایر عوامل هستند. از این رو، تغییر در آن‌ها در کل سیستم تأثیر می گذارد. تبلیغات و ترویج، مدیریت یکپارچه برند گردشگری، استفاده از فناوری های پیشرفته، رفاه و امنیت اقتصادی، توسعه زیرساخت ها، استاندارد سازی گردشگری، آموزش و توانمند سازی، مشارکت و انسجام ذی نفعان گردشگری، افزایش کیفیت



شکل ۶: مدل عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ماجراجویانه



حفاظت از محیط و میراث را افزایش می‌دهد تا بازدهی بالاتری داشته باشد (Januszn & Bajdor, 2013). روابط بین دولت و سازمان‌های خصوصی، بر اساس اعتماد و ریسک‌پذیری مشترک، تأثیر مثبتی در توسعه گردشگری ماجراجویانه خواهد گذاشت.

مدیریت گردشگری: سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در مناطق کویری بدون نوآوری و مدیریت خلاق راه به جایی نمی‌برد. رویکردها و نظریه‌های جدید مدیریتی مبتنی بر نگرش‌های نظام‌مند، کل‌گرا، فرابخشی و بلندمدت است. در این جا است که نگرش اکوسیستمی غالب می‌شود، با این استدلال که عملکرد هر جزئی در کل اکوسیستم تأثیر می‌گذارد (den Hartigh & Tol, 2008). در گردشگری خلاق، نقش مدیران برای شناخت انواع خلاقیت موجود در منطقه، به‌منزله یک منبع و فرصت برای جذب گردشگران، مهم تلقی می‌شود (UNESCO, 2019). به مدیریت هوشمند و خلاق در جهان امروز بسیار توجه می‌شود و توسعه گردشگری‌های نوظهور در گروی چگونگی نگرش مدیران و فعالان گردشگری است. به باور ریچارد و ویلسون (2006)، گردشگری خلاق شکل پایداری از گردشگری است که موجب تمایز مقاصد می‌شود. لذا، هر حوزه فرهنگی و جغرافیایی، متناسب با مجموع خصیصه‌هایش، شکلی منحصر به فرد می‌یابد. موفقیت یک مقصد گردشگری مرهون ارتباط بین‌سازمانی، جاذبه‌ها و عوامل حیاتی آن است. مقصدها برای بقا باید به‌طور جامع، از طریق نوع جدیدی از همکاری، مدیریت شوند. گردشگری ماجراجویانه، بدون برنامه‌ریزی و مدیریت ضعیف، پیامدهای ناپایدار و چبران‌ناپذیری را در پی خواهد داشت.

زیرساخت‌ها: توسعه هر صنعتی به توسعه زیرساخت‌ها نیاز دارد و توسعه اقتصادی از میان تحولات فناورانه، در حوزه اطلاعات و ارتباطات، جنبه‌های گوناگون سفر را تسهیل و تسریع کرده است. عموماً باید به بررسی امکانات زیرساختی برای دسترسی آسان به نواحی روستایی و دورافتاده و تسهیلات اقامتی مناسب در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری توجه شود.

مدیریت خطر در گردشگری ماجراجویانه برای حفظ سلامتی و ایمنی گردشگران مهم است. به همین منظور، مدیریت خطر برخی ویژگی‌ها را برای گردشگری استاندارد ماجراجویانه در نظر گرفته است تا نوعی تفریح ماجراجویانه سالم باشد. بیدی (۲۰۰۳) معتقد است که سه عامل کلیدی توسعه گردشگری ماجراجویانه را تسهیل می‌کند:

سیاست‌گذاری و قوانین گردشگری: جوپ (2018) توسعه گردشگری در هر کشوری را متأثر از حوزه سیاست و حکمرانی می‌داند که وابسته به تصمیم‌سازان حکومتی است و میزان تخصص و آگاهی آن‌ها تأثیر مستقیمی در کیفیت صنعت توریسم دارد (Joppe, 2018). ضرغام و بذرافشان (۱۳۹۳) نیز، با بررسی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری گردشگری در ایران، معتقدند که این سیاست‌ها فقط همان مواد و بندهای ذکر شده در برنامه‌های توسعه هستند که نتایج قابل‌قبولی به دنبال نداشته است (ضرغام و بذرافشان، ۱۳۹۳).

همان‌طور که مطالعه روند توسعه گردشگری در سایر کشورها نشان می‌دهد، برای دستیابی به پیشرفت و توسعه، سازوکاری مبتنی بر اصول اساسی آن جوامع تعریف شده است که برآمده از مبانی ارزشی و شناختی آن‌ها است. برنامه‌ها و سیاست‌ها باید به‌گونه‌ای تدوین شوند که با سایر برنامه‌های کلان پیوند داشته باشند. دلیل این‌که از نظر نخبگان این سطح مؤثرترین عامل بوده این است که سیاست‌های گردشگری با اهداف، ظرفیت‌ها و موانع گردشگری ماجراجویانه هم‌راستا و متوازن نیست. نتایج به‌دست‌آمده از مطالعات پیشین و مصاحبه با نخبگان نشان می‌دهد که شرایط جغرافیایی کویر مرند و ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی آن و بیدگل فرصتی است برای آینده گردشگری ماجراجویانه. بنابراین، ضروری است که مؤلفه‌های اقلیم و مخاطرات محیطی به‌درستی تحلیل و پیش‌بینی شوند، درخصوص جذب گردشگر ماجراجو، میزان سرمایه‌گذاری و سهم و مشارکت ذی‌نفعان نیازسنجی شود. بنابراین، سیاست‌های گردشگری باید «اجتماع‌محور، همه‌جانبه و نظام‌مند، هدف‌دار، ریسک‌پذیر و انعطاف‌پذیر باشند. مهم‌تر از همه، توجه به فرهنگ جامعه میزبان، حفاظت از محیط زیست و توسعه اقتصادی - اجتماعی مقصد را در اولویت قرار دهند» (جاودان و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۴۷).

