

The Study of Guilds' Support for Tourism Development in Qom Province and the Factors Influencing it

Ali Shakoori^I , Zahra Raji^{II} 

 <https://dx.doi.org/10.22084/csr.2024.30077.2318>

Received: 2024/11/28; Revised: 2024/12/16; Accepted: 2024/12/18

Type of Article: **Research**

Pp: 375-406

Abstract

The support of local communities plays a pivotal role in fostering and ensuring the long-term sustainability of the tourism industry in destination areas. Within local communities, business owners represent a critical group, whose endorsement of tourism development holds substantial significance. Evaluating the extent of their support and identifying the underlying determinants can provide invaluable insights for policymakers and planners, thus facilitating more effective tourism development strategies. This study seeks to assess the current state of support extended by business owners towards tourism development and to explore the factors influencing this support through the perspectives of tourism experts. To achieve these objectives, the research employs a qualitative approach, utilizing semi-structured interviews as the primary method for data collection. Thematic analysis, facilitated by Atlas. It software, was conducted to interpret the data. The results reveal that the support provided by business owners for tourism development in the province is both imbalanced and inadequate. The factors influencing this support can be categorized into themes such as the identity-related characteristics of business owners, the degree and nature of their participation in tourism-related activities, and the extent of benefits they derive from tourism. These factors can further be analyzed based on their avoidability or inevitability. Avoidable issues, such as imbalanced participatory patterns and unequal distribution of benefits, which hinder balanced and sustainable tourism development, can be mitigated through strategic and informed policymaking. The study concludes by offering actionable recommendations aimed at addressing these challenges and enhancing business owners' support for tourism development.

Keywords: Support for Tourism Development, Business Owners, Tourism Stakeholders, Human-Centered Development.

I. Associate Professor, Department of Social Planning, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author).

Email: shakoori@ut.ac.ir

II. PhD Student, Department of Social Planning, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

Citations: Shakoori, A. & Raji, Z., (2025). "The Study of Guilds' Support for Tourism Development in Qom Province and the Factors Influencing it". *Two Quarterly Journal of Contemporary Sociological Research*, 13(25): 375-406. <https://dx.doi.org/10.22084/csr.2024.30077.2318>

Homepage of this Article: https://csr.basu.ac.ir/article_5895.html?lang=en

1. Introduction

Business communities are integral stakeholders in the sustainable development of tourism, playing a crucial role in driving innovation, maintaining ethical standards, and engaging in meaningful interactions with tourists. By actively involving business owners in decision-making processes and ensuring a fair distribution of benefits, the tourism industry can also stimulate business prosperity. These roles extend beyond mere livelihood generation, underscoring the strategic significance of business owners in community-based tourism development (Blato et al., 2022: 315).

Although Qom is recognized as a prominent tourism destination in Iran, no prior research has explored the factors influencing business owners' support for tourism development within the province. Understanding these factors is paramount for the sector's sustainable growth. Identifying the key drivers can enable policymakers to design targeted strategies to engage business owners in tourism development. While international studies have addressed similar issues, these factors must be contextualized to the unique circumstances of each region. This study fills this gap by examining business owners' participation in tourism development in Qom, while also analyzing the factors shaping their involvement with insights from local experts. The findings aim to inform policies that enhance the role of business owners in promoting sustainable tourism development in the province.

2. Materials and Methods

The research adopts a qualitative approach, which is particularly suited to the research problem and objectives. To collect data, semi-structured interviews were conducted with tourism experts from Qom province. The study's population includes tourism researchers, university professors specializing in tourism and managers of tourism-related sectors. A purposive sampling technique was employed to select 18 participants. It is important to note that all participants were required to have a minimum of 10 years of experience in the tourism sector and hold an advanced academic degree (Master's, PhD, or higher) in tourism or a related field. Thematic analysis was used as the data analysis method.

3. Data

The analysis of the data uncovered two principal findings. First, according to the experts, the level of support provided by business owners for tourism development remains insufficient and imbalanced. Second, the factors influencing this support can be classified into themes such as occupational identity, place identity, the extent and nature of participation in tourism-related activities, and the degree of benefit derived from tourism. From a policymaking perspective, these factors can be categorized into avoidable and unavoidable issues. One of the avoidable issues identified is the exclusive participatory model and its associated challenges. Another key concept is the “Unbalanced Perception,” which encompasses two dimensions: the disproportionate perception of tourism impacts and the quality of life among business owners. While occasional unbalanced perceptions of the effects of tourism may be inevitable and not inherently problematic, perceptions resulting from exclusive participatory models and poor management practices can lead to insufficient, imbalanced support and, in some cases, resistance from the local community toward tourism development. Inadequate tourism management practices, according to participants, can be characterized by two key issues: non-participatory management of tourism impacts and the arbitrary enforcement of laws and regulations related to participation. These factors contribute to the insufficient and imbalanced support for tourism development, which can be classified as avoidable. Furthermore, marginalization, specifically concerning the inequitable distribution of tourism benefits, emerges as another avoidable factor. Among the unavoidable factors, the divergent identity dimensions between business sectors and the factors arising from them are crucial. Occupational identity and place identity are two key identity dimensions within the studied group, and both vary across different sectors. According to some participants, the more directly and inherently connected a profession is to tourism, the greater the support from business owners in that sector will be.

4. Discussion

The data analysis indicates that tourism experts in the province perceive an increase in the level of support for tourism development by business owners compared to previous years. However, they also believe that the support has not yet reached a level of significant growth and prosperity, remaining marked

by imbalances and insufficiency. The study highlights several key factors influencing the current state of support, including participatory elements, imbalanced perceptions, poor tourism management, inequitable benefits, marginalization, and differing identity dimensions. All of these factors are intrinsically linked to the existing participatory models. As the findings suggest, the factors influencing business owners' support for tourism development are closely related to the current participatory frameworks. Therefore, future research should focus on developing optimal participatory models for tourism, drawing on the expertise of specialists in the field. Additionally, given the undeniable importance of understanding the factors influencing residents' and business owners' support for tourism, it is recommended that future studies involve business owners directly in the analysis of these factors.

5. Conclusion

The findings of the study indicate that the factors influencing the current state of support are derived from both avoidable and unavoidable causes. The avoidable factors can be mitigated through effective, well-structured policy-making. Consequently, it can be argued that the implementation of an inclusive participatory model, through careful and informed policymaking, can lead to more effective, balanced, and sufficient support by fostering a framework for equitable distribution of tourism benefits, addressing social exclusion, and promoting a positive perception of tourism development.

Acknowledgments

We sincerely thank all those who supported us in conducting this research and contributed to enhancing the study with their valuable and constructive feedback.

Contribution Observation

The authors contributed equally to the writing of this article.

Conflict of interest

The authors declare that there is no conflict of interest and they have not received support from governmental or non-governmental organizations for writing the article.

مطالعه‌ای بر وضعیت حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم و عوامل مؤثر بر آن

علی شکوری^I، زهرا راجی^{II}

شناسه دیجیتال (DOI): <https://dx.doi.org/10.22084/csr.2024.30077.2318>
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۸، تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۹/۲۶، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۸
نوع مقاله: پژوهشی
صص: ۳۷۵-۴۰۶

چکیده

حمایت جامعه محلی نقش شایان توجهی را در پیشبرد و توسعه پایدار صنعت گردشگری در مقاصد گردشگری برعهده دارد. صاحبان اصناف، یکی از گروه‌های مهم ذیل مجموعه جامعه محلی اند که حمایت‌شان از توسعه گردشگری در مقصد از اهمیت غیرقابل انکاری برخوردار است. ارزیابی وضعیت حمایت این گروه از توسعه گردشگری و عوامل مؤثر بر آن می‌تواند سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را در پیشبرد هرچه بهتر برنامه‌های توسعه گردشگری یاری کند؛ بدین ترتیب در پژوهش پیش‌رو تلاش شده است ضمن ارزیابی وضعیت حمایت این گروه از توسعه گردشگری، به واکاوی عوامل مؤثر بر این وضعیت از منظر صاحب‌نظران حوزه گردشگری پرداخته شود. به این منظور از روش کیفی و ابزار مصاحبه نیمه‌ساختار یافته بهره گرفته شده است؛ هم‌چنین از روش تحلیل مضمون و نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی اطلس تی‌آی به منظور تحلیل داده‌های پژوهش استفاده شده است. یافته‌ها بیانگر آن هستند که حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان با ویژگی‌های عدم توازن و غیرمکفی بودن همراه است. مؤلفه‌های مؤثر بر وضعیت موجود نیز در قالب مقولات ابعاد هویتی کسبه، میزان و شکل مشارکت در امور مرتبط با گردشگری، میزان انتفاع از گردشگری و... قابل‌ساماندهی‌اند که می‌توان آن‌ها را از منظر اجتناب‌پذیری / اجتناب‌ناپذیری نیز مورد ارزیابی قرار داد. بر این اساس، عواملی چون الگوهای مشارکتی نامتوازن، انتفاع ناعادلانه و... که از قابلیت اجتناب‌پذیری برخوردارند و می‌توانند در راستای تحقق توسعه متوازن و پایدار گردشگری ایجاد خلل کنند؛ با سیاست‌گذاری‌های متنقن و متناسب قابل مرتفع‌شدن هستند. در پایان نیز به ارائه راهبردهایی جهت برون‌رفت از وضعیت توصیف شده از حمایت صاحبان اصناف پرداخته شده است.

