

سنجش نگرش روستاییان نسبت به تحقق گردشگری روستایی جامعه محور (مورد مطالعه: دهستان گوراب‌پس، شهرستان فومن، استان گیلان)

* مهدی حسام^۱، حمیدرضا باغیانی^۲

۱- عضو هیئت علمی دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، گیلان، ایران.

۲- دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

حکمه

تاریخ دریافت: ۰۶ بهمن ۱۳۹۵

تاریخ پذیرش: ۲۴ تیر ۱۳۹۶

یکی از راهبردهایی که امروزه در بسیاری از کشورهای جهان به‌منظور رشد و توسعه مناطق روستایی به آن توجه می‌شود، توسعه و گسترش گردشگری در این نواحی است. در این میان گردشگری جامعه‌محور از دهه ۱۹۷۰ مطرح گردید که متضمن سطح بالای مشارکت جوامع با توجه به پایداری در فرآیند توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری است. گردشگری جامعه‌محور در جستجوی ایجاد منافع اقتصادی برای جامعه‌ی محلی، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگ محلی، بهبود کیفیت زندگی و توانمندسازی جامعه محلی به‌منظور رفع نیازهای نسل‌های حال و آینده است. در این مقاله دهستان گوراب‌پس در استان گیلان با توجه به رونق و توسعه گردشگری در این منطقه انتخاب گردیده است تا اثرات گردشگری بر جامعه محلی موردسنجش قرار گرفته و مشخص شود که توسعه گردشگری چقدر منجر به افزایش مشارکت جامعه‌ی محلی در فعالیت‌های گردشگری شده است. روش تحقیق به‌صورت توصیفی - تحلیلی و ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه بوده و تعداد این نمونه‌ها با روش کوکران ۳۱۴ نفر تعیین گردید. تحلیل نتایج با استفاده از آزمون تحلیل عاملی نشان می‌دهد که در بین عوامل گردشگری روستایی جامعه‌محور، عامل اقتصادی با ۱۹/۱۳۷ و جامعه محلی و حفظ منابع با ۱۶/۲۸۳ بهترین وضعیت و عامل مشارکت با ۹/۷۸۶ بدترین وضعیت را داشته است.

کلیدواژه‌ها:

گردشگری جامعه‌محور، گردشگری روستایی، جامعه محلی، دهستان گوراب‌پس.

مقدمه

گردشگری یکی از رضایت‌بخش‌ترین فعالیت‌های اقتصادی در سطح جهان می‌باشد که به‌طور بالقوه با بسیاری از فعالیت‌ها در رابطه است و از این رو می‌تواند به‌عنوان یک نیروی مهم با اثرات منفی و مثبت در نظر گرفته شود. گردشگری در کشورهای درحال توسعه مانند شمشیری دو لبه عمل می‌کند؛ درحالی‌که برای جوامع و مردم در ابتدای امر به‌عنوان سرآغازی برای افزایش درآمد و بهبود وضعیت معیشت عمل می‌کند اما در برخی از موارد این منافع تمایل به جریان یافتن به بیرون دارد. علاوه بر این قدرت واقعی و تصمیم‌گیری‌های مرتبط با گردشگری اغلب در کنترل ساکنین غیربومی است (Mitchell & Reid, 2001). این موضوع منجر به ظهور یک رویکرد جایگزین در گردشگری با

عنوان گردشگری جامعه‌محور^۱ (CBT) شده است. این رویکرد، گردشگری را به‌عنوان فعالیتی در نظر می‌گیرد که مردم محلی در آن می‌توانند کنترل قابل توجهی بر فعالیت‌ها داشته باشند و در فعالیت‌های مرتبط با توسعه و نظارت گردشگری مشارکت کنند و در نهایت هدف، نگهداشت بخش قابل توجهی از منافع گردشگری در سطح اقتصاد محلی است (Hall, 2007; Murphy & Murphy, 2004). به عبارت دیگر، گردشگری جامعه‌محور به‌عنوان رویکردی از گردشگری تعریف می‌شود که «جامعه‌ی محلی، کنترل اساسی بیشتری بر فعالیت‌ها داشته و در مدیریت و توسعه گردشگری مشارکت دارد و بدین ترتیب، سهم قابل توجهی از منافع در داخل جامعه باقی می‌ماند، حتی کسانی که به‌طور مستقیم در سرمایه‌گذاری بخش گردشگری دخالت ندارند، شکلی از سود را به دست می‌آورند؛ مفهوم جامعه محلی بستگی

1. Community-Based Tourism

* نویسنده مسئول:

دکتر مهدی حسام

نشانی: استان گیلان، رشت، دانشگاه گیلان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه مدیریت

تلفن: ۴۴۶۴۷۷۶ (۹۱۹) ۰۹۸+

پست الکترونیکی: mhesam@Guilan.ac.ir

گردشگری جامعه‌محور، به دنبال توانمندسازی مردم، افزایش مشارکت ساکنان در فرآیند تصمیم‌گیری و توزیع درآمد گردشگری است (Rezvani, 2010).

مفهوم گردشگری جامعه‌محور راه را برای تحقیق و توسعه گردشگری با سایر جایگزین‌ها مثل گردشگری حامی فقرا^۲ (PPT)، نوآوری‌های گردشگری مبتنی بر سود برای جامعه^۳ (CBTIS) یا بنگاه‌های اقتصادی جامعه‌محور^۴ (CBES) هموار کرده است. به‌طور خلاصه می‌توان گفت تمام این نوآوری‌ها بر این موضوع توافق دارند که جامعه مقصد باید در برنامه‌ریزی گردشگری و فرآیند مدیریت تصمیم‌گیری دخالت داده شود و این به سه دلیل است:

۱. گردشگری، جامعه مقصد را به‌عنوان بخشی از محصول گردشگری در نظر می‌گیرد،

۲. جوامع محلی به‌راحتی با تغییرات منطبق می‌شوند و

۳. گردشگری به باز شدن ذهن مردم محلی کمک می‌کند.

به این دلایل، گردشگری جامعه‌محور بر اساس مشارکت فعال جامعه‌ی محلی پایه‌ریزی می‌شود (Guzman and Canizares and Pavon, 2011).

۲. موضوعات اساسی گردشگری جامعه‌محور

در گردشگری جامعه‌محور برخی موضوعات اساسی وجود دارد که چهار مورد از آن‌ها حائز اهمیت بیشتری بوده و در اینجا بیشتر مورد بررسی قرار می‌گیرد که شامل تساوی زنان و مردان، کاهش فقر، پایداری شغلی و توسعه توانایی‌ها و ظرفیت محلی است. در ادامه مروری از این موضوعات بر اساس کتاب راهنمای شاخص‌های سازمان گردشگری جهانی ارائه می‌شود (جدول شماره ۱).