خصوصی‌سازی: پروکوپیو^۱ و همکاران (۲۰۱۹) معتقد هستند که تأثیر عوامل داخلی و خارجی در توسعه گردشگری با ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری فراهم می‌شود. ایجاد ارزش برای مقصد گردشگری نیاز به همکاری سازمان‌های خرد و کلان بسیاری دارد تا هدفی مشخص، که همان کارایی و یکپارچگی در زمان حال و آینده است، تحقق یابد (Selin & Beason, 1991). خصوصی‌سازی و اقتصاد آزاد در زمینه توریسم به توسعه این صنعت کمک بسیاری خواهد کرد. افزایش منافع مالی به توسعه گردشگری منجر می‌شود؛ زیرا توانایی

1. Prokopiou



احترام به کنترل و نظارت کارشناسان؛

افزایش تبلیغات رسانه‌ای و

استفاده از فناوری مناسب در مجموعه گردشگری ماجراجویانه (قدیری و وثوقی، ۱۳۹۴: ۵۱).

زیرساخت‌های گردشگری ماجراجویانه دو نوع هستند: زیرساخت‌های سخت که شامل جاده‌ها، فرودگاه‌ها، امکانات سکونتی و مسیرهای پیاده‌روی است و زیرساخت‌های نرم که نقشه مسیرها، اطلاعات در دسترس در خصوص فرهنگ و میراث، گردانندگان میدانی، برنامه‌های آموزشی برای تدارک‌دهندگان گردشگری ماجراجویانه شامل راهنمایی‌ها/ مفسران و غرفه‌های سازگار با محیط زیست و مانند آن‌ها را دربر دارد (خاکساری، دهقانی، ۱۳۹۳: ۷). بنابراین، زیرساخت‌های گردشگری با توجه به این موارد سنجیده می‌شوند.

پیامدهای اقتصادی و اجتماعی: ملموس‌ترین نتیجه توسعه گردشگری در اقتصاد مقصد و رفاه جامعه قابل مشاهده است. محققان بسیاری بیان کردند که گردشگری عاملی تعیین‌کننده در رشد اقتصادی است و از این طریق زندگی مردم را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Sanchez Carrera et al., 2008) و حتی به فقرزدایی منجر می‌شود (Bright, 2014; Carrascal Incera, 2015). گردشگری پایدار چشم‌اندازهای بومی و جهانی ارائه می‌دهد که مبتنی بر رفع تأثیر منفی در اقتصاد، محیط زیست و جامعه است، ضمن آن‌که دستیابی به رضایت همه ذی‌نفعان در فعالیت‌های گردشگری جوامع و گردشگران بسیار مهم است (Seyfi et al., 2018). بنابراین، اثربخشی و کارایی توسعه پایدار با هدف بقا در بازار جهانی تقاضا ضروری است (Brcar & Colarič-Jakše, 2017). نتایج الگو در سطح دوم روشن می‌سازد که گسترش فرصت‌های شغلی و ایجاد درآمد اضافی به فقرزدایی و کاهش مهاجرت و حاشیه‌نشینی منجر می‌شود. رفاه اجتماعی حاصل از حفظ منابع طبیعی و فرهنگی در کنار هویت‌یابی جامعه بومی باعث وفاداری جامعه بومی و احساس غرور خواهد شد.

در گردشگری پایدار، پایداری اجتماعی و فرهنگی بر فرهنگ جامعه و امتیازات آن و توجه به تقویت انسجام اجتماعی و عزت‌نفس، که به ساکنان اجازه خواهد داد تا زندگی خودشان را کنترل کنند، دلالت دارد (Chol, 2003: 33). افزایش سطح آموزش درک جامعه بومی از گردشگری را بهبود می‌بخشد و باعث بالا رفتن کیفیت زندگی شهروندان می‌شود. علت حضور

و جذب گردشگر در منطقه تمایزات فرهنگی و طبیعی است. از این رو، به تغییر فرهنگی منجر نخواهد شد، بلکه بدین وسیله هویت‌بخشی و آگاهی جامعه بومی از تجربه زیسته و داشته‌ها و آموخته‌هایش منسجم و فراگیر خواهد شد. کیفیت زیست‌محیطی و اجتماعی نواحی کویری آران و بیدگل عامل مهمی در رفاه عمومی و جذب گردشگر است.