کلیدواژگان: حمایت از توسعه گردشگری، اصناف، ذی‌نفعان گردشگری، توسعه انسان‌محور.

I. دانشیار گروه برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Email: shakoori@ut.ac.ir

II. دانشجوی دکتری رفا اجتماعی، گروه برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

ارجاع به مقاله: شکوری، علی؛ و راجی، زهرا، (۱۴۰۳). «مطالعه‌ای بر وضعیت حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم و عوامل مؤثر بر آن». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۱۳(۲۵): ۳۷۵-۴۰۶. <https://dx.doi.org/10.22084/csr.2024.30077.2318>

صفحه اصلی مقاله در سامانه نشریه: https://csr.basu.ac.ir/article_5895.html?lang=fa

۱. مقدمه

سفر و گردشگری از ادوار پیشین مورد توجه بشر قرار گرفته است؛ با این حال، امروزه با پدید آمدن زمان فراغت، گردشگری به کنش انسانی غیرقابل اجتناب از زیست بشری بدل شده است (شیانی و عرب‌پور، ۱۳۹۴: ۲). با نظر بر نقش شایان توجه این صنعت در توسعه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی جوامع توسعه‌آهن در شاخه‌های متعدد در برنامه اقدام بسیاری از کشورها قرار گرفته است؛ چنان‌که «سازمان جهانی گردشگری»^۱ در دستور کار توسعه گردشگری با توجه به تأثیر این صنعت بر «کیفیت زندگی»^۲ ساکنان، ضمن اشاره به (۱۷) هدف عمده در راستای توسعه گردشگری جهانی در سال (۲۰۳۰ م.)، به ارائه شیوه‌نامه‌های جهانی به منظور دستیابی به توسعه این صنعت در مقاصد گردشگری دست زده است. در ایران نیز می‌توان به اسناد و شیوه‌نامه‌های مرتبط با توسعه صنعت گردشگری چون سند راهبردی توسعه گردشگری (۱۴۰۴ ه.ش.)^۳ اشاره کرد. براساس این سند دستگاه‌های اجرایی و مطالعاتی کشور چون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی باید همگام با سیاست‌های کلی نظام در سند چشم‌انداز، سیاست‌های کلی اشتغال، اساسنامه سازمان جهانی گردشگری، سیاست‌های کلان میراث فرهنگی و گردشگری به منظور توسعه گردشگری همکاری‌های لازم را به عمل آورند (سند راهبردی توسعه گردشگری، ۲۰۲۴: ۱۶). چنان‌که از ارزیابی برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران نیز برمی‌آید، الزام به پیروی از راهبردهای وصول به توسعه پایدار گردشگری در قالب جلب مشارکت‌های مردمی در این برنامه‌ها مورد توجه قرار گرفته است. حمایت از مالکان و دارندگان اموال فرهنگی-تاریخی مجاز ذیل «برنامه چهارم توسعه»^۴ (۱۳۸۴-۱۳۸۸ ه.ش.)، حمایت مالی از طرح‌های ناظر بر راه‌اندازی موزه‌ها و حمایت از طرح‌های حفظ فرهنگ ایلی ذیل برنامه «پنجم توسعه»^۵ (۱۳۹۰-۱۳۹۴ ه.ش.)، ضرورت اتکاء به قابلیت‌ها و ظرفیت‌های ملی و داخلی و ضرورت فراهم‌سازی زمینه‌های توسعه بومی و متکی بر مشارکت حداکثری آحاد جامعه ذیل «برنامه ششم توسعه»^۶ (۱۳۹۶-۱۴۰۰ ه.ش.) نشان از وجود ظرفیت‌های قانونی جهت جلب مشارکت و حمایت مردمی و اهمیت آن در توسعه صنعت گردشگری دارد. جلب حمایت مردمی طی سال‌های اخیر بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است؛ هم‌چنان‌که «بروکاج» (۲۰۱۴) اذعان می‌کند شکست «برنامه‌های بالا به پایین»^۸ در سیاست‌های گردشگری و آسیبی که این شکل از سیاست‌گذاری و حکم‌رانی بر محیط‌زیست، اعتماد عمومی و عرصه گردشگری وارد کرده است، جز با تغییر در خط‌مشی‌ها و تغییر جهت به سوی جلب حمایت مردمی و اجرای برنامه‌های «جماعت‌محور»^۹ میسر نبوده و نیست (بروکاج، ۲۰۱۴: ۱۰۴). جلب

حمایت جامعه محلی خود تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد. در این خصوص با نگاهی اجمالی بر مطالعات صورت گرفته چون مطالعه «یوتانگ»^{۱۰} و همکاران (۲۰۱۰)، «دمیریک»^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۰) و «محمدزاده» و همکاران (۲۰۱۷) می‌توان گفت حمایت ساکنان مناطق گردشگری از توسعه این صنعت می‌تواند تحت تأثیر عوامل پرشماری از جمله منافع و عواید اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سایر ارزش‌های ادراک شده قرار بگیرد. یکی از گروه‌های ذی‌نفع در پیش‌برد اهداف توسعه‌ای صنعت گردشگری، صاحبان اصناف‌اند که می‌توان ایشان را ذیل موضوع ساکنان رسمی صورت‌بندی کرد. صاحبان اصناف و کسبه می‌توانند با حمایت‌های خویش در قالب نوآوری، «رعایت اخلاق گردشگری»^{۱۲} و ارتباط مناسب با گردشگران به توسعه پایدار این صنعت کمک کنند؛ از دیگر سو، صنعت گردشگری نیز می‌تواند با تضمین مشارکت و مداخله صاحبان اصناف در تصمیم‌گیری‌ها و منافع حاصل از ورود گردشگران، به رونق مشاغل یاری رساند. صاحبان اصناف در حمایت از توسعه گردشگری می‌توانند نقش‌های چندوجهی و پیچیده‌ای را از جمله «سرپرستی»^{۱۳}، «میهمان‌نوازی»^{۱۴}، حمایت از طرح‌های معطوف به توسعه گردشگری و تأمین‌کنندگی رفاه گردشگران را برعهده بگیرند. بدیهی است این درک از نقش اصناف با درک سنتی از کارکرد آن‌ها که صرفاً به تأمین معاش مرتبط می‌شد، کاملاً متفاوت است (بلاتو^{۱۵} و همکاران، ۲۰۲۲: ۳۱۵) و می‌تواند یکی از پیشران‌های اساسی توسعه اجتماع محور گردشگری باشد.

از میان مقاصد گردشگری پذیر کشور، استان قم با روند رو به رشد حضور گردشگران داخلی و خارجی طی چهار دهه اخیر از خلال تأسیس حوزه‌های علمیه، مدارس و دانشگاه‌های ادیان و مذاهب، مراکز درمانی تخصصی بین‌المللی، احداث شهرک‌های خوابگاهی برای گردشگران تحصیلی و برنامه‌های منسجم توسعه گردشگری درمانی مواجه بوده است. به‌رغم نقش شایان توجه صاحبان اصناف در توسعه گردشگری و جایگاه استان قم به لحاظ گردشگری در کشور، تاکنون مطالعه‌ای درخصوص عوامل مؤثر بر حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم صورت نگرفته است. بدیهی است که حمایت صاحبان اصناف به‌عنوان بخشی از جامعه محلی می‌تواند در توسعه پایدار این صنعت نقش‌آفرینی کند و شناسایی عوامل مؤثر بر آن می‌تواند راهبردهای متقنی را در اختیار سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه گردشگری جهت افزایش حمایت‌ها قرار دهد.