۳. اصول و اهداف گردشگری جامعه‌محور

اصولی که برای این نوع گردشگری در منابع گوناگون تعریف شده اندکی باهم تفاوت دارند ولی مفهوم کلی آن‌ها مشابه است. ذکر این نکته ضروری است که درک این اصول، تنها راه تعیین اهداف واقع‌بینانه و قابل‌دستیابی است (شکل شماره ۱).

نکته مورد توجه قبل از تعیین اهداف این است که شرایط جامعه باید در ارتباط با مسائل فرهنگی، طبیعی، اقتصادی، حکومتی و سطح توسعه‌یافتگی لحاظ شود (Suansri, 2003).

به ساختارهای اجتماعی و سازمانی محلی دارد و این موضوع مورد قبول است که گردشگری جامعه‌محور باید شامل ابتکارات شخصی در درون جامعه باشد» (Goodwin & Santilli, 2009). امروزه گردشگری جامعه‌محور در بین کشورهای در حال توسعه مانند ایران، مخصوصاً در مناطق روستایی و دورافتاده که با چالش‌ها و تنگناهای معیشتی مختلفی مواجه بوده و در عین حال جاذب گردشگر بوده و دارای جاذبه‌های متعدد طبیعی و انسانی هستند، می‌تواند به‌عنوان یکی از راه‌های مهم گریز از فقر و افزایش مشارکت مردم در فعالیت‌های توسعه‌ی جامعه محسوب شود. در این مقاله، دهستان «گوراب‌پس» در شهرستان فومن مورد مطالعه قرار گرفته است. این دهستان با توجه به موقعیت مناسب جغرافیایی و قرارگیری در فاصله نزدیک از دریای خزر از نظر طبیعی و انسانی دارای جاذبه‌های متنوع و متعددی است که منجر به جذب گردشگران در سطوح منطقه‌ای و ملی شده است. با توجه به رونق و توسعه گردشگری در روستاهای این دهستان به‌خصوص در سال‌های اخیر که افزایش قابل توجهی در تعداد گردشگران ورودی اتفاق افتاده، لازم است تا اثرات گردشگری بر جامعه محلی مورد سنجش قرار گرفته تا مشخص شود که تا چه حد توسعه گردشگری به افزایش مشارکت جامعه محلی در فعالیت‌های گردشگری در سطوح محلی و منطقه‌ای شده است. در این مقاله نیز میزان تحقق اصول گردشگری جامعه‌محور در دهستان گوراب‌پس مورد بررسی قرار می‌گیرد.

مروری بر ادبیات موضوع

۱. تعریف و مفهوم گردشگری جامعه‌محور

گردشگری جامعه‌محور، توسعه‌ی گردشگری محلی است که با روش‌های نوآورانه و از طریق افراد و گروه‌ها، مالکان کسب‌وکارهای کوچک، کارآفرینان، انجمن‌های محلی و دولت انجام می‌گیرد (Telfer & Sharpley, 2012). در مراحل اول توسعه، بیشتر برنامه‌های گردشگری جامعه‌محور مرتبط با جوامع روستایی کوچک و حفاظت از محیط‌زیست از طریق اکوتوریسم بود. با این وجود، این مفهوم به دامنه محصولات مختلف گردشگری در سراسر جهان گسترش داده شده است. گردشگری جامعه‌محور نیازمند مشارکت مردم محلی در فرآیندهای تصمیم‌گیری است. مشارکت و همکاری افراد محلی در گردشگری نسبت به سایر صنایع دارای اهمیت بیشتری است (Murphy, 1985). محققین مدعی هستند که افراد محلی تنها در صورتی می‌توانند به‌عنوان مشارکت‌کنندگان فعال باشند که توسط دولت، بخش خصوصی و سازمان‌های غیردولتی مورد حمایت قرار گیرند تا توانایی انتقال مهارت‌ها و دانش خود را داشته باشند (Khaksar Shahmirzadi, 2012). اهداف گردشگری جامعه‌محور چندگانه و آرمانی است؛ از قبیل دادن حق مالکیت و توانمندسازی جوامع، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی، توسعه اقتصادی و اجتماعی و کیفیت‌بخشی به تجارب بازدیدکنندگان (Ruiz-Ballesteros, 2011). به عبارت دیگر

2. Pro-Poor Tourism

3. Community Benefit Tourist Initiatives

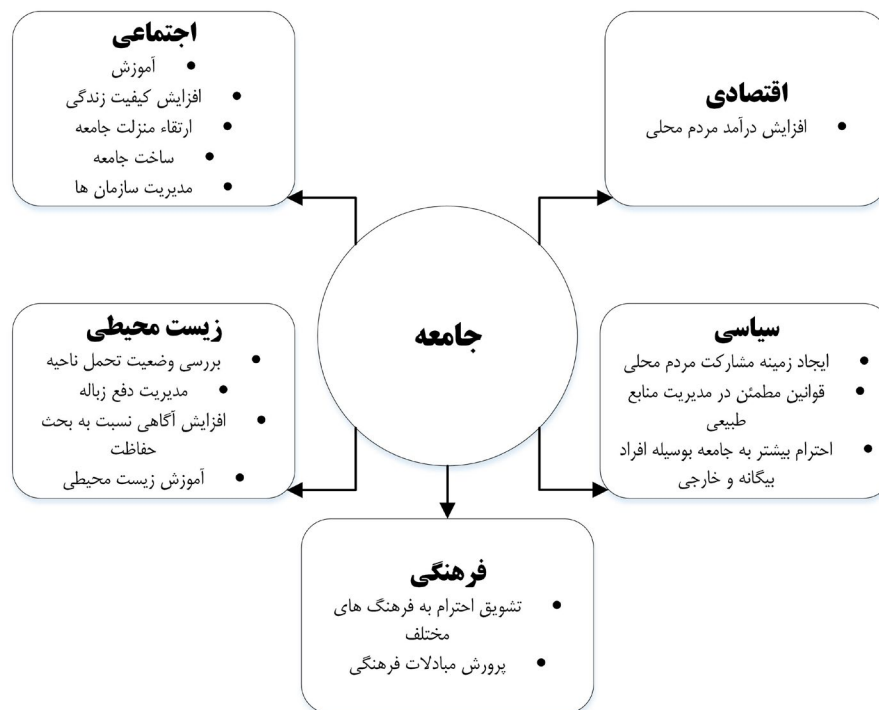
4. Community-Based Enterprises

جدول ۱. ابعاد، شاخص و نماگرهای گردشگری جامعه محو.