همان‌طور که ریچاردز و مارکوز (2012) نشان داده‌اند، هدف گردشگری خلاق با کسب تجربیات خاطره‌انگیز محقق می‌شود و تأثیر مثبتی در انسجام جامعه محلی دارد و در تعامل گردشگر و میزان آن مؤثر است و در نهایت به قصد سفر مجدد گردشگر منجر خواهد شد. مشارکت یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی است. با مشارکت جامعه‌های محلی در حوزه توسعه گردشگری، هویت اجتماعی و فرهنگی تقویت می‌شود و عاملی برای سنجش کیفیت ارتباط‌ها در جامعه و ایجاد حس تعلق و هم‌بستگی اجتماعی است. بنابراین، مدیریت خلاقانه در مقصد باید راهی برای شرکت دادن مردم بومی در فرایند تصمیم‌گیری‌ها بیابد. گردشگری ماجراجویانه به مشارکت جوامع محلی نیاز دارد و مردم می‌توانند به‌مثابه راهنماهای بومی در بخش گردشگری فعال شوند.

چن و چوان (2019) مدلی از گردشگری خلاق ارائه دادند که در آن سه متغیر منحصر به فرد بودن مکان گردشگری، هویت و جذابیت به‌مثابه عوامل گردشگری خلاق هستند و تأثیر مستقیم در ادراک خوشایند و رضایت گردشگر دارند. نتیجه این پژوهش نیز نشان می‌دهد که ادراک جامعه بومی از توسعه گردشگری و نگرشش به آن از موضوعات مهمی است که به وفاداری جامعه بومی منجر می‌شود. تحقیقات بسیاری بر رابطه معنادار میان توسعه پایدار و تعلق اجتماعی تأکید دارند (Brida et al., 2010; Sharpley, 2014). اما، علی‌رغم آن‌که مردم بومی علاقه‌مند هستند تا با توسعه گردشگری شهر و هویت خود را نمایان کنند، نگران زوال زیست‌بوم و عواقب گسترش گردشگری بر میراث و هویت خود هستند.

سطح فرهنگی و روانی: محققان بسیاری انگیزه را نیروی محرک فعالیت‌ها می‌دانند و معتقد هستند در ابتدا باید ویژگی‌ها و انگیزه‌های گردشگران بررسی شود تا در ادامه بتوان به ابعاد دیگر توجه عمیق داشت (علیقلی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰۱). به تعبیر دوسا (۲۰۱۰)، انگیزه سفر و رضایت گردشگران دو عامل ضروری هستند که رفتار فرد در زمینه گردشگری



از فرصت سرمایه‌گذاری خصوصی استفاده کرد. توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی بومیان در حوزه گردشگری، و حمایت از آن‌ها از طریق برنامه‌ریزی‌های کلان و اجرای سیاست‌های پایدار گردشگری، توسعه را به‌سوی همگرایی و ارتباط نزدیک جامعه میزبان و گردشگر می‌برد.

همان‌طور که در مدل بیان شد، موانع عدم توسعه در این حوزه گردشگری شناسایی شده‌اند که، در رأس آن‌ها، موانع ساختاری و کلان قرار دارد. این مدل می‌تواند راهنمایی برای برنامه‌ریزان و محققان گردشگری ماجراجویانه باشد تا جایگاه متغیرها را در مقایسه با یکدیگر بسنجند. در این میان، مهم‌ترین چالش سیاست‌گذاری‌های کلان است که در سطوح گوناگون در سایر مؤلفه‌ها تأثیرگذار است. توسعه خلاقانه زیست‌بوم زمانی موفق می‌شود که از سطح جامعه به تدوین قوانین برسد و راهبردهای آن به توسعه گردشگری منجر شود که کل منسجمی از جامعه بومی به هم پیوندد تا تمام حوزه جغرافیایی را درگیر کند و، با افزایش میزان مشارکت، سرمایه اجتماعی و فرهنگی را تقویت کند. نتایج نشان می‌دهد که شیوه حکمرانی شاخص کلیدی و اثرگذار در شیوه سرمایه‌گذاری است. سپس، مدیریت کلان، هوشمند و خلاق فرصت‌ها را شناسایی می‌کند و برای رفع موانع راهکار ارائه می‌دهد. حال، با وجود موانع ساختاری، آیا می‌توان به سطحی از توسعه در منطقه دست یافت؟ در پاسخ، پیشنهاد می‌شود که فعالان و متخصصان گردشگری فعالیت خود را در سطح میانی پنج و چهار، یعنی مدیریت هوشمند و خلاق و یکپارچه برزند گردشگری، متمرکز کنند تا از این طریق بتوانند توجه سرمایه‌گذاران و مدیران و سیاست‌گذاران را به تسهیل حکمرانی و خصوصی‌سازی با هدف توسعه پایدار جلب کنند.

مدیریت و برنامه‌ریزی منابع موجود ماهیت قصدمند توسعه پایدار گردشگری است. توسعه کوچک مقیاس با تعیین اهداف واقع‌بینانه کارایی می‌یابد. مدیریت هوشمند باید، با ارائه برنامه‌های اجرایی، به توسعه مناطق مستعد توجه کند و، با تدوین ضوابط و راهکارهای مدیریتی خلاق در سطح ظرفیت‌های همان جامعه، برای حفظ منابع طبیعی و فرهنگی - اجتماعی شناخته‌شده‌ای که تجارت گردشگری مقصد به آن‌ها وابسته است تلاش کند. نباید این موضوع را از نظر دور داشت که تغییر نگرش جامعه به صنعت توریسم اهمیت ویژه‌ای دارد و مقاومت و مخالفت در مقابل گردشگری بیشتر به دلیل نگرانی از عواقب مخرب عناصر فرهنگی مردم