به‌رغم مطالعات خارجی صورت‌گرفته درخصوص عوامل مؤثر بر حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری باید به دو نکته کلیدی توجه داشت؛ نخست آن‌که عوامل تأثیرگذار با عنایت به شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و غیره در هر جامعه متغیراند؛

در ثانی هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی جهت تقویت رفتارهای حمایت‌گرایانه اصناف و عوامل مؤثر بر آن به مثابه پیشرانی مهم در راستای توسعه این صنعت مستلزم ارزیابی وضعیت کنونی حمایت این گروه از توسعه گردشگری و عوامل مؤثر بر آن در جامعه مورد مطالعه است. بدین ترتیب، در پژوهش پیش‌رو تلاش شده است با تمرکز بر آراء صاحب‌نظران حوزه گردشگری در استان، ضمن ارزیابی وضعیت مشارکت گروه مورد نظر در استان قم به عنوان یکی از استان‌های گردشگرپذیر ایران به واکاوی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری این وضعیت پرداخته شود.

۲. چارچوب مفهومی

به‌طور مشخص «نظریه ذی‌نفعان»^{۱۶} بیان می‌کند که برای دستیابی به توسعه پایدار، باید منافع و نیازهای کلیه صاحبان منافع در فرآیندهای تصمیم‌گیری مورد توجه قرار گیرد. در این نظریه، ذی‌نفعان به تمامی گروه‌ها و افرادی اشاره دارد که به نوعی تحت تأثیر تصمیمات و اقدامات سازمان‌ها یا پروژه‌ها قرار می‌گیرند یا می‌توانند بر آن‌ها تأثیر بگذارند. این نظریه در حوزه گردشگری به‌طور گسترده‌ای مورداستفاده قرار گرفته و بر این نکته تأکید دارد که ذی‌نفعان متعددی از جمله دولت، جوامع محلی، صاحبان اصناف گردشگری، گردشگران، سازمان‌های غیردولتی باید در توسعه و مدیریت مقصدهای گردشگری مشارکت داشته باشند. به اعتقاد «فریمن»^{۱۷} (۱۹۸۴)، یکی از نظریه‌پردازان برجسته این نظریه، توسعه موفق و پایدار زمانی امکان‌پذیر است که منافع تمامی ذی‌نفعان به صورت متوازن در نظر گرفته شود و فرآیندهای تصمیم‌گیری به صورت مشارکتی و تعاملی شکل بگیرد. این امر به‌ویژه در گردشگری اهمیت دارد، زیرا گردشگری فعالیتی است که به شدت تحت تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی و محیطی قرار دارد و تعامل مؤثر میان ذی‌نفعان می‌تواند از بروز تعارضات و بحران‌های محلی جلوگیری کرده و توسعه پایدار را تضمین کند. در این نظریه، صاحبان اصناف گردشگری به عنوان یکی از ذی‌نفعان کلیدی، نقش مهمی را در موفقیت یا شکست پروژه‌های گردشگری ایفا می‌کنند. این گروه به دلیل سرمایه‌گذاری‌های مالی و هم‌چنین تأثیر مستقیم فعالیت‌های‌شان بر تجربه گردشگران، از اصلی‌ترین ذینفعانی‌اند که باید در فرآیند برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و اجرای استراتژی‌های گردشگری مشارکت داشته باشند. مشارکت فعال صاحبان اصناف می‌تواند منجر به ارتقاء هم‌افزایی میان بخش‌های مختلف اقتصادی، بهبود کیفیت خدمات گردشگری و توزیع عادلانه‌تر منافع اقتصادی در جامعه شود؛ هم‌چنین، این مشارکت باعث می‌شود که مسائل محلی بهتر شناسایی و حل شوند، چراکه صاحبان اصناف به عنوان بخشی از جامعه محلی،

دیدگاه‌های منحصر به فردی درباره نیازها و چالش‌های خاص مقصد گردشگری دارند. در مجموع، نظریه ذی‌نفعان یک رویکرد جامع به مدیریت و توسعه گردشگری است که بر اهمیت مشارکت فعال و تعاملی تمامی گروه‌های درگیر تأکید دارد. این نظریه راهکاری عملی برای جلوگیری از منافع نامتوازن و تضمین پایداری در توسعه مقاصد گردشگری فراهم می‌کند.

هم‌چنین نظریه بازار و رقابت در گردشگری^{۱۸} به ارزیابی تعاملات اقتصادی و رقابتی میان بازیگران مختلف در صنعت گردشگری می‌پردازد. این نظریه تأکید می‌ورزد که رقابت در بازار گردشگری می‌تواند به عنوان یک محرک قوی برای مشارکت و حمایت از توسعه گردشگری عمل کند. در بازارهای رقابتی، صاحبان اصناف به منظور بهبود موقعیت بازار خود و افزایش سهم خود از بازار، نیازمند ارتقاء کیفیت خدمات و نوآوری در ارائه خدمات هستند (شو و ویلیامز^{۱۹}، ۲۰۰۴).

به علاوه بر مبنای مطالعاتی چون مطالعه «لنکفورد» و «هاوارد»^{۲۰} (۱۹۹۴) و نظریه «تاجفل» و «ترنر» (۱۹۷۹)^{۲۱} حمایت ساکنان می‌تواند تحت تأثیر عواملی چون: «هویت شغلی»^{۲۲} ساکنان یا هویت مکانی ایشان قرار گیرد. «مقیاس TIAS»^{۲۳} که توسط لنکفورد و هاوارد مطرح شده است، برای ارزیابی تأثیر گردشگری بر نگرش افراد و گروه‌های متأثر از گردشگری استفاده می‌شود. هم‌چنان‌که در مطالعه لنکفورد و هاوارد (۱۹۹۴) مطرح شده است، ادراک از هزینه و منافع در گروه‌های مختلف با عنایت به هویت شغلی ایشان متفاوت است. بر این مبنای گروه‌هایی که در راستای مرتفع کردن نیازهای گردشگران فعالیت می‌کنند نسبت به گروه‌هایی که فعالیت‌شان حول این موضوع ساماندهی نمی‌شود، نگرشی مثبت‌تر نسبت به گردشگری دارند (زلیکو و دونجا^{۲۴}، ۲۰۱۶: ۱۷؛ گارسیا و همکاران^{۲۵}، ۲۰۱۵: ۳۵). چنان‌که «تاجفل» و «ترنر» (۱۹۷۹) اذعان می‌کنند ابعاد هویتی رفتارهای حمایت‌گرایانه یا غیر حمایت‌گرایانه در ذی‌نفعان را شکل می‌دهد.

آن‌چنان‌که در سطرهای پیشین ذکر شد، توسعه پایدار و موفقیت آمیز گردشگری به عوامل متعددی وابسته است که یکی از مهم‌ترین و کلیدی‌ترین آن‌ها حمایت جامعه محلی از توسعه این صنعت در مقاصد گردشگری است. بر مبنای مطالعات صورت‌گرفته و نظریات مطرح شده، جلب حمایت ساکنان از توسعه گردشگری در گروه عواملی چون جلب مشارکت ایشان در حوزه گردشگری است؛ هم‌چنان‌که بر مبنای نظریه تبادل اجتماعی، مشارکت جامعه محلی در امور مرتبط با گردشگری به گردشگران، دیدی را در خصوص آثار گردشگری می‌دهد که بسته به مثبت بودن/ منفی بودن، حمایت یا عدم حمایت ساکنان از توسعه گردشگری را به دنبال دارد؛ هم‌چنین بر اساس نظریات و مطالعات صورت‌گرفته، فاصله جغرافیایی و اجتماعی موجود میان ساکنان (میزبانان

رسمی و غیررسمی) با گردشگران و مناطق گردشگرپذیر می‌تواند مؤید میزان حمایت ساکنان از توسعه گردشگری باشد. آگاهی از عوامل اثرگذار بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری می‌تواند یاری‌گر برنامه‌ریزان، سیاست‌گذاران و مجریان برای تقویت این عوامل در راستای توسعه موفقیت‌آمیز گردشگری به واسطه حمایت ساکنان باشد.