ابعاد	شاخص‌ها	نماگرها
تساوی زنان و مردان	الف) رفاه خانواده	نتایج ناشی از توسعه گردشگری بر انتخاب خانواده‌ها، حجم کار زنان، استرس و بهداشت باروری، سختی‌ها و مشکلات زنان دارای فرزند و کودک و امنیت شغلی زنان با توجه به فعالیتهای خطرناک و مخاطره‌آمیز، رفت‌وآمد کاری
	ب) فرصت‌های برابر در اشتغال رسمی	سهم زنان در نیروی کار رسمی و غیررسمی در بخش گردشگری، زنان کارآفرین و فرصت‌های آموزش برای زنان و مردان.
	ج) نقش جنسیت در جوامع سنتی	نقش‌های مربوط به زنان و مردان در جوامع سنتی برای فراهم نمودن خدمات گردشگری، نسبت مشارکت زنان در تصمیم‌گیری مربوط به گردشگری و ساختار حمایتی/ مالی نسبی برای کار زنان و مردان در اقدامات مربوط به گردشگری جامعه محو.
	ه) دسترسی و کنترل بر زمین، اعتبارات و دیگر منابع	دسترسی و کنترل زمین برای توسعه گردشگری و محدودیتهای نسبی مربوط به اعتبارات و وام‌ها برای توسعه گردشگری برای زنان و مردان
	الف) منافع ناشی در بخش اشتغال	تعداد مشاغل مستقیم و غیرمستقیم ایجاد شده به وسیله CBT نسبت افراد محلی به افراد خارجی فعال در بخش گردشگری در جامعه محلی نسبت فرصت‌های اشتغال سنتی به فرصت‌های اشتغال بخش گردشگری، سهم کارکنان گردشگری محلی دارای حقوق پایین، متوسط و بالا و تعداد فرصت‌های شغلی مرتبط که از طریق گردشگری
کاهش فقر	ب) منافع اقتصادی	درآمد مستقیم و غیرمستقیم ناشی از گردشگری در جامعه، تعداد و نوع کسب‌وکارهای کوچک در جامعه فعالیت سهم کسب‌وکارهای کوچک در تامین خدمات مورد نیاز گردشگری نسبت خانوارهایی دارای کمترین درآمد را از نظر اقتصادی از بخش گردشگری و نسبت درآمد خانواده از گردشگری در بین ساکنین با درآمد کم، متوسط و زیاد
پایداری کسب‌وکارها	ج) منافع کیفیت زندگی	خانوارهایی که بهبودی از نظر مسکن خود در یک سال گذشته داشته و خانوارهایی که امکانات آنها بهبود یافته است.
توسعه ظرفیت‌های محلی	الف) عملکرد شرکتها	تعداد شرکت‌های گردشگری فعال، مدت فعالیت کسب‌وکارهای گردشگری، نسبت گردش کارمندان، رشد سود و درآمد و مقدار سرمایه‌گذاری و پیشرفت
	ب) رقابت	نسبت قیمت/ هزینه محل اقامت، جاذبه‌ها، تورها در مقایسه با استانداردهای صنعت گردشگری یا نسبت این موارد به محصولات مشابه در سایر مقصدها، ویژگی‌های منحصر به فرد مقصد، ارزش/ قیمت بازدیدکنندگان و مدت اقامت بازدیدکننده در یک مقصد در مقایسه با سایر مقصدها.
	د) بازاریابی	رضایت کلی بازدیدکننده به تفکیک ملیت و هدف بازدید، رتبه بندی جذابیت‌های مقصد از دیدگاه بازدیدکنندگان، تغییر در تعداد بازدیدکنندگان برگشتی و تعداد بازدیدکنندگانی که به دوستان یا خانواده خود پیشنهاد بازدید از مقصد مورد نظر می‌دهند. مقدار هزینه صرف شده برای هر بازدیدکننده در مقصد و در سطح کسب‌وکار، مقدار هزینه‌های مربوط به بازاریابی در نوآوری‌های شراکتی، مقدار بودجه در نظر گرفته شده برای بازاریابی در مقصد و بازدیدکنندگان دریافت کننده اطلاعات مقصد از بروشورها یا وبسایت‌ها
	ب) آموزش کسب‌وکارهای مربوط به گردشگری	ادراک‌های ساکنین از گردشگران، تصورات غلط و سوءظن‌های رایج نسبت به گردشگری، کودکان مشارکت کننده در برنامه‌های آموزشی گردشگری، خانوارهای مشارکت کننده در برنامه‌های آموزشی گردشگری و سطح رضایت از برنامه‌های آموزش عمومی
توسعه ظرفیت‌های محلی	ب) آموزش کسب‌وکارهای مربوط به گردشگری	تعداد کسب‌وکارهایی آموزش دیده، تعداد مالکان-متصدیان دریافت کننده مشاوره‌های کسب‌وکار، تعداد کسب‌وکارهایی که کارکنان آنها در دوره های آموزشی شرکت داشته اند، کارکنان بخش گردشگری دارای دسترسی به آموزش و نوع مشارکت در آموزش (زنان، مردان، جوانان، اقلیت‌های دینی و ...)
	ج) کنترل محلی	نسبت افراد محلی به کارآفرینان بیرونی، مقدار سرمایه‌گذاری انجام شده به وسیله افراد محلی در مقایسه با منابع خارجی، نسبت مشاغلی که وسیله ساکنین محلی اداره می‌شود و نسبت کارمندان بخش گردشگری از افراد محلی
	د) حکمروایی	تنوع سرمایه‌گذاران در بخش‌های تصمیم‌گیری گردشگری، وجود برنامه گردشگری، ورود افراد محلی به فرایند برنامه‌ریزی گردشگری، رضایت جامعه محلی و افرادی از جامعه که احساس می‌کنند نقش مؤثری در حکومت محلی دارند.

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: (SNV, 2007)



شکل ۱. پنج اصل گردشگری جامعه‌محور. منبع: khaksar shahmirzadi, 2012

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

مرتبط با گردشگری جامعه‌محور دارد، باید برنامه‌ها را بر اساس نیازهای ساکنین محلی گسترش دهد. اما برای اینکه توسعه CBT در دستیابی به پایداری موفقیت‌آمیز باشد، گردآوردن علایق مختلف و در نظر گرفتن مسائل محلی، برنامه‌ریزی و مدیریت گسترده ضروری است (Simmons, 1994, Tosun and Jenkins, 1998).

پیشینه تحقیق

در جدول شماره ۲، مهم‌ترین منابعی که به‌طور مستقیم با موضوع تحقیق ارتباط داشته، مورد بررسی قرار گرفته است.

جمع‌بندی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد توجه به گردشگری جامعه‌محور در مقصدهای گردشگری منجر به تغییر در زندگی مردم محلی شده است. بیشتر این تغییرات مربوط به تحولات بخش‌های اقتصادی، ایجاد اشتغال، ارتقاء سطح امکانات و خدمات زیربنایی و همچنین بهبود وضعیت امکانات بهداشتی و درمانی در برخی از مناطق شده است.