را تعیین می‌کنند (Devesa, 2010: 547). رضایت گردشگر از مقصد و وفاداری جامعه بومی به فرایند این صنعت ذهنی‌ترین و انتزاعی‌ترین سطح این مدل‌سازی است. پس، درک ویژگی‌های گردشگران و شناسایی فرصت‌های انگیزشی برای توسعه نوعی خاص از گردشگری بسیار ضروری است.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با استفاده از نتایج مدل‌سازی ساختاری - تفسیری به‌منظور تحلیل عوامل مؤثر در توسعه پایدار گردشگری ماجراجویانه در کویر مرنجاب با هدف تلاش برای تبدیل این ناحیه به یک مقصد گردشگری بین‌المللی پایدار انجام شد. گردشگری در نواحی دورافتاده و بکر در کنار دیگر جنبه‌های توریسم اهمیت دارد؛ چراکه با توسعه گردشگری ماجراجویانه و دیگر جنبه‌های آن معنای اوقات فراغت و تفریح نیز تغییر می‌یابد. گردشگران، در کنار گذران فراغت و یادگیری، سعی می‌کنند به زندگی خود معنا بخشند. این دیدگاهی است که تغییر مفاهیم را مبتنی بر توسعه پایدار و تحولات تکنولوژیکی می‌داند و تفکر و اندیشه انسان‌ها را هدف گرفته است.

با وجود اهمیت اهداف و برنامه‌های توسعه گردشگری پایدار در سطوح گوناگون بین‌المللی، ملی و منطقه‌ای و انبوه مطالعاتی که در کشور انجام شده است، همچنان اقدامات برای عملیاتی‌سازی این مفهوم در مدیریت و برنامه‌ریزی مقصد و کسب‌وکارهای گردشگری با موانعی پیچیده مواجه است. بخشی از این موانع با گسترش شرکت‌های خصوصی و اقدامات فعالانه مردم بومی رفع‌شدنی است. تبلیغات مؤثر و آگاهی بخشی توسط مردم بومی برای جذب گردشگر، فعالیت کسب‌وکارهای خانوادگی در زمینه بوم‌گردی به‌منظور اشتغال‌زایی، توانمندسازی و آموزش توسط گروه‌های مردمی و سازمان‌های غیردولتی برای حفظ میراث فرهنگی و طبیعی از مواردی است که بستر جذب گردشگر ماجراجو را به نواحی روستایی و کویری فراهم می‌کند.

رویکرد جامع و آینده‌نگر به واقعیت توسعه گردشگری در نواحی کوچک مقیاس می‌تواند راهکار مناسبی برای توسعه اتمیستی باشد. توسعه گردشگری ماجراجویانه به‌طور فزاینده‌ای باعث بالا بردن قابلیت زیست در نواحی مستعد و بهبود شرایط زندگی جوامع می‌شود. با این هدف که در آینده‌ای نزدیک بتوان در بافت مقصد به نتایج دلخواه و قصدشده رسید، باید



است. حال آن‌که، هرچه جامعه بومی بتواند تمایز خود را به‌منزله فرهنگی ویژه حفظ کند و هویت مشخصی داشته باشد، قابلیت جذب بیشتری نیز خواهد داشت. بنابراین، با مدیریت خلاق، نه تنها عناصر فرهنگی از میان نخواهد رفت، بلکه بالنده‌تر و پویاتر از قبل خواهد بود.

سرانجام، با پایان یافتن مخاطره جهانی همه‌گیری کرونا، بسیاری از کشورها سعی می‌کنند تا اقتصاد خود را اصلاح و خسارت‌های ناشی از بحران اقتصادی را جبران کنند. یکی از بخش‌هایی که با سرعت بیشتری قابل‌بازسازی است بخش گردشگری است که می‌تواند سبب ایجاد اشتغال، افزایش تولید ناخالص داخلی و در نهایت رفاه و بهبود وضعیت معیشتی مردم شود. در نتیجه، پویایی اقتصاد روستایی و مناطق زیستی گوناگون ایران از طریق انواع فعالیت‌های گردشگری، برای تمامی بخش‌های اقتصادی، امری الزامی است. در پایان، پیشنهادهای پژوهشی و کاربردی ذکر می‌شود:

پژوهشی:

توجه محققان حوزه گردشگری به تنوع موضوعات گردشگری از جمله ماجراجویی.

آسیب‌شناسی قوانین و برنامه‌های حوزه گردشگری در خصوص کل روند این صنعت پویا و مهم.

تأثیر مثبت و منفی بخش اقتصادی و خصوصی‌سازی در فرایند گردشگری خلاق و پایدار.

استفاده از ظرفیت روش‌های آمیخته برای رسیدن به نتایج دقیق‌تر به‌گونه‌ای که هر روش مکمل روش دیگر شود.

کاربردی:

بیش از هرچیز مدیریت و برنامه‌ریزی متخصصان و فعالان گردشگری می‌تواند توجه حاکمان را به‌سوی اهمیت این نوع از گردشگری جلب کند.

حضور فعال بخش خصوصی در حوزه گردشگری که این مهم از طریق یک مدیریت خلاق به دست خواهد آمد.

آموزش و توانمندسازی جامعه بومی برای توسعه امکانات کوچک‌مقیاس و فعالیت اقتصادی در این حوزه.