پرسش پژوهش: به جهت این امر مهم و با عنایت به خلأ مطالعاتی درخصوص عوامل مؤثر بر حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم در پژوهش پیش‌رو تلاش شده است، ضمن ارزیابی وضعیت حمایت ساکنان از توسعه گردشگری به مثابه یکی از مهم‌ترین پیشران‌های توسعه این صنعت در مقصد، به واکاوی عوامل مؤثر بر وضعیت موجود نیز پرداخته شود و به پاسخ این پرسش پرداخته شود که، آیا عوامل مذکور نقشی را در شکل‌دهی به وضعیت فعلی حمایت ساکنان از توسعه گردشگری در استان ایفا کرده‌اند یا خیر؟

۳. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مرتبط با حمایت جامعه محلی را می‌توان به دسته‌های موضوعی متعددی تقسیم‌بندی کرد که اهمیت حمایت جامعه محلی از توسعه این صنعت یکی از آن‌ها است. «لطفی» و «مؤمنی‌ارانی» (۱۳۹۶) در پژوهش خود تحت عنوان «بررسی اهمیت نقش آموزش جامعه محلی و امنیت در توسعه گردشگری پایدار»، اذعان کرده‌اند که یکی از راهکارهای دست‌یابی به توسعه پایدار آموزش جامعه محلی و جلب حمایت ایشان است؛ و از دیگر سو امنیت پایدار، مرهون توسعه پایدار است. سنجش رفتار مشارکتی و حمایتی ساکنان نیز از دیگر دسته‌های موضوعی مطالعات در این حوزه‌اند که مطالعه «اسماعیل‌زاده» و همکاران (۱۳۹۸) از جمله این مطالعات‌اند. محققان با هدف سنجش رفتار مشارکتی ساکنان در شهر «سی‌سخت» به این نتیجه رسیدند که از میان ویژگی‌های تأثیرگذار در تمایل به مشارکت، شاخص اقتصادی دارای بیشترین تأثیر و شاخص فرهنگی-ارزشی دومین عامل تأثیرگذار بر رفتارهای مشارکتی است. درنهایت نیز محققان اذعان کرده‌اند که رفتار مشارکتی ساکنان شهر سی‌سخت در توسعه گردشگری کشاورزی در وضعیت مطلوبی قرار دارد. شمار دیگری از مقالات، با هدف واکاوی عوامل مؤثر بر حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در مقصد صورت گرفته‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به مطالعه «اسمیت»^{۲۶} و همکاران (۲۰۲۰)، «جونز»^{۲۷} و همکاران^{۲۸} (۲۰۱۹)، «کومار» و همکاران^{۲۹} (۲۰۲۱) و «گارسیا» و همکاران^{۳۰} (۲۰۲۲) اشاره کرد؛ نتایج حاکی از آن است که انتفاع اقتصادی، درک مثبت از آثار گردشگری در حوزه حفظ محیط‌زیست، حفظ فرهنگ و رسوم بومی، امنیت و...، حمایت‌های دولتی

و انتظار از آینده مطلوب درخصوص کیفیت زندگی بر حمایت‌های صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در مقاصد اثرگذار اند؛ هم‌چنین دسته دیگری از مطالعات به آثار حمایت ساکنان از توسعه صنعت گردشگری پرداخته‌اند. مطالعه «وانگ» و «زو»^{۳۱} (۲۰۱۴) ازجمله این مطالعات است. پژوهشگران در مطالعه خود اذعان کرده‌اند که جلب حمایت و مشارکت جامعه محلی می‌تواند آثار قابل توجهی را بر افزایش اشتغال جامعه محلی، افزایش سرمایه در گردش و حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی داشته باشد. «بشکار» و همکاران (۲۰۱۹) نیز در مطالعه‌ای تحت عنوان «حمایت اجتماعات محلی از توسعه گردشگری و ارتباط آن با معیشت پایدار روستاهای مرزی شهرستان چابهار»، به این نتیجه رسیده‌اند که جلب حمایت جامعه محلی از توسعه گردشگری، می‌تواند نقش شایان توجهی را بر معیشت پایدار خانوارها ایفا کند؛ گفتنی است شماری از مطالعات به تأثیر الگوهای ذهنی و رفتاری کسبه و اصناف بر حمایت از توسعه گردشگری و مؤلفه‌های آن متمرکزاند که ازجمله آن‌ها می‌توان به مطالعه «کرمی» و همکاران (۱۴۰۰) اشاره کرد. محققان در مطالعه خویش تحت عنوان «بررسی تأثیر هوش فرهنگی اصناف و کسبه بازار تبریز بر وفاداری گردشگران داخلی» دریافت‌اند که «هوش فرهنگی»^{۳۲} اصناف و کسبه دارای تأثیر مثبت و قابل توجهی بر وفاداری گردشگران داخلی است. دسته دیگری از مطالعات نیز نقش عوامل مختلف بر حمایت ساکنان از توسعه گردشگری را مورد آزمون قرار داده‌اند که مطالعه «محمدزاده» و همکاران (۱۳۹۶) ازجمله این مطالعات است. محققان در پژوهش خود نقش عوامل فرهنگی-اجتماعی را بر حمایت ساکنان تبریز از توسعه صنعت گردشگری مورد ارزیابی قرار داده و به این نتیجه رسیده‌اند که ادراک عوامل اجتماعی-فرهنگی حاصل از گردشگری با اثرگذاری بر تصویر ساکنان از توسعه گردشگری، نقش شایان توجهی را بر جلب حمایت ایشان از توسعه صنعت گردشگری ایفا می‌کند. در این راستا می‌توان به مطالعه «احمدی» و همکاران (۱۳۹۴) نیز اشاره کرد. محققان با اتکاء به روش کمی و ابزار پرسشنامه به ارزیابی تأثیر عواملی چون: کیفیت ادراک شده، تعهد، رضایت، ارزش ادراک شده و وجهه استیاط شده از آثار گردشگری پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که مؤلفه‌های مذکور قادر هستند بخش قابل‌تأملی از تغییرات در حمایت ساکنان از توسعه گردشگری را تبیین نمایند.

در خلال جستجوی پژوهش‌های معطوف به عوامل مؤثر در حمایت از توسعه گردشگری از سوی صاحبان اصناف، مطالعه‌ای هم‌سو با اهداف پژوهش حاضر در منطقه مورد مطالعه یافت نشد؛ بدین ترتیب با توجه به خلأ مطالعاتی موجود در منطقه مورد مطالعه و با عنایت به نقش شایان توجه حمایت صاحبان اصناف در توسعه صنعت

گردشگری در مطالعه پیش‌رو شناسایی عوامل مؤثر بر حمایت این گروه از ساکنان به عنوان هدف انتخاب و پیگیری شده است.

۴. روش پژوهش

روش پژوهش پیش‌رو با عنایت به مسئله و پرسش پژوهش، «کیفی»^{۳۳} است. در این راستا، به منظور گردآوری داده‌ها از مصاحبه «نیمه ساختاریافته»^{۳۴} بهره گرفته شده است. پرسش‌های پژوهش براساس مبانی نظری موجود و حول محور ارزیابی وضعیت مشارکت صاحبان اصناف در استان قم و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری آن طراحی و تنظیم شده‌اند. متخصصان حوزه گردشگری استان قم، اعم از پژوهشگران حوزه گردشگری، اساتید رشته گردشگری و مدیران بخش‌های مرتبط با گردشگری جامعه آماری پژوهش را تشکیل می‌دهند که از میان آن‌ها با بهره‌مندی از روش نمونه‌گیری هدفمند، ۱۸ نفر برگزیده شده‌اند. گفتنی است دارا بودن سابقه فعالیت حداقل ۱۰ ساله در حوزه گردشگری استان و مدرک تحصیلی مرتبط با گردشگری در مقاطع کارشناسی ارشد، دکتری و بالاتر معیار ورود مشارکت‌کنندگان به پژوهش بوده است. فرآیند اجرای مصاحبه‌ها نیز تا زمان رسیدن به «اشباع نظری»^{۳۵} و در بازه زمانی مرداد تا شهریور ماه ۱۴۰۳ ه.ش. ادامه یافته است؛ هم‌چنین از آنجا که دسترسی به شماری از مشارکت‌کنندگان به صورت حضوری میسر نبود، تعداد ۳ مصاحبه به صورت «برخط»^{۳۶} -از طریق «گوگل فرمز»^{۳۷} - صورت پذیرفت. به منظور تحلیل داده‌ها نیز از «روش تحلیل مضمون»^{۳۸} و نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی «اتلس تی‌آی»^{۳۹} استفاده شده است؛ بدین ترتیب که مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی دقیق در قالب نسخه «Word»^{۴۰} به نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی اتلس تی‌آی فراخوانی شدند و به صورت جمله‌به‌جمله مورد ارزیابی قرار گرفتند؛ در این مرحله مفاهیم از بطن جملات استخراج شدند و مفاهیم/ مفاهیم پایه مرتبط به لحاظ معنایی ذیل گروه‌های واحدی تحت عنوان مقولات/ مضامین سازمان‌دهنده، سازماندهی شدند. بدیهی است مجموعه مضامین سازمان‌دهنده ذیل مضمون فراگیر عوامل مؤثر بر وضعیت حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری قرار می‌گیرند. شبکه مضامین مرتبط با حمایت این گروه از ساکنان نیز در نرم‌افزار مذکور ترسیم شد که در بخش یافته‌ها به آن اشاره شده است.