معرفی محدوده مطالعاتی

دهستان «گوراب‌پس» از دهستان‌های شهرستان فومن، استان گیلان»

۴. سیاست‌ها و برنامه‌های گردشگری جامعه‌محور

با در نظر گرفتن موضوع توسعه پایدار، مهم‌ترین هدف از گسترش گردشگری به حداکثر رساندن اثرات مثبت و در عین حال کم کردن اثرات منفی بر جامعه میزبان می‌باشد (Ritchie & Inkari, 2006). بنابراین سیاست‌ها و برنامه‌هایی برای توانمندسازی جامعه و مشارکت محلی با تمرکز بر اینکه چگونه جوامع محلی می‌توانند از گردشگری کسب سود کنند و بر گردشگری کنترل بیشتری داشته باشند، در چارچوب توسعه پایدار مطرح می‌شود (Scheyvens, 2002). علاوه بر این، خود جامعه محلی، باید نقش فعالی داشته و در طراحی و مدیریت گردشگری مشارکت نمایند (Vargas-Sanchez et al., 2009). با در نظر گرفتن این ویژگی‌ها که بر منافع ناشی از دخالت ساکنین محلی تأکید می‌کند، مهم این است که گردشگری در جامعه باید به‌صورت سیستمی برنامه‌ریزی شود به‌طوری که نگرش‌ها و احساسات ساکنین محلی را در نظر بگیرد. این موضوع می‌تواند فعالیت‌هایی از قبیل ایجاد چشم‌انداز، موجودی سرمایه‌ها و ارزیابی آن‌ها، مشخص شدن ارزش‌ها، سازمان‌دهی ساختار توسعه، برنامه اقدام و اجرا را شامل شود (Minnesota Extension Service, 1991; Reid et al., 2004). از این نظر دولت که نقش رسمی در برنامه‌ریزی سیاست‌ها و برنامه‌های

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر نحوه‌ی گردآوری داده‌ها، توصیفی-پیمایشی بر اساس روش مقطعی می‌باشد. همچنین از نظر فلسفه پژوهش، از نوع تحقیقات اثبات‌گرایی است.

که در جنوب غرب استان گیلان قرار دارد. مرکز آن روستای گوراب‌پس، حدود ۸ کیلومتر از مرکز شهرستان فاصله دارد. این دهستان در جنوب غرب دریای خزر و در سمت شرقی رشته‌کوه‌های تالش واقع شده است (شکل شماره ۲).

جدول ۲. پیشینه تحقیق.

سال	خلاصه پژوهش	عنوان پژوهش	نویسنده
۱۳۹۵	نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که میانگین تمام پنج بعد ارزش ادراکی گردشگران اقامتی به روستای مصر از نظر گردشگران در سطح بالایی قرار دارد و بعد ارزش تجربی (فعالیت، فرهنگ و دانش) مهم‌ترین بعد در بین ابعاد پنج‌گانه است.	ارزش‌های ادراکی گردشگران روستای کویری مصر به عنوان گردشگری جامعه‌محور	سوده بیات و مرتضی خزائی پول
۱۳۹۳	نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که ظرفیت جوامع محلی پیرامون منطقه نمونه گردشگری پاسارگاد برای توسعه پایدار گردشگری در وضعیت مطلوبی قرار ندارد و کمتر از حد متوسط می‌باشد. لذا ظرفیت‌سازی و ایجاد بستر مناسب جهت نیل به توسعه پایدار گردشگری در بخش پاسارگاد و جوامع محلی پیرامون آن ضروری است.	ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه‌ی پایدار گردشگری	محمود ضیایی؛ علی اکبر امین بیدختی؛ فاطمه قربان
۲۰۰۸	مشارکت جامعه در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری به‌عنوان روشی برای اجرای گردشگری پایدار است. این پژوهش تئوری‌های اصلی مشارکت جامعه مانند مشارکت شهروندی، باز توزیع قدرت، فرآیندهای همکاری و ایجاد سرمایه اجتماعی را بررسی می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری جامعه‌محور چگونه می‌تواند برای ارزیابی سطوح مشارکت بکار رود و اقدامات موردنیاز را پیشنهاد می‌کند. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که برخی درگیری‌ها بین مردم محلی و سرمایه‌گذاران غیربومی اتفاق افتاده است.	مدل گردشگری جامعه‌محور: مفاهیم و کاربرد	اتسو کوآزاک
۲۰۱۱	گردشگری جامعه‌محور به‌عنوان یک جایگزین مناسب برای گردشگری انبوه است. این نوع گردشگری به‌خوبی با جامعه محلی ارتباط برقرار می‌کند و موارد مختلفی را آزمایش می‌کند. هدف این تحقیق مطالعه اعتقاد مردم محلی در السالوادور برای توسعه گردشگری مقصد با توجه به مهمان‌نوازی جامعه میزبان و مطالعه منابع اکولوژیک مهم و اهمیت نقش مردم محلی است. روش مورد استفاده، مطالعه تجربی است. نتایج نشان می‌دهد که از نظر جامعه محلی توسعه گردشگری می‌تواند منجر به اشتغال‌زایی و ایجاد امکانات بهداشتی شود.	گردشگری جامعه‌محور در کشورهای در حال توسعه: مطالعه موردی السالوادور	لوپز گازمان و همکاران
۲۰۱۲	گردشگری جامعه‌محور به‌عنوان یکی از استراتژی‌های توسعه اولیه برای کاهش فقر، توسعه روستایی و ارتقاء سرمایه اجتماعی در مناطق دورافتاده مورد توجه است. هدف، مطالعه اقتصاد اولیه مبتنی بر کشاورزی در شه‌میرزاد و حرکت به سمت فعالیت‌های CBT است. سؤال تحقیق نیز این بوده است که گردشگری شه‌میرزاد تا چه اندازه مبتنی بر CBT بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه گردشگری در شه‌میرزاد انفعالی است و مکان و جاذبه‌های آب و هوایی نقش مهمی در جذب گردشگران بازی می‌کنند.	برنامه‌ریزی و قابلیت‌های گردشگری جامعه‌محور: مطالعه موردی شه‌میرزاد ایران	اسماعیل خاکسر شه‌میرزادی
۲۰۱۳	این مطالعه روش‌های مشارکت افراد جامعه در پروژه‌های CBT در سطح فرد و جامعه را با استفاده از روش‌های میدانی و مصاحبه‌ای بررسی می‌کند. نتایج نشان می‌دهد در هر دو جامعه مورد بررسی CBT فواید زیادی مخصوصاً نتایج محیط‌زیستی را به دنبال داشته است. اما تأکید می‌کند که نتایج به‌شدت به ساختارهای جامعه بستگی دارد.	گردشگری جامعه‌محور: مشارکت جامعه محلی و اثرات آن. مطالعه تطبیقی بین دو جامعه در تایلند	لودویج ون بریگل
۲۰۱۶	این مقاله نگرش و ادراکات جامعه محلی را نسبت به توسعه گردشگری و مشارکت جامعه در برنامه‌ریزی گردشگری در یک جزیره مقصد گردشگری که اقتصاد آن به‌شدت متکی به فعالیت‌های گردشگری است بررسی می‌کند. روش مورد استفاده تحلیل عاملی و تحلیل خوشه‌ای بوده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که از نظر جامعه محلی، برنامه‌ریزی گردشگری باید نسبت به مردم و سنت‌های آن‌ها توجه خاص نماید و منجر به ارتقاء وضع میراث تاریخی و فرهنگی این نواحی شود.	برنامه‌ریزی گردشگری جامعه‌محور در جزایر: تحلیل خوشه‌ای در مورد جزیره کاستا اسمرالدا	گیاکومو دل‌چیاپا، مارسلو آتزی و وحید قاسمی
۲۰۱۶	این مطالعه معیارهای موفق برنامه‌های گردشگری مالزی و ابتکار عمل گردشگری روستایی جامعه‌محور را از طریق دخالت بخش دولتی بررسی می‌کند. اهداف این ابتکار عمل توانمندسازی جوامع محلی از طریق دخالت آن‌ها در فعالیت‌های بخش گردشگری است. یافته‌های بدست آمده نشان می‌دهد که معیارهای موفق به دو دسته معیارهای رقابتی و معیارهای پایداری تقسیم‌بندی می‌شود.	ابتکار عمل گردشگری جامعه‌محور در روستاهای مالزی: آیا تجربه‌ای موفقیت‌آمیز است؟	کالوسوم کایات و نور فرح آین زین‌الدین