منابع

ارمغان، سیمین (۱۳۹۸). ارزیابی شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی در پایداری گردشگری روستاهای شهرستان نور. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، ۳(۳)، ۳۴۷-۳۶۲.

امراللهی بیوکی، ناهید و نظری دهقی، اعظم (۱۳۹۴). اثرات تصویر ذهنی گردشگران شهر اصفهان بر توسعه گردشگری پایدار آن. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰(۳۱)، ۱۰۳-۱۲۹.

بسته‌نگار، مهنوش، حسنی، علی و خاکزار بفرویی، مرتضی (۱۳۹۶). طراحی مدل مفهومی گردشگری خلاق.

گردشگری و توسعه، ۶(۲)، ۸۱-۱۰۸.

بسته‌نگار، مهنوش و حسنی، علی (۱۳۹۸). معماری اکوسیستم گردشگری شهر خلاق گسترده‌نومی با

تحلیل شبکه اجتماعی (مورد مطالعه: شهر رشت).

فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، ۸(۲)،

۱-۱۲۶.

توکلی بیدگلی، مجتبی (۱۳۹۵). ارزیابی پیامدهای گسترش

گردشگری خانه‌های دوم در قمصر. پایان‌نامه

کارشناسی ارشد، کاشان، دانشگاه کاشان، دانشکده

کشاورزی و منابع طبیعی.

جاودان، مجتبی، فیروزی، معصومه، ادیبی، زهرا و پاوای،

سعیده (۱۳۹۳). ارزیابی سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه

گردشگری ایران در چارچوب رهیافت توسعه پایدار

گردشگری، اولین همایش بین‌المللی علمی راهبردی

توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش‌ها

و چشم‌انداز، جهاددانشگاهی، پژوهشکده گردشگری.

حسین‌زاده، مهناز و مولوی عربشاهی، سیده سوسن (۱۳۹۷).

توسعه پایدار گردشگری در روستای ایبانه با استفاده از

رویکرد پویایی سیستم. فصلنامه گردشگری و توسعه،

۷(۳)، ۱۷۳-۱۹۴.

حسینی، سیدعلی، اسکندری‌نوده، محمد و

مهرن قاسم‌آبادی، فاطمه (۱۳۹۳). بررسی و تحلیل

شاخص‌های استراتژی توسعه شهری (CDS) در توسعه

گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر چابکسر).

فصلنامه جغرافیا و پایداری محیط، ۴(۱۱)، ۴۱-۵۵.

خاکساری، علی و دهقانی، معصومه (۱۳۹۳). ظرفیت

گردشگری ماجراجویانه در کوریه‌های ایران با استفاده

از تکنیک (SWOT). فصلنامه مطالعات مدیریت

گردشگری، ۹(۲۷)، ۱-۲۲.

رحیمی، محمد و پازند، فاطمه (۱۳۹۵). الگوی گردشگری

خلاق شهری در ایران با استفاده از مدل تحلیل

سلسله‌مراتبی. فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم

انسانی، ۶(۳)، ۹۷-۱۲۴.



علیقلی زاده فیروزجایی، ناصر، رمضان زاده لسبویی، مهدی و مجید، اسمعیلی (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر انگیزه گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری با تأکید بر جاذبه‌های روستاهای مناطق کویری و بیابانی (مطالعه موردی نواحی خور و بیابانک). فصلنامه علمی - پژوهشی جغرافیا، ۱۳(۴۶)، ۳۰۱-۳۲۱.

فرتوک زاده، حمیدرضا، اسفندیارپور بروجی، سیما، کیانی فیض آبادی، زهره و رجیبی نهوجی، میثم (۱۳۹۵). بررسی سیاست‌های توسعه صنعت گردشگری در ایران با استفاده از رویکرد پویایی‌های سیستم. فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی، ۱۲(۱)، ۹۳-۱۱۹.

قدیری معصوم، مجتبی و وثوقی، لیلا (۱۳۹۴). گردشگری ماجراجویانه. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۱)، ۵۸-۴۱.

قزلسفلو، حمیدرضا و عاشوری، تقی (۱۳۹۹). الگوی ویژگی‌های رفتاری و هیجانات ذاتی گردشگران ماجراجوی ورزش‌های هوایی بر مبنای بروز رفتارهای خود-حفاظتی واقعی. مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۷(۲۶)، ۱۱۵-۱۳۱.

کردوانی، پرویز (۱۳۷۵). مناطق خشک، خاک‌ها (طبقه‌بندی جغرافیایی و مسائل بهره‌برداری از آن‌ها) احیا، اصلاح و آباد کردن (جلد دوم). تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.

کردوانی، پرویز (۱۳۸۳). جاذبه‌های گردشگری بیابان‌ها و کویرهای ایران. مجله کیهان فرهنگی، ۲۳(۲۲۱)، ۲۳-۲۸.

کریمی، جواد، سلطانان، لیلا و بجانی، ابوالفضل (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه گردشگری ماجراجویانه ورزشی براساس نظریه داده‌بنیاد. فصلنامه مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۲(۶۰)، ۶۱-۸۲.