به منظور «تضمین اعتماد»^{۴۱} و «اعتبار»^{۴۲} پژوهش نیز تلاش شده است از شیوه وفاق میان کدگذاران، ضبط گفته‌های مشارکت‌کنندگان در طول اجرای مصاحبه و بهره‌مندی از نظر مشارکت‌کنندگان در خصوص کدهای مستخرج استفاده شود؛ بدین ترتیب، تلاش شد پس از تحلیل اظهارات مشارکت‌کنندگان در جریان مصاحبه، تحلیل‌ها در قالب

مجموعه مضامین به صورت برخط و از طریق «رایانامه»^{۴۳} در اختیار ایشان قرار گیرد. گفتنی است اظهارات مشارکت‌کنندگان در مرحله ارسال شبکه مضامین با تحلیل‌ها فاقد تناقض بود؛ با این حال، شماری از مشارکت‌کنندگان به ارائه توضیحات تکمیلی و پیشنهادهایی پرداختند که به جهت اهمیت در جدول ۲، آورده شده است.

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان (نگارندگان، ۱۴۰۳).

Tab. 1: Demographic Characteristics of Participants (Authors, 2024).

ویژگی جمعیت‌شناختی	فراوانی به نفر
جنسیت	زن ۷
	مرد ۱۱
تحصیلات	کارشناسی ارشد ۸
	دکتری تخصصی ۱۰
حوزه فعالیت	پژوهش ۶
	تدریس ۴
	اجرا ۸
سابقه کاری	۱۰-۱۳ سال ۷
	۱۳-۱۶ سال ۷
	۱۶-۱۹ سال ۳
	۱۹-۲۲ سال ۱

*گفتنی است پس از وصول به اشباع نظری، به منظور کسب اطمینان از عدم دریافت مقوله جدید، ۳ مصاحبه تکمیلی نیز صورت پذیرفت.

۵. یافته‌ها

همان‌گونه که در بخش‌های پیشین به آن اشاره شد، پژوهش پیش‌رو به منظور ارزیابی وضعیت حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم و واکاوی مؤلفه‌های مؤثر بر آن صورت گرفته است؛ بدین منظور با اتکاء به روش کیفی و ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته به ارزیابی این عوامل از منظر صاحب نظران حوزه گردشگری استان پرداخته شد. نتایج تحلیل‌ها گویای آن هستند که اولاً حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری به زعم صاحب نظران حوزه گردشگری غیر مکفی و نامتوازن است؛ در ثانی عوامل تأثیرگذار بر این وضعیت در قالب مقولاتی از جمله: هویت شغلی، هویت

جدول ۲: شرح شماری از اصلاحات پیشنهادی و توضیحات تکمیلی مشارکت‌کنندگان (نگارندگان، ۱۴۰۳).
Tab. 2: Description of Several Proposed Reforms and Additional Explanations by Participants (Authors, 2024).

ردیف	«شرح اصلاحات ^{۴۴} » / توضیحات تکمیلی
۱	« اگر از صحبت من درباره ظرفیت‌های قانونی مشارکت این‌طور برداشت شده که ظرفیت قانونی مشارکت در اسناد بالادستی و... محدود است یا بسندگی ندارد باید بگویم ظرفیت مشارکت وجود دارد، اما استفاده از این ظرفیت غیرمکفی هست یا قابلیت اجرایی و ضمانت اجرایی دقیق و عقلانی و خردمندانه‌ای پشتش نیست.»
۲	{گفتگوی حضوری}... «این نکته را هم اگر گفته نشده، اضافه کنید که تمایل به حمایت از توسعه گردشگری به اضافه مواردی که اساتید گفتند، متأثر از هویتی که مشاغل یا مکان یا هر چیزی به آن‌ها می‌دهند هم هست. این مورد در خیلی از جوامع تصدیق شده... مثال بزنم!... آقای «جنکیز» و «کالین ^{۴۵} » در نظریه‌شان ثابت کردند آن قشرهای نژادی و گروه‌های شغلی که از سمت جامعه طرد می‌شوند، تمایلی به مشارکت در برنامه‌های گردشگری و حمایت از آن‌ها ندارند. چون عمیقاً احساس فراغت از هویت اجتماعی را دارند.»
۳	« لطفاً به پیشنهاد من توجه کرده و در صورت تمایل، آن را عملیاتی کرده و نسخه جدید کار را ارسال کنید. برای افزایش وضوح و قابلیت خواندن متن، پیشنهاد می‌کنم که نمودار تحلیلی که طراحی کرده‌اید را به روش مؤثری در متن توزیع کنید. نیازی به اضافه کردن اطلاعات جدید یا دوباره‌نویسی محتوا نیست؛ کافی است که نمودار را به بخش‌های کوچک‌تر و قابل مدیریت‌تری تقسیم کرده و در نقاط مختلف متن قرار دهید یا جدول مضامین را به تفکیک بیاورید. این شیوه نه تنها به فهم دقیق‌تر موضوع کمک خواهد کرد، بلکه ارتباط و پیوستگی بحث شما را برای خوانندگان تسهیل خواهد نمود و البته به سریع‌خوانی هم کمک می‌کند... دیگر آن که نیازی نیست برای مقوله الگوی مشارکتی غیرفراگیر عنوان نامطلوب را بیاورید... اساساً الگویی که غیرفراگیر هست نامطلوب هم هست!«.
۴	{گفتگوی تلفنی}... «تا جایی که خاطر من هست، همکاران به خوب مواردی اشاره کرده‌اند. مثل رویکرد هم‌آفرینانه و الگوهای ماریج... این‌ها مواردی هستند که بحث روز در مورد صنعت توریسمه {توریسم است}. شما خودتان ببینید اگر لزومی داره، در کارتان در پاورقی یا پیوست مفاهیم پایان کار، تعریفی از این‌ها ارائه کنید تا برای محققان بعدی واضح باشد و برای تحقیق تشویق شوند.»

مکانی، میزان و شکل مشارکت در امور مرتبط با گردشگری، میزان انتفاع از گردشگری و... قابل ساماندهی است. در ادامه به شرح هر یک از مقولات و ارائه برخی نقل قول‌ها پرداخته شده است.