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

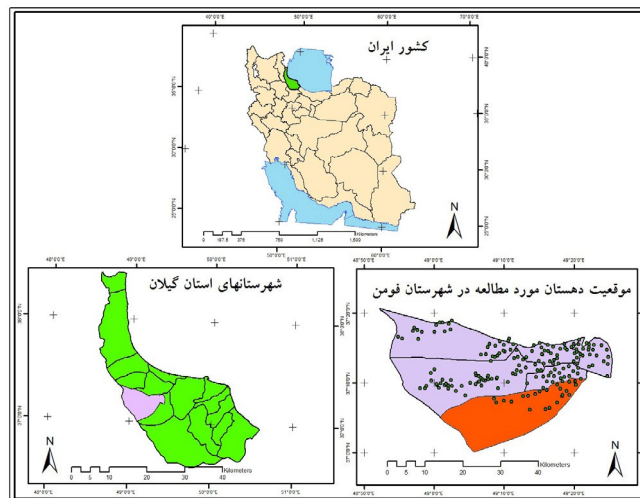
Source: Bayat & khazaeipool (2017), Ziaei et. Al (2015), Braun (2008), Okazaki (2008), Drakopoulou(2011), López-Guzmán (2011), Khaksar Shahmirzadi (2012), van Breugel (2013), Del Chiappa et.al(2016), Kayat et. Al (2016)

در سطح روستا به صورت نمونه‌گیری تصادفی طبقه بندی شده انجام شده است.

در ادامه به منظور بررسی سازگاری درونی و روایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و به این منظور تعداد ۲۵ پرسشنامه تکمیل و پیش‌آزمون گردید و ضریب آلفای به دست آمده برابر با ۰/۷۲۴ درصد به دست آمد. همچنین به منظور تحلیل موفقیت توسعه گردشگری جامعه محور از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده شده است.

این شاخص‌ها در قالب ۴۸ پرسش مطرح شده‌اند (جدول شماره ۳). به منظور اندازه‌گیری هر یک از پرسش‌ها، از طیف پنج گزینه‌ای لیکرت با دامنه ۱ (بسیار مخالف) تا ۵ (بسیار موافق) استفاده شده است.

تحقیق دارای دو قسمت اسنادی و کمی می‌باشد که در قسمت اسنادی از طریق مطالعه کتابخانه‌ای به جمع‌آوری ادبیات تحقیق پرداخته شده است. به منظور سنجش نگرش افراد به موفقیت هر یک از عوامل مرتبط با میزان موفقیت CBT، از مقیاس ارزیابی CBT استفاده شده است که شامل ۱۰ شاخص است. در قسمت کمی که شامل پیمایش میدانی است، ابزار گردآوری داده‌ها، پرسشنامه است. جامعه آماری تحقیق خانوارهای ۲۰ روستای گردشگری با مجموع ۳۰۱۵ خانوار بوده که از این تعداد با استفاده نمونه‌گیری قضاوتی و با نظرخواهی از ۱۵ نفر از اساتید دانشگاهی، تعداد هشت روستا به عنوان نمونه انتخاب شده است. این روستاها دارای ۱۷۳۳ خانوار می‌باشند که تعداد نمونه لازم جهت تکمیل پرسشنامه با استفاده از فرمول اصلاح شده کوکران و فرمول تعدیل، ۳۱۴ خانوار به دست آمده است. همچنین توزیع پرسشنامه



شکل ۲. موقعیت منطقه مورد مطالعه

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

جدول ۳. شاخص‌های و گویه‌های مورد استفاده.

سرمایه‌گذاری افراد محلی، مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها، مشارکت در برنامه‌ریزی، شرکت در جلسات، آگاهی از تصمیمات اخذ شده، متأثر کردن تصمیمات، انتقال نظرات به تصمیم‌گیران، منتفع شدن همه ساکنین، ایجاد اشتغال، ایجاد سرمایه‌گذاری، افزایش درآمد، توزیع عادلانه منافع، توسعه اقتصادی منطقه، آسیب محیط طبیعی، کمک دولت به حفظ منابع، تمایل جامعه محلی به حفظ منابع، حفاظت از خانه‌های بومی، تناسب گردشگری با محیط طبیعی و فرهنگی روستا، مالکیت رستوران‌ها، مالکیت مراکز اقامتی، مالکیت قهوه‌خانه‌ها، مالکیت سایر کسب‌وکارهای محلی، ایجاد زیرساخت‌های ضروری توسط دولت، آموزش افراد محلی، ایجاد سرمایه برای جامعه محلی، ورود دانش و تکنولوژی جدید به منطقه، حمایت ساکنین، حمایت دولت، رضایت جامعه محلی از توسعه گردشگری، مدیریت مناسب، مهارت مدیریتی، تمایل به اجرای تصمیمات مدیریتی، توانایی مدیریت مشکلات، حمایت ساکنین از مدیران، ارزیابی برنامه‌ها، همکاری و هماهنگی مسئولان، ارتباط ساکنین و گردشگران، صحبت با دیگران در ارتباط با گردشگری، افزایش تعداد گردشگران منطقه، بهبود خدمات عمومی، افزایش هزینه‌های زندگی، رضایت از وجود امنیت، بهبود امکانات بهداشتی، تمایل جامعه محلی به افزایش تعداد گردشگران، امکان مدیریت گردشگران توسط جامعه محلی، آسیب گردشگران به محیط، رضایت از امکانات منطقه.