کشاوری، مهناز (۱۳۹۸). شناسایی عوامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری پایدار شهری با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری - تفسیری (ISM) (مطالعه موردی: شهر خرم‌آباد). فصلنامه گردشگری شهری، ۱۶(۱)، ۱۲۱-۱۳۴.

محبوب‌فر، محمدرضا، شفق، سیروس و زنگی آبادی، علی (۱۳۹۰). توان‌سنجی و برنامه‌ریزی گردشگری شهر کاشان. فصلنامه برنامه‌ریزی فضایی، ۲۱(۲)، ۱۰۹-۱۳۲.

محرّم زاده، مهرداد، گنجی ایمچه، حسین، حسینی، میرابراهیم و گنجی ایمچه، محسن (۱۳۹۹). تدوین راهبردهای

رضوانی، محمدرضا، بدری، علی و ترابی، ذبیح‌الله (۱۳۹۸). بررسی ادراک ذی‌نفعان از تحقق گردشگری حامی فقرا در روستاهای منتخب استان سمنان. نشریه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۷(۱)، ۱-۲۴.

زورکی، شهریار، ازوجی، حسناوساداتی امیر، رقیه (۱۳۹۷). تحلیل نقش توریسم بر دفاع اقتصادی باروش دانه‌های تابلویی. نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۶)، ۹۶-۱۲۱.

صابری، امیر، توکلی‌نیا، جمیله، رضویان، محمدتقی و قادری، اسماعیل (۱۳۹۷). بررسی تأثیر گردشگری بر توسعه اقتصادی - اجتماعی شهر کاشان. فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۳۶(۳)، ۱-۳۴.

صابری‌فر، رستم (۱۳۹۹). نقش گردشگری خلاق در ماندگاری گردشگران و اثر آن بر توسعه اقتصادی (نمونه موردی: بشرویه خراسان جنوبی). برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۲۴(۴)، ۱۷۷-۲۰۷.

صادقیان بروجی، نجمه، کیانی سلمی، صدیقه و غلامی، یونس (۱۳۹۹). شناسایی عوامل اثربخش بر توسعه گردشگری خلاق و تأثیر آن بر پایداری رفتار از دیدگاه گردشگران در مناطق روستایی شهرستان بروجن. فصلنامه پژوهش‌های روستایی، ۱۱(۴)، ۶۹۶-۷۱۱.

صفاری، مرجان، حیدری، کلثوم و لطیفی‌فرد، مهدی (۱۳۹۹). تأثیر مشارکت پایدار در گردشگری ماجراجویانه بر توانمندسازی زنان. نشریه مطالعات مدیریت ورزشی، ۱۲(۵۹)، ۱۱۳-۱۳۴.

ضرغام بروجی، حمید و بذرافشان، مرتضی (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر بر اجرای خط‌مشی‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران (از دیدگاه پژوهشگران دانشگاهی). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳۱(۹)، ۳۱-۵۱.

ضرغام بروجی، حمید و صداقت، مریم (۱۳۹۷). مدل فرایندی توسعه پایدار گردشگری جمهوری اسلامی ایران، نظریه‌ای داده‌بنیاد با تأکید بر برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی. فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، ۷(۳)، ۲۵-۷۳.

علی‌اکبری، اسماعیل، رهنمایی، محمدتقی و صفرعلی‌زاده، اسماعیل (۱۳۹۴). مدیریت یکپارچه گردشگری، راهبردی برای توسعه منطقه‌ای در استان آذربایجان غربی. فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای (دانشگاه آزاد مرودشت)، ۱۹(۱)، ۱-۱۲.