درخصوص وضعیت حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم، براساس یافته‌های پژوهش می‌توان گفت به‌زعم مشارکت‌کنندگان وضعیت حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری به‌رغم پیشرفت نسبت به سال‌های پیشین به حد شکوفایی نرسیده است و هم‌چنان می‌توان آن را غیرمکفی و نامتوازن قلمداد کرد. ایشان این وضعیت را نسبت به سال‌های پیشین با رشد و ترقی بیشتری ارزیابی می‌کنند و معتقدند برنامه‌های غیرفراگیر مشارکتی در این استان در عین ناکافی بودن توانسته تا حدودی حمایت گروه‌های خاصی را جلب نماید که به‌موجب آن شاهد بروز حمایت نامتوازن و غیرمکفی از توسعه گردشگری از جانب صاحبان اصناف متعدد در استان هستیم. مشارکت‌کنندگان سهم جامعه هتل‌داران، سازمان‌های مردم‌نهاد در مشارکت / حمایت از توسعه گردشگری را بیش از سایر اصناف دانسته‌اند. به‌طورکلی چنان‌که از اظهارات مشارکت‌کنندگان قابل استنباط است، این حمایت غیرمکفی و نامتوازن می‌تواند پایداری صنعت گردشگری را با مخاطرات و چالش‌هایی جدی مواجه کند. ضمن آن‌که می‌تواند بر نابرابری میان اقشار مختلف جامعه که به‌سبب انتفاع نامتوازن از مشارکت و حمایت از توسعه گردشگری ایجاد شده است، بیفزاید. نکته قابل توجه آن است که شماری از عوامل مؤثر بر شکل‌گیری وضعیت کنونی حمایت از توسعه گردشگری در استان قابل اجتناب است که می‌توان با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های اجتماعی و مؤثر در حوزه گردشگری از چالش‌ها و مسائل ناشی از آن‌ها عبور کرد؛ درحالی‌که شماری از عوامل غیرقابل اجتناب است و عملاً برخاسته از ابعاد هویتی است که بر درک، تمایلات مبتنی بر مشارکت و اشکال مشارکت و حمایت اثرگذار است. هم‌چنین گفتنی است هدف از ساماندهی مفاهیم و عوامل مؤثر ذیل دو مقوله اجتناب‌پذیر و اجتناب‌ناپذیر به‌دست آوردن نگرش و دیدمانی ساده در حوزه اقدام و سیاست‌گذاری است (جدول ۳). چنان‌که ذکر شد، درخصوص عوامل مؤثر بر این شکل‌گیری این وضعیت، می‌توان به دو مقوله عوامل قابل اجتناب و عوامل غیرقابل اجتناب اشاره کرد؛ الگوی مشارکتی غیرفراگیر و مباحث منبعت از آن، ازجمله موارد قابل اجتناب هستند.

۱. مؤلفه‌های مشارکتی: مقوله مؤلفه‌های مشارکتی با در برداشتن مفاهیمی چون: الگوی مشارکتی غیرفراگیر در مقصد، مشارکت غیرمکفی اصناف، عدم شکل‌گیری مشارکت خودجوش، فقدان بستر عادلانه مشارکت و فقدان اطلاعات و مهارت مشارکتی مکفی در گروه هدف یکی از مقولات مستخرج از خلال یافته‌های پژوهش است که

به زعم مشارکت‌کنندگان می‌تواند در ایجاد وضعیت موجود در خصوص حمایت از توسعه گردشگری در استان مؤثر باشد. مشارکت‌کنندگان اظهار داشته‌اند که الگوهای مشارکتی در استان به جهت فقدان ویژگی فراگیری قادر به جلب مشارکت آحاد گروه‌های مردمی و آحاد صاحبان اصناف نبوده‌اند و بدین جهت در شکل‌گیری مشارکت غیرمکفی و نامتوازن نقش داشته است. به زعم ایشان الگوهای مشارکتی موجود در استان با ویژگی غیرفراگیری و پوشش‌دهی غیرمکفی موجبات عدم شکل‌گیری مشارکت‌های خودجوش^{۴۷} مردمی و مهیا نکردن بستر عادلانه مشارکت برای آحاد گروه‌های مردمی بر شکل وضعیت فعلی حمایت‌ها اثرگذار بوده است. گفتنی است، به زعم ایشان ناآگاهی جامعه محلی از نحوه حمایت و مشارکت و عدم برخورداری ایشان از مهارت مکفی جهت حمایت از فقدان الگوی مشارکتی مطلوب و فراگیر نشأت می‌گیرد؛ چنان‌که یکی از مشارکت‌کنندگان در این خصوص اذعان می‌کند: «الگویی که در استان برای مشارکت وجود دارد، بیشتر بر جلب سرمایه اقتصادی و پروژه‌های ملموس تمرکز کرده... خوب مشخصاً این الگو با هدف تحقق توسعه تام مردم محور منطبق نیست... تا زمانی که این الگو مهارت‌افزا، توان‌افزا و دانش‌افزا نباشد یا صرفاً برای عده خاصی مفید فایده باشد، الگوی نامطلوبی است که ما را با حمایت غیرمکفی و غیرمتوازن و البته افزایش نابرابری‌های برآمده از انتفاع از گردشگری روبه‌رو می‌کند». چنان‌که از اظهارات مشارکت‌کنندگان مشخص است، الگوی موجود ضمن آن‌که به حمایت نامتوازن و غیرمکفی ساکنان از توسعه گردشگری منجر شده است و این موضوع خود می‌تواند توسعه گردشگری را با ناپایداری مواجه کند، می‌تواند به تحکیم نابرابری‌های برخاسته از انتفاع نامتناسب از گردشگری نیز منجر شود.

۲. ادراک نامتوازن: مفهوم دیگری است که دربر دارنده دو بُعد درک نامتوازن از آثار گردشگری و کیفیت زندگی میان اصناف است. به زعم مشارکت‌کنندگان درحالی‌که، گاه ادراک نامتوازن میان اصناف از آثار گردشگری و کیفیت زندگی برخاسته از توسعه گردشگری غیرقابل اجتناب است و از اساس ایجادکننده مشکلی نیست، ادراک نامتوازن برخاسته از الگوهای مشارکتی غیرفراگیر و مدیریت نامطلوب می‌تواند سبب شکل‌گیری حمایت غیرمکفی و نامتوازن و گاه مقاومت جامعه محلی در برابر توسعه گردشگری باشد. بنابر اظهارات مشارکت‌کنندگان، درک از کیفیت زندگی می‌تواند بر حمایت ساکنان از جمله صاحبان اصناف از توسعه گردشگری اثرگذار باشد؛ چنان‌که مشارکت‌کنندگان در پژوهش اذعان کردند مقصودشان از کیفیت زندگی شرایط و خدماتی است که مشخصاً از توسعه گردشگری و یا حضور گردشگران نشأت می‌گیرد. هم‌چنین ایشان معتقدند درک از کیفیت زندگی خود می‌تواند مستقیماً از مشارکت ساکنین در امور مربوط به

گردشگری نشأت بگیرد. چنان‌که یکی از مشارکت‌کنندگان اذعان می‌کند: «در صورتی‌که مشارکت حقیقی باشد، با افزایش قدرت، افزایش حس تفاخر ملی و محلی، هویت‌مندی افراد، افزایش تاب‌آوری و افزایش تعاملات اجتماعی، افزایش منافع اقتصادی و... به افزایش ادراک مثبت از کیفیت زندگی منجر می‌شود... با این‌همه چون مشارکت برای ما به شکلی که باید محقق نشده، گردشگری برای عده‌ای نافع و برای عده‌ دیگری نیست. پس نگرش و درک از کیفیت زندگی هم برای عده‌ای مثبت و برای عده‌ای نیست». در این خصوص یکی از مشارکت‌کنندگان چنین اذعان می‌کند: «گرچه شاید نتوانیم تصویر و ادراک کسبه و صاحبان اصناف از آثار گردشگری را منطبق با واقعیت و آمار بدانیم، اما به جرأت می‌توان گفت همین ادراک نقش بسیار مهمی را در رفتارهای حمایتی یا غیرحمایتی و حتی اجتنابی این گروه از گردشگری دارند. این درک از هرچه نشأت بگیرد، چه دانش قبلی، چه سوءظن‌ها یا حسن‌ظن‌ها و یا تبلیغات رسانه‌ای و دهان‌به‌دهان در تعیین حمایت/عدم حمایت ساکنان از گردشگری حرف اول را می‌زند». بدیهی است که بخشی از این عدم توازن از مواردی چون: هویت شغلی و مکانی متفاوت ساکنین و صاحبان اصناف از توسعه گردشگری نشأت می‌گیرد و بخشی از آن ناشی از فقدان الگوی مشارکتی فراگیر در استان است.