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

یافته‌ها

شده‌اند.

عامل اقتصادی

مقدار ویژه این عامل ۱۹/۱۳۷ می‌باشد که به‌تنهایی ۲۸/۳۴ درصد واریانس را محاسبه و توضیح می‌دهد. در این عامل ۱۱ متغیر وجود دارد. از میان ۱۱ متغیر موردبررسی در این عامل متغیر ایجاد اشتغال با بار عاملی ۰/۸۶۴، متغیر افزایش درآمد با بار عاملی ۰/۸۲۱ و متغیر سرمایه‌گذاری افراد محلی با بار عاملی ۰/۷۸۶، تحقق بیشتری در مقایسه با سایر عوامل داشته است (جدول شماره ۶).

عامل جامعه محلی و حفظ منابع

مقدار ویژه این عامل ۱۶/۲۸۳ می‌باشد که به‌تنهایی قادر است ۱۹/۸۶ درصد واریانس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل ۷ متغیر بارگذاری شده است. از میان ۷ متغیر موردبررسی در این عامل، تمایل جامعه محلی به حفظ منابع با بار عاملی ۰/۷۸۱ و ارتباط ساکنین و گردشگران با بار عاملی ۰/۷۶۹، تحقق بیشتری در مقایسه با سایر عوامل داشته است. (جدول شماره ۷). به صورت کلی توسعه گردشگری موجب افزایش آگاهی عمومی از اهمیت حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ محلی و در نتیجه تمایل بیشتر اهالی روستا برای محافظت از آن‌ها شده است. زیرا توسعه گردشگری در روستاهای موردمطالعه وابسته به وجود منابع و جاذبه‌هایی می‌باشد که البته حضور گردشگران نیز سبب افزایش آگاهی روستاییان درباره اهمیت محیط‌زیست شده است.

به‌منظور سنجش گردشگری روستایی جامعه‌محور از آزمون آماری تحلیل عاملی استفاده گردیده است. علت انتخاب تحلیل عاملی، سنجش میزان تحقق گردشگری روستایی جامعه‌محور در شاخص‌های مختلف در روستاهای موردمطالعه از دیدگاه جامعه میزبان و دلیل دوم خلاصه‌سازی شاخص‌های تحقیق جهت تبیین مطلوب‌تر عوامل می‌باشد. در این راستا به منظور تشخیص مناسب بودن داده‌های مربوط به مجموعه متغیرهای مورد تحلیل در خصوص سنجش میزان تحقق گردشگری روستایی جامعه‌محور، از آزمون بارتلت و شاخص KMO بهره گرفته شد. معنی‌داری آزمون بارتلت و با عدد ۱۷۶۴,۲۳ در سطح اطمینان ۹۹ درصد و مقدار مناسب KMO (۰/۷۵۱) نشان‌دهنده همبستگی و مناسبیت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است (جدول ۴).

در ادامه متغیرهای موردبررسی توسط آزمون تحلیل عاملی تحلیل گردیده است. به این صورت که متغیرهای بارگذاری شده در هر عامل که بالای ۰/۵ هستند یک عامل را تشکیل می‌دهند و متغیرهایی که امکان تجمع با این‌ها را ندارند عامل دیگری را تشکیل می‌دهند. نتیجه حاصل از تقلیل ۴۸ متغیر، ۵ عامل بوده است که در جدول شماره ۵ آورده شده است.

تجزیه و تحلیل عامل‌ها

در زیر متغیرهای هر عامل با توجه به بارهای عاملی آورده

جدول ۴. آزمون بارتلت و KMO و سطح معناداری.

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معنی‌داری
سنجش تحقق گردشگری روستایی جامعه‌محور	۰/۷۵۱	۱۷۶۴,۲۳	۰/۰۰۰

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

جدول ۵. عامل بندی شناسایی شده.

نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد واریانس تجمعی
اقتصادی و سرمایه‌گذاری	۱۹/۱۳۷	۲۸/۳۴	۲۸/۳۴
جامعه محلی و حفظ منابع	۱۶/۲۸۳	۱۹/۸۶	۴۸/۲
اجتماعی و تصمیم‌گیری	۱۳/۶۱۹	۱۳/۵۷	۶۱/۷۷
دولتی و مدیریتی	۱۰/۳۴۲	۱۱/۲۱	۷۲/۹۸
مشارکت	۹/۷۸۶	۱۰/۴۳	۸۳/۴۱
جمع	۶۹/۱۶۷	۸۳/۴۱	-

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

جدول ۶. متغیرهای بارگذاری شده در عامل اول.

متغیر	بار عاملی
ایجاد اشتغال	۰/۸۶۴
افزایش درآمد	۰/۸۲۱
سرمایه‌گذاری افراد محلی	۰/۷۸۶
افزایش تعداد گردشگران منطقه	۰/۷۳۴
رضایت جامعه محلی از توسعه گردشگری	۰/۶۸۹
تمایل جامعه محلی به افزایش تعداد گردشگران	۰/۶۳۳
حمایت ساکنین	۰/۶۱۹
مالکیت سایر کسب و کارهای محلی	۰/۵۸۳
مالکیت رستوران‌ها	۰/۵۵۷
مالکیت قهوه‌خانه‌ها	۰/۵۴۶
مالکیت مراکز اقامتی	۰/۵۳۸

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

جدول ۷. متغیرهای بارگذاری شده در عامل دوم.

متغیر	بار عاملی
تمایل جامعه محلی به حفظ منابع	۰/۷۸۱
ارتباط ساکنین و گردشگران	۰/۷۶۹
توسعه اقتصادی منطقه	۰/۷۵۳
مدیریت گردشگران توسط جامعه محلی	۰/۷۱۲
گفتگو با دیگران در ارتباط با گردشگری	۰/۶۷۳
آسیب به محیط طبیعی	۰/۶۲۸
آسیب رساندن گردشگران به محیط	۰/۵۷۷

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

عوامل گردشگری روستایی جامعه‌محور در منطقه مورد مطالعه داشته است. (جدول شماره ۹).