- Asmelash, A. G., & Kumar, S. (2019). The structural relationship between tourist satisfaction and sustainable heritage tourism development in Tigrai, Ethiopia. *Heliyon*, 5(3), e01335.
- Aykac, A. (2005). *Contemporary Patterns of Labor Transformation: Evidence from Turkish tourism industry* (Doctoral dissertation, State University of New York at Binghamton).
- Beedie, P. (2003). Mountain guiding and adventure tourism: reflections on the choreography of the experience. *Leisure Studies*, 22(2), 147-167.
- Bowitz, E., & Ibenholt, K. (2009). Economic impacts of cultural heritage—Research and perspectives. *Journal of Cultural Heritage*, 10(1), 1-8.
- Bramwell, B., Higham, J., Lane, B., & Miller, G. (2017). Twenty-five years of sustainable tourism and the looking back and moving forward. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 1-9.
- Brcar, F., & Colarič-Jakše, L. M. (2017). Evaluation of cultural heritage in Posavje region by tourists and employees. *Challenges of the Future*, 2(1), 1-15.
- Brida, J. G., Osti, L., & Barquet, A. (2010). Segmenting Resident Perceptions Towards Tourism a Cluster Analysis with a Multinomial Logit Model of a Mountain Community. *International of Tourism Research*, 12, 591-602.
- Bright, A. (2014). Spatial analysis of Tourism Income distribution Inx, the accommodation Sector in Western Uganda. *Tourism and Hospitality Research*, 3(21), 1-8.
- Buckley, R. (2004). The effects of world heritage listing on tourism to Australian national parks. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(1), 70-84.
- Buckley, R. (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28(6), 1428-33.
- ایجاد قطب گردشگری ماجراجویانه در کوهستان‌های اردبیل با استفاده از تکنیک (SWOT). پژوهش‌های فیزیولوژی و مدیریت در ورزش، ۱۲(۳)، ۱۹۱-۱۸۵.
- مشاوران توریست کنسولیت (۱۳۵۱). طرح جامع توسعه جهانگردی در ایران، سیاست‌ها، اولویت‌ها و تسهیلات موجود. تهران: سازمان برنامه و بودجه.
- مکیان، سارا و بذرافشان، مرتضی (۱۳۹۵). گردشگری خلاق. تهران: انتشارات مهکامه.
- میرتقیان رودسری، سیدمحمد (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی کاربرد مدل‌سازی معادلات ساختاری در پژوهش‌های ایرانی گردشگری. فصلنامه گردشگری و توسعه، ۸(۳)، ۱۲۴-۱۴۶.
- نظری، حمید و صیدانی، سیداسکندر (۱۳۹۹). واکای مخاطرات اثرگذار بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار شهرستان کوهرنگ با استفاده از تحلیل مقایسه کیفی مجموعه فازی. مدیریت مخاطرات محیطی (دانش مخاطرات سابق)، ۷(۱)، ۹۷-۱۱۱.
- نیک‌بین، مهنا، ضرغام بروجنی، حمید، صالحی امیری، سیدرضا، محمدخانی، کامرانی و غفاری، فرهاد (۱۳۹۸). مدل مفهومی توسعه پایدار گردشگری فرهنگی با رویکرد فراترکیب. دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، ۷(۱۴)، ۷۳-۱۰۲.
- واعظی، رضا، چگین، میثم و اصلی‌پور، حسین (۱۳۹۶). جایگاه خط‌مشی گردشگری سلامت در توسعه اقتصادی و اجتماعی مبتنی بر راهبردهای اقتصاد مقاومتی. مدیریت دولتی، ۹(۴)، ۶۶۱-۶۶۴.
- هولدن، اندرو (۱۳۹۴). محیط و گردشگری، ترجمه علی موحد و رضا زارعی. تهران: انتشارات سمت.
- Ali, F., Ryu, K., & Hussain, K. (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(1), 85-100.
- Amir, S., Mohamed Osman, M., Bachok, S., & Ibrahim, M. (2015). Sustaining local community economy through tourism: Melaka UNESCO world heritage city. *Procedia Environmental Sciences*, 28, 443-452.



- Du Cros, H. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International Journal of Tourism Research*, 3(2), 165-170.
- Ekinci, M. B. (2014). The Cittaslow philosophy in the context of sustainable tourism development; the case of Turkey. *Tourism Management*, 41, 178-189.
- Farid, S. M. (2015). Tourism management in world heritage sites and its impact on economic development in Mali and Ethiopia. *Procedia-Social and Behavioral Science*, 211, 595-604.
- Grgic, I., Zimberk, T., Tratnik, M., Markovina, J., & Jura, J. (2010). Quality of Life in Rural Areas of Croatia to Stay or to Leaver? *African Journal of Agricultural Research*, 5(8), 653-660.
- Hardy, A., Robert, J., Beeton, S., & Pearson, L. (2002). Sustainable Tourism: An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualization of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 10(6), 475-496.
- Hunter, C., & Green, H. (1995). *Tourism and the environment: A sustainable relationship?* Routledge.
- Isa, S. M., Ariyanto, H. H., & Kiumarsi, S. (2020). The effect of place attachment on visitors' revisit intentions: evidence from Batam. *Tourism Geographies*, 22(1), 51-82.
- Jafari, J., & Ritchie, J. R. B. (1981). Toward a framework for tourism education: Problems and prospects, Editor's page. *Annals of Tourism Research*, 8(1), 13-34.
- Januszn, G. K., & Bajdor, P. (2013). Towards to Sustainable Tourism Framework, Activities and Dimensions. *Procedia Economics and Finance*, 6, 523-529.
- Joppe, M. (1996). Sustainable Community Tourism Development Revisited. *Tourism management*, 17(7), 475-479.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tour Manage*, 21(1), 97-116.
- Butler, R., Hall, C. M., & Jenkins, J. (1998). *Tourism and recreation in rural areas*. New York: John Wiley and Sons Ltd.
- 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*, 15(4), 254-266.
- Carrascal Incera, A. (2015). Income distribution and inbound tourism consumption in Galicia: multiplier decomposition analysis. Santiago: University of Santiago de Compostela.
- Carter, R. W., Thok, S., O'Rourke, V., & Pearce, T. (2015). Sustainable tourism and its use as a development strategy in Cambodia: a systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 797-818.
- Chen, C. F., & Chou, S. H. (2019). Antecedents and consequences of perceived coolness for Generation Y in the context of creative tourism-A case study of the Pier 2 Art Center in Taiwan. *Tourism Management*, 72, 121-129
- Chol, H. S. (2003). *Measurement of sustainable development progress for managing community tourism*. A dissertation submitted the office of graduate studies of Texas A&M university.
- den Hartigh, E., & Tol, M. (2008). Business ecosystem. In *Encyclopedia of Networked and Virtual Organizations* (pp. 106-111). IGI Global.
- Devesa, M., & Laguna, M., & Palacios, A. (2010). The role of motivation in visitor satisfaction, Empirical evidence in rural tourism. *Tourism management*, 31(4), 547-552.