۳. مدیریت نامطلوب گردشگری: نیز به‌زعم مشارکت‌کنندگان در پژوهش با در برداشتن دو مفهوم مدیریت غیرمشارکتی آثار گردشگری و برخورد سلیقه‌ای با قوانین و ظرفیت‌های ناظر بر مشارکت به حمایت غیرمکفی و نامتوازن صاحبان اصناف از توسعه گردشگری دامن زده است؛ یکی از مشارکت‌کنندگان در این خصوص چنین اذعان کرده است: «از اساس اگر ادعا کنیم مدیریت گردشگری در استان مطلوب نیست، غلط نگفتیم! اولاً ساختار مشارکتی غالباً ساختاری بسته هست... یعنی من نوعی به‌سختی قادرم وارد برنامه‌های مشارکتی ادارات گردشگری استان بشم. در ثانی برخورد با ظرفیت‌های قانونی خیلی سلیقه‌محور هست. فلان مدیر پسندش این هست که فلان طرح رو به فلان آقا بده و میده! بر چه اساسی اصولاً برحسب سلیقه و این‌ها نه برحسب قانون و لایحه و مصوبه...».

۴. انتفاع ناعادلانه از آثار گردشگری: نیز به‌زعم مشارکت‌کنندگان از عوامل قابل اجتناب مؤثر بر شکل‌گیری وضعیت حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری است. بدیهی است که تداوم این وضعیت می‌تواند با مقاومت صاحبان اصناف در برابر ورود گردشگران به منطقه یا دست‌کم بی‌اهمیتی ایشان همراه باشد.

۵. طرد شدگی از فرآیند مشارکت: هم‌چنین مشارکت‌کنندگان در پژوهش اذعان کردند که طردشدگی از فرآیند مشارکت در استان یکی از مهم‌ترین عوامل ایجاد وضعیت

کنونی در خصوص مسأله مورد مطالعه است؛ به زعم ایشان، پردشدگی از فرآیند مشارکت می‌تواند به بیگانگی فرد نسبت به گردشگری و نهایتاً بی‌تفاوتی یا مخالفت وی با این صنعت منجر شود. هم‌چنین مشارکت‌کنندگان اذعان داشتند، الگوهای مشارکتی غیرفراگیر و مدیریت نامطلوب گردشگری از مهم‌ترین عوامل پردشدگی فرد از فرآیند مشارکت به شمار می‌روند.

چنان‌که در جدول ۳، ذکر شد، از عوامل غیرقابل اجتناب مؤثر بر حمایت نامتوازن می‌توان به ابعاد هویتی متفاوت میان اصناف و عوامل برآمده از آن اشاره کرد؛ هویت شغلی و هویت مکانی، دو بُعد هویتی مهم میان گروه مورد مطالعه است که در هر صنف با تفاوت‌هایی همراه است. بر مبنای نظر شماری از مشارکت‌کنندگان، هرچه میان صنف یا حرفه به لحاظ ماهوی و هویتی الزام ارتباط بیشتری با گردشگری و گردشگران داشته باشد، میزان حمایت صاحبان اصناف از توسعه صنعت گردشگری رو به فزونی خواهد گذاشت. شماری از مشارکت‌کنندگان در این راستا به حرفی چون: هتل‌داری، رستوران‌داری، سوهان‌پزی و تورگردانی اشاره کرده‌اند. از منظر این دسته از مشارکت‌کنندگان، حرف و اصناف نام‌برده شده به لحاظ ماهوی و هویتی ارتباط بیشتری با گردشگری و گردشگران دارند و می‌توانند عواید بیشتری از توسعه صنعت گردشگری را از آن خود کنند. در این میان، یکی از مشارکت‌کنندگان اذعان می‌دارد: «سؤال شما این است که چه عاملی بر حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم حمایت به عمل می‌آورند؟ پاسخ من در یک کلام این است: آن‌هایی که منفعت بیشتری از توسعه گردشگری می‌برند... حالا ریزه‌ریز وارد نمی‌شوم. ولی با توضیحی که ابتدای کار دادم هم من و هم شما نوعی می‌توانید حدس بزنید که بین هتل‌دار و خیاط کدام یک بیشتر از توسعه گردشگری و دوام آن در قم حمایت می‌کنند، بین رستوران‌دار و آتلیه عکاسی کدام یک و بین لیدر تور (راهنمای گردشگری) و رفتگر کدام. تفاوت در حمایت این‌ها به تفاوت در نفعی که می‌برند برمی‌گردد و این تفاوت در نفع ریشه در ماهیت صنف‌شان دارد... ماهیت اصناف را با اهمیت بدانید». نکته شایان توجه در این خصوص آن است که تفاوت در شکل و میزان حمایت اصناف از توسعه گردشگری از ذات و ماهیت متفاوت مشاغل و اصناف برمی‌آید و ضمن آن‌که مسأله نامطلوبی نیست، می‌تواند به سازندگی بیشتر یاری رساند، ولی به زعم شماری از مشارکت‌کنندگان در پژوهش برخورد سلیقه‌ای با متن قوانین و بهره‌مندی تام از مصوبات و قوانین توسط نهادهای میانی به واسطه الگوی مشارکتی غیرفراگیر و نامطلوب نتوانسته مشارکت و طبعاً حمایت آحاد اصناف را به همراه داشته باشد و به عدم توازن در حمایت از توسعه گردشگری منجر شده است.

جدول ۳: شبکه عوامل مؤثر بر شکل‌گیری وضعیت کنونی حمایت اصناف از توسعه گردشگری^{۲۶} (نگارندگان، ۱۴۰۳).
 Tab. 3: Network of Factors Influencing the Formation of the Current State of Guilds' Support for Tourism Development (Authors, 2024).

مضمون سامان‌دهنده	وضعیت از منظر اجتناب‌پذیری / اجتناب‌ناپذیری	مقولات	مفاهیم
حمایت نامتوازن و نامکفی از توسعه گردشگری در مقصد	اجتناب‌پذیر	مقوله مؤلفه‌های مشارکتی	۱. الگوی مشارکتی غیرفراگیر در مقصد ۲. مشارکت غیرمکفی اصناف ۳. عدم شکل‌گیری مشارکت خودجوش ۴. فقدان بستر عادلانه مشارکت ۵. فقدان اطلاعات و مهارت مشارکتی مکفی در گروه هدف
		مقوله درک نامتوازن	۱. درک نامتوازن از کیفیت زندگی ۲. درک نامتوازن از آثار گردشگری (برخاسته از تفاوت در میزان/ شکل مشارکت) ۳. غلبه درک منفی از آثار گردشگری بر ادراک مثبت
		مقوله مدیریت نامطلوب گردشگری در مقصد	۱. برخورد سلیقه‌ای مدیران با قوانین ناظر بر مشارکت مردمی ۲. مدیریت غیرمشارکتی آثار گردشگری در مقصد ۳. عدم بهره‌مندی تام مدیران از ظرفیت‌های قانونی مشارکت
		انتفاع ناعادلانه از آثار گردشگری	۱. مقوله انتفاع ناعادلانه از آثار گردشگری
		طرز شدگی از فرآیند مشارکت	۱. طرز شدگی از فرآیند مشارکت
	اجتناب‌ناپذیر	مقوله ابعاد هویتی متفاوت	۱. هویت مکانی متفاوت میان اصناف ۲. هویت شغلی متفاوت
		مقوله درک نامتوازن	۱. درک نامتوازن از منافع گردشگری ۲. درک نامتوازن از هزینه‌های گردشگری ۳. درک نامتوازن از آینده گردشگری
		مقوله مشارکت نامتوازن	۱. مشارکت نامتوازن به لحاظ شدت ۲. مشارکت نامتوازن به لحاظ میزان ۳. مشارکت نامتوازن به لحاظ پایداری

علاوه بر بحث هویت شغلی که در سطور پیشین به آن اشاره شد، (۶) «هویت مکانی»^{۴۸} نیز به‌زعم مشارکت‌کنندگان بر شکل‌دهی به حمایت نامتوازن مؤثر است. مقصود از این مقوله فاصله‌ای است که میان موقعیت جغرافیایی محل کسب و مناطق گردشگری برقرار است. شمار قابل توجهی از مشارکت‌کنندگان در این خصوص اذعان کرده‌اند که قرب و بُعد مسافت می‌تواند بر حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری تأثیرگذار باشد. به‌زعم ایشان هویت مکانی می‌تواند به‌واسطه اثرگذاری بر درک از کیفیت زندگی و درک از آثار گردشگری، بر میزان و شکل حمایت از توسعه گردشگری اثرگذار باشد. چنان‌که در مطالعه «لقمان» و همکاران (۱۳۹۷) نیز ذکر شده است، محلات شهری می‌توانند با ارائه حس تعلق کنش‌های فردی رو تحت تأثیر قرار دهند. بنابر اظهارات مشارکت‌کنندگان در پژوهش نزدیکی مکانی صاحبان اصناف به نقاط گردشگری پذیر رفتارهای حمایت‌گرانه یا غیرحمایت‌گرانه از توسعه گردشگری را با شدت و پایداری بیشتری همراه می‌سازد.