عامل مشارکت

مقدار ویژه این عامل ۹/۷۸۶ می‌باشد که به‌تنهایی قادر است ۱۰/۴۳ درصد واریانس را محاسبه و توضیح دهد. در این عامل ۶ متغیر بارگذاری شده است. از میان ۶ متغیر مورد بررسی در این عامل متغیر بهبود امکانات بهداشتی با بار عاملی ۰/۵۴۲ و متغیر تناسب گردشگری با محیط طبیعی و فرهنگی روستا با بار عاملی ۰/۵۳۳ تحقق بیشتری به نسبت سایر عوامل گردشگری روستایی جامعه‌محور در منطقه مورد مطالعه داشته است. (جدول شماره ۱۰).

عامل اجتماعی و تصمیم‌گیری

مقدار ویژه این عامل ۱۳/۶۱۹ می‌باشد که ۱۳/۵۷ درصد واریانس را محاسبه و توضیح می‌دهد. در این عامل ۹ متغیر بارگذاری شده است. از میان ۹ متغیر مورد بررسی در این عامل، متغیر بهره‌مند شدن ساکنین با بار عاملی ۰/۷۱۳، تحقق بیشتری در مقایسه با سایر عوامل گردشگری روستایی جامعه‌محور در منطقه مورد مطالعه داشته است. (جدول شماره ۸).

عامل دولتی و مدیریتی

مقدار ویژه این عامل ۱۰/۳۴۲ می‌باشد که ۱۱/۲۱ درصد واریانس را محاسبه و توضیح می‌دهد. در این عامل ۱۴ متغیر بارگذاری شده است. از میان ۱۴ متغیر مورد بررسی، متغیر ایجاد سرمایه برای جامعه محلی با بار عاملی ۰/۷۸۶ و متغیر توزیع عادلانه منافع با بار عاملی ۰/۷۴۱ تحقق بیشتری نسبت به سایر

جدول ۸. متغیرهای بارگذاری شده در عامل سوم.

متغیر	بار عاملی
بهره مندی همه ساکنین	۰/۷۱۳
مشارکت زنان	۰/۶۹۶
سرمایه‌گذاری	۰/۶۸۸
ایجاد زیرساخت‌های ضروری توسط دولت	۰/۶۲۴
شرکت در جلسات	۰/۵۳۱
تاثیرگذاری در تصمیم‌گیری	۰/۴۸۱
حفاظت از خانه‌های بومی	۰/۴۷۹
انتقال نظرات به تصمیم‌گیران	۰/۴۵۶
حمایت ساکنین از مدیران	۰/۴۲۳
افزایش هزینه‌های زندگی	۰/۴۱۲

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

جدول ۹. متغیرهای بارگذاری شده در عامل چهارم.

متغیر	بار عاملی
ایجاد سرمایه برای جامعه محلی	۰/۷۸۶
توزیع عادلانه منافع	۰/۷۴۱
کمک دولت به حفظ منابع	۰/۷۱۲
آموزش افراد محلی	۰/۷۰۶
ورود دانش و تکنولوژی نو به منطقه	۰/۶۵۳
بهبود خدمات عمومی	۰/۶۴۷
رضایت از امکانات منطقه	۰/۶۴۰
رضایت از وجود امنیت	۰/۶۳۴
حمایت دولت	۰/۵۶۲
مدیریت مناسب	۰/۵۲۳
تمایل به اجرای تصمیمات مدیریتی	۰/۵۱۷
توانایی مدیریت مشکلات	۰/۴۶۵
همکاری و هماهنگی مسئولان	۰/۴۳۱
آگاهی از تصمیمات اخذشده	۰/۴۱۱

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

جدول ۱۰. متغیرهای بارگذاری شده در عامل پنجم.

متغیر	بار عاملی
بهبود امکانات بهداشتی	۰/۵۴۲
تناسب گردشگری با محیط طبیعی و فرهنگی روستا	۰/۵۳۳
مشارکت در تصمیم‌گیری	۰/۴۶۷
مهارت مدیریتی	۰/۴۲۸
مشارکت در برنامه‌ریزی	۰/۴۱۳
ارزیابی برنامه‌ها	۰/۴۰۶

فصلنامه پژوهش‌های روستایی

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

بحث و نتیجه گیری

مشارکت جامعه در نظر گرفته شود. در این زمینه با توجه به تجربه ناکافی مردم در مشارکت، می توان به اهمیت آموزش مشارکت و همکاری مردم با یکدیگر اشاره کرد. تنها با این مهم است که می توان مدیریت گردشگری منطقه را به تدریج به جوامع محلی منتقل کرد

تشکر و قدردانی

این مقاله حامی مالی نداشته است.

نتایج به دست آمده نشان داد در بین عوامل روستایی گردشگری جامعه محور در این منطقه، مؤلفه های اقتصادی و سرمایه گذاری، جامعه محلی و حفظ منابع، اجتماعی و تصمیم گیری، دولتی و مدیریتی و مشارکت به ترتیب مهم ترین اهمیت را داشته اند. این نتایج با اهداف CBT شامل ابعاد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و حفاظتی نیز همخوانی دارد. از منظر سیاسی، جامعه باید قدرت تصمیم گیری و اعمال کنترل بر سرعت و مسیر توسعه را داشته باشند. از منظر اقتصادی منافع اقتصادی حاصل از این نوع گردشگری و فرصت های شغلی ایجاد شده، باید به طور عادلانه میان جامعه توزیع شود. از منظر اجتماعی- فرهنگی توسعه CBT باید منجر به حفظ ارزش ها و سنت های فرهنگی شده و انسجام و همکاری را در جامعه تقویت کرده و منجر به افزایش اعتماد به نفس و غرور جامعه شود. همان طور که استرونزا و گوردیلو^۵ (Stronza and Gordillo, 2008) نیز ذکر کرده اند، گردشگری سبب افزایش همبستگی اجتماعی و اعتماد در بین جوامع محلی می شود. حفاظت از منابع طبیعی نیز از دیگر اهداف اساسی توسعه CBT می باشد (Kontogeorgopoulos, 2005). در این عامل گویه های تمایل جامعه محلی به حفظ منابع، ارتباط ساکنین و گردشگران، توسعه اقتصادی منطقه، امکان مدیریت گردشگران توسط جامعه محلی، صحبت با دیگران در ارتباط با گردشگری، آسیب محیط طبیعی و آسیب گردشگران به محیط بارگذاری شده است. در حقیقت توسعه گردشگری سبب افزایش آگاهی جامعه محلی درباره منابع گردیده است که با مطالعات کیبیچو^۶ (۲۰۰۸) همخوانی دارد. در بحث اقتصادی به عنوان مهم ترین عامل، متغیرهایی مانند ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، سرمایه گذاری افراد محلی و غیره بالاترین اولویت را داشته اند. این یافته ها به خوبی نشان می دهد که مشارکت به عنوان رکن اصلی گردشگری جامعه محور (Yang, Ryan & Zhang, 2013)، در منطقه مورد مطالعه کمتر مورد توجه بوده است که این امر با مطالعات ضرغام بروجنی و بذرافشان (۱۳۹۵) نیز همخوانی دارد. در حقیقت با توجه به مشکلات اقتصادی موجود در منطقه، همواره یکی از انتظارات اصلی مردم محلی از گردشگری، بهبود اوضاع اقتصادی می باشد که به نظر می رسد تنها راه حل آن توجه به گردشگری جامعه محور می باشد. این مسئله با توجه به علاقه مردم محلی روستاهای دهستان گوراب پس برای مشارکت بیشتر در امور مربوط به گردشگری، وجود جاذبه های زیاد طبیعی و انسانی، افزایش روزافزون تعداد گردشگران ورودی به منطقه، بالا بودن سطح سواد و غیره می تواند قابلیت اجرای بالایی در بین جامعه محلی مورد مطالعه داشته باشد. البته باید توجه داشت که وجود نقاط قوت ذکر شده باید در کنار ظرفیت سازی برای