- Paterson, B. L., Thorne, S. E., Canam, C., & Jillings, C. (2001). *Meta-study of Qualitative Health Research: A Practical Guide of Meta-analysis and Meta-synthesis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Pearce, D. G., & Butler, R. W. (Eds.) (1993). *Tourism research: Critiques and challenges*. Routledge.
- Prokopiou, D., Giannopoulos, K., Anagnostellos, K., Tselentis, B., & Mavridoglou, G. (2019). Swot Analysis of the Tourist Sector on Paros Island, Greece. *WIT Transactions on The Built Environment*, 188, 165-176.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *In Atlas News*, 23, 16-20.
- Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209-1223.
- Richards, G. (2011). Creativity and Tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring creative tourism: Introduction. *Journal of Tourism Consumption and practice*, 4(2), 1-11.
- Ryan, C. (2002). Equity, Management, Power Sharing and Sustainability-Issues of the 'New Tourism'. *Tourism Management*, 23, 17-26.
- Sage, A. P. (1977). *Interpretive Structural Modeling: Methodology for Large-Scale Systems*. New York: McGraw-Hill.
- Sanchez Carrera, E. J., Brida, J. G., & Risso, W. A. (2008). Tourism's Impact on Long-Run Mexican Economic Growth. *Economic Bulletin*, 23(21), 1-8.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. Springer Publishing Company Inc.
- Joppe, M. (2018). Tourism Policy and Governance: Quo Vadis? *Tourism Management Perspectives*, 25, 201-204.
- Kannan, G., Haq, A. N., Sasikumar, P., & Arunachalam, S. (2008). Analysis and selection of green suppliers using interpretative structural modeling and analytic hierarchy process. *International Journal of Management and Decision Making*, 9(2), 82-163.
- Kanan, F. T. (2009). Toward interpretation of complex structural modeling, *IEEE Trans. Systems Man Cybernet*, 4(5), 32-36.
- Kim, H. (2013). The Concept & Strategy of Creative Tourism Policy of Korean Tourism. *Journal of Global Tourism Research*, 2, 8- 20.
- Ko, T. G. (2005). Development of a Tourism Sustainability Assessment Procedure: A Conceptual Approach. *Tourism management*, 26, 431-445.
- Lee, J., & Lee, H. (2015). Deriving Strategic Priority of Policies for Creative Tourism Industry in Korea using AHP. *Procedia computer science*, 55, 479-484.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Residents' Attitudes to Proposed Development. *Annals of Tourism Research*, 27, 391-411.
- Meheux, K., & Parker, E. (2006). Tourist sector perceptions of natural hazards in Vanuatu and the implications for a small island developing state. *Tourism Management*, 27(1), 69-85.
- Nicoleta, A., & Andreea, M. (2013). Effects of Tourism on Labor Market. *Procardia-Social and Behavioral Sciences*, 92, 652-655.
- Omar, H. (2013). The Development of Sustainable Cultural Heritage Tourism in Malaysia: Implication for Planning and Management. Phd Thesis. Newcastle University.



- Warfield, J. (1974). Toward interpretation of complex structural modeling. *IEEE Trans, Systems Man Cybernet*, 4(5), 405-417.
- WCED (1987). World Commission on Environment and Development, 17(149). Berlin. https://idl-bnc-idrc.dspacedirect.org/bitstream/handle/10625/152/WCED_v17_doc149.pdf
- Weaver, D. B. (2012). *Sustainable Tourism*. New Yourk: Routledge.
- Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism, A Review of Research Approaches. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 360-377.
- WTTC (World Travel and Tourism Council) (2013). *Travel and Truism: Economic Impact, Nepal*. London: WTTC. <https://wttc.org/>
- Yun, H. J., & Zhang, X. (2016). Cultural conservation and tourism development in the consolidation stage of the tourism area life cycle model. *Tourism Planning & Development*, 14(3), 1-16.
- Zhang, Y., & Xie, P. F. (2019). Motivational determinates of creative tourism: a case study of Albergue art space in Macau. *Current Issues in Tourism*, 22(20), 2538-2549.
- Zimmer, L. (2006). *Qualitative meta-analysis: A Question of Dialoguing with Texts*. London: The Blackwell Publishing.
- Selin, S., & Beason, K. (1991). Interorganizational relations in tourism. *Annals of Tourism Research*, 18(4), 635-652.
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Fagnoni, E. (2018). Managing world heritage site stakeholders: a grounded theory paradigm model approach. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-17.
- Sharpley, R. (2014). Host Perception of Tourism, A Review of the Research. *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Sharpley, R., & Telfer, D. (2015). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. 2nd edition. Channel View Publications: UK.
- Soria, A. C. R., & Molendowska-Ruiz, J. E. (2014). *Reinventing Costa del Sol Through Creative Tourism*. Retrieved from Economia Creative Consultancy Information website.
- Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2015). *Tourism and development in the developing world*. Routledge.
- Trauer, B. (2006). Conceptualizing Special Interest Tourism-framework for Analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183-200.
- UNESCO (2019). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism and New Mexico: Santa Fee*.
- (UNWTO) (2012). World Tourism Organization (UNWTO), Annual Report 2011, the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415366>
- Vujadinovic, S., Sabic, D., Joksimovic, M., Golic, R., Gajic, M., Zivkovik, L., & Milincic, M. (2013). Possibility for mountain-based adventure tourism: the case of Serbia. *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, 19, 99-111.