5- Stronza and Gordillo

6- Kibicho

References

- Bayat, S; khazaeipool, M. (2017). [Values of perceptions of tourists in Egypt desert villages as community-based tourism (persian)]. Quarterly journal of space economy and rural development; 5(4). 65-81.
- Braun, J. (2008). Community-based Tourism in Northern Honduras: Opportunities and Barriers. A thesis presented to the University of Manitoba in partial fulfillment of the requirements for a degree of Honors in Environmental Studies in the Faculty of Environment, Earth and Resources.
- Del Chiappa, G., Atzeni, M, Ghasemi, V. (2016) Community-based collaborative tourism planning in islands: A cluster analysis in the context of Costa Smeralda. Journal of Destination Marketing & Management, In Press, Corrected Proof, Available online 26 November 2016.
- Drakopoulou, A. (2011). Tourism Certification and Community-based Ecotourism as Tools for Promoting Sustainability in the Greek Tourism Sector- the example of Zagori. Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements of the International Master in Environmental Sciences Degree, Lund University, Sweden.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community Based Tourism: A Success? Retrieved <http://www.andamandiscoveries.com/press/press-harold-goodwin.pdf>.
- Guzman, T L.; Canizares, S S.; Pavon, V. (2011). Community -Based Tourism in Developing Countries: a Case, Study. TOURISMOS: AN International Multidisciplinary Journal of Tourism. Vol. 6, No. 1, spring 2011, pp. 69-84.
- Hall, M. C. (2007). Pro-Poor Tourism: Who Benefits? Clevedon. Channel View Publications.
- Kayat, K. Ain Zainuddin, N. F. (2016). Community-Based Tourism Initiative In rural Malaysia: is it A Success? International Review of Management and Marketing, 2016, 6(S7) 242-249.
- Kibicho, W. (2008). Community-based tourism: A factor-cluster segmentation approach. Journal of Sustainable Tourism, 16(2), 211-23.
- Khaksar Shahmirzadi, E. (2012). Community -Based Tourism (CBT) Planning and Possibilities: The Case of Shahmirzad, Iran. Master of Science In Tourism and Hospitality Management. Eastern Mediterranean University, Gazimağusa, North Cyprus.
- 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.
- López-Guzmán, L; Sánchez-Cañizares, S & Pavón, V (2011). Community - Based Tourism In Developing Countries: A Case Study. TOURISMOS: an International Multidisciplinary Journal of tourism Volume 6, Number 1, Spring 2011, pp. 69-84
- Minnesota Extension Service. (1991). A Training Guide for Rural Tourism Development. Minneapolis: University of Minnesota.
- Mitchell, R. E., and D. G. Reid. (2001). Community integration: Island tourism in Peru. Annals of Tourism Research, 28(1), 113-39.
- Murphy, P.E. & Murphy, A.E. (2004). Strategic management for tourism communities: Bridging the gaps. Calved on, Aspects of Tourism Series Channel view Publications.
- Murphy, P.E. (1985) Tourism: A Community Approach. London: University Press Cambridge.
- Okazaki, E. (2008) A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use. Journal of sustainable tourism. Vol. 16, No. 5, 2008.
- Reid, D., Heather, M., and George, W. (2004). Community Tourism Planning, A Self-Assessment Instrument. Annals of Tourism Research 31(3), 623-639.
- Rezvani, Mr. (2010). [Rural tourism development (sustainable tourism approach) (Persian)], Publishing Tehran University, Tehran.
- Ritchie, B. and Inkari, M. (2006). Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: the case of the Lewes District, Southern England. International Journal of Tourism Research 8(1), 27-44.
- Ruiz-Ballesteros, E. (2011). Social-ecological resilience and community-based tourism: An approach from Agua Blanca, Ecuador. Tourism Management, 32, 655-666.
- Scheyvens, R. (2002). Tourism for Development: Empowering Communities. Essex: Prentice Hall.
- Simmons, D. G. (1994). Community participation in tourism planning. Tourism Management, 15(2), 98-108.
- SNV. (2007). A Toolkit for Monitoring and Managing Community-based Tourism. A collaborative publishing and distribution project by: SNV Asia Pro-Poor Sustainable Tourism Network and SNV Vietnam and the University of Hawaii, School of Travel Industry Management.
- Stronza, A., & Gordillo, J. (2008). Community views of ecotourism. Annals of Tourism Research, 35(2), 448-468.
- Suansri, P. (2003). Community tourism hand book. REST foundation, Canada.
- Telfer, D Sharpley, R. (2012). [Planned tourism development in developing countries (Persian)], translated, Zargham Boroujeni, H, nekouei, Z; Abbaspoor, N and shojaei, M, publishing Mahkameh, Tehran.
- Tosun, C. and Jenkins, CL. (1998). Regional planning approaches to tourism development: The case of Turkey. Tourism Management 17(7), 519-531.
- Van Breugel, L. (2013). Community-based tourism: Local participation and perceived impacts: A comparative study between two communities in Thailand. Master Thesis. As part of the Research Master Social and Cultural Science. Faculty of Social Sciences Radboud University Nijmegen.
- Vargas-Sanchez, A., Plaza-Mejia, M., and Porras-Bueno, N. (2009). Understanding Residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. Journal of Travel Research (47) 3, 373-387.
- Yang, J. & Ryan, C. & Zhang, L. (2013). Social Conflicts in communities Impacted by Tourism. Journal of Tourism Management, 35, 82-93.
- 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).(Persian) Journal of Research & Rural

Planning, 5(4), 119-136. URL <http://dx.doi.org/10.22067/jrrp.v5i4.53821> (Case Study: Asiab-Sar Village, Behshahr County)

Ziaei, M; Amin Bidookhti, AA; Ghorban, F. (2015), [Assessment of the Local Community Capacity for the Sustainable Development of Tourism (Persian)]. Quarterly journal of Tourism Management Studies, 8 (24). 55-88.