این درحالی است که دوری از نقاط گردشگری پذیر ممکن است با چنین پایداری و شدتی، واکنش‌ها نسبت به حضور گردشگران و توسعه گردشگری را شکل ندهد. یکی از مشارکت‌کنندگان در این خصوص اذعان می‌کند: «نزدیکی جغرافیایی را اگر معادل با ارتباط و رویایی هر روزه با چالش‌ها یا مزایای اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی در نظر بگیریم، به‌سادگی متوجه می‌شویم که ساکنانی که به‌لحاظ فضایی به نقاط گردشگری پذیر نزدیک هستند، بیشتر از بقیه با این مسائل مواجه هستند و بنابراین بیشتر از همه درصدد حمایت یا مخالف برمی‌آیند... البته این رفتار ممکن است برخاسته از هیجانان یا برعکس، خیلی هم منطقی باشد که حالا موضوع مکالمات ما این نیست... عملاً شکلی از بی‌تفاوتی که ممکن است در بعضی ساکنین دور از نقاط گردشگری باشد، میان این ساکنان وجود ندارد. دلیلش هم این هست که زندگی این افراد به‌نحو گریزناپذیری با گردشگری گره خورده. از صبح که دنبال جای پارک می‌گردند و ممکن است به‌دلیل شلوغی به‌راحتی آن را پیدا نکنند تا تعاملات بین‌فرهنگی که میان آن‌ها و گردشگران شکل می‌گیرد و ممکن است به اون‌ها حسی از غرور رو بده... همه‌وهمه دلیلی است بر شکل‌گیری رفتارهای مبتنی بر حمایت یا مخالفت با شدت بیشتری نسبت به بقیه ساکنین هست. چون درواقع حمایت از توسعه گردشگری در نظرشان می‌تواند معادل با حمایت از منافی باشد [باشد] که از گردشگری می‌برند و مخالفت با گردشگری هم می‌تونه پایان دادن به هزینه‌هایی باشه [باشد] که به‌دلیل توسعه گردشگری در مقصد این‌ها متحمل شدن [شده‌اند]». چنان‌که از اظهارات مشارکت‌کنندگان برمی‌آید هویت مکانی می‌تواند به‌واسطه

احساس تعلق و مسئولیت به‌جد بر شکل و میزان حمایت از توسعه گردشگری منجر شود؛ این درحالی است که الگوهای مشارکتی غیرفراگیر و نامطلوب در مقصد به دلیل عدم مشارکت‌دهی و مسئولیت‌دهی افراد با تمرکز بر هویت مکانی و مواهب آن چون: احساس تعلق، تقویت مسئولیت‌پذیری و... به حمایت مکفی دامن بزنند. نکته‌شایان توجه در این خصوص آن است که شماری از مقولات مستخرج عامل بیرونی و چالشی برای حمایت مطلوب در مقصد نیستند، بلکه در ذات خود می‌توانند به مثابه یک امتیاز در راستای تحقق حمایت مطلوب از توسعه گردشگری به‌کار گرفته شوند؛ با این حال عدم بهره‌مندی از این امتیازات و غفلت از آن‌ها خود در قالب چالشی در راستای تحقق حمایت مطلوب ساکنین از توسعه گردشگری خودنمایی می‌کند. هم‌چنین به‌زعم صاحب‌نظران مشارکت‌کننده در پژوهش، مشارکت نامتوازن که عمدتاً برخاسته از ابعاد هویتی متفاوت میان اقشار و اصناف حاضر و فعال در جامعه است، می‌تواند بر حمایت نامتوازن دامن بزند و مولد میزان و اشکال متفاوتی در جامعه باشد. با این همه، به‌زعم ایشان این ابعاد هویتی نامتوازن و مشارکت نامتوازن نه تنها نامطلوب نیست، بلکه می‌تواند چرخ توسعه صنعت گردشگری را در مسیر صحیحی به چرخش درآورد. آنچه نامطلوب و مانع تحقق توسعه گردشگری است، شکوفا نشدن قوه حمایتی و مشارکتی اصناف و اقشار است که با یک‌دیگر در شکل میزان دارای تفاوت‌هایی هستند.

* گرچه پرسش پژوهش حول ارزیابی وضعیت مشارکت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری و عوامل مؤثر بر آن ساماندهی شده بود، اما به‌علت انعطاف روش‌های کیفی و ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، شماری از مشارکت‌کنندگان ضمن برشمردن ویژگی‌هایی چون: غیرفراگیر بودن برای الگوی مشارکتی فعلی در حوزه گردشگری، به ارائه راهکارهایی جهت تحقق حمایت مطلوب از توسعه گردشگری پرداختند که از جمله آن‌ها می‌توان به پیاده‌سازی «الگوی مشارکت مارییج»^{۴۹}، پیاده‌سازی «الگوی هم‌آفرینانه»^{۵۰} در گردشگری، بهره‌مندی از قوای دفاتر تسهیل‌گری و میانجی و بهره‌گیری از قوای گفتمان‌ساز و آگاهی‌بخش تراز اول کشور جهت گفتمان‌سازی و توانمندسازی جامعه محلی در راستای تحقق حمایت تام از توسعه این صنعت اشاره کرد. بدیهی است پیشنهاد پیاده‌سازی هر یک از راهبردهای نام‌برده با توجه به حوزه مطالعاتی و اهداف پژوهش حاضر میسر نیست؛ با این حال می‌توان به محققان آتی پیشنهاد ارزیابی هریک از راهبردهای ارائه شده را داد.

پیش با رشد و ترقی بیشتری توأم می‌دانند؛ با این حال معتقدند حمایت صاحبان اصناف از توسعه این صنعت به حد رشد و شکوفایی نرسیده است و با ویژگی‌هایی چون نامتوازن بودن و غیرمکفی بودن همراه است. بر مبنای یافته‌های پژوهش مقولاتی چون: مؤلفه‌های مشارکتی، درک نامتوازن، مدیریت نامطلوب گردشگری در مقصد، ارتفاع ناعادلانه از آثار گردشگری، پردشدگی از فرآیند مشارکت و ابعاد هویتی متفاوت از عوامل ایجاد وضعیت فعلی در حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در استان قم به شمار می‌روند.

مقوله مؤلفه‌های مشارکتی با در برداشتن مفاهیمی چون: الگوی مشارکتی غیرفراگیر، مشارکت غیرمکفی، فقدان بستر عادلانه مشارکت و... یکی از مقولات مؤثر در حمایت نامکفی و نامتوازن صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در مقصد به شمار می‌رود؛ این یافته که با یافته‌های پژوهش «شریفی» و همکاران (۲۰۲۴)، «سوری» و «اقبالی» (۲۰۲۳)، «تقی‌زاده فانی» و «متقی‌جانسوز» (۲۰۲۳) هم‌سو و هم‌راستا است، نشان از ضرورت بازنگری در الگوهای مشارکتی و مؤلفه‌های مشارکتی دارد. هم‌چنین بنابر یافته‌های پژوهش، درک نامتوازن از آثار گردشگری و کیفیت زندگی که برخاسته از تفاوت اصناف در شکل و میزان مشارکت است، نقش شایان توجهی را بر ایجاد وضعیت کنونی در خصوص حمایت از توسعه گردشگری داشته است. این یافته که با یافته‌های پژوهش: «محمدزاده» و همکاران (۲۰۱۷)، «نجارزاده» و «نعمت‌اللهی» (۲۰۱۸) و «سو» و «سوانسون»^{۵۱} (۲۰۲۰) هم‌سو و هم‌راستا است، بیانگر اهمیت ادراک بر شکل‌گیری حمایت از توسعه گردشگری است. از آنجا که یکی از مجاری شکل‌گیری ادراکات الگوهای مشارکتی و به دنبال آن، میزان ارتفاع از آثار گردشگری است، پیشنهاد می‌شود در راستای ارتقاء ادراکات مثبت سکنه و جامعه محلی از توسعه گردشگری به بازبینی الگوهای مشارکتی موجود پرداخته شود.

مدیریت نامطلوب گردشگری نیز بنابر یافته‌ها بر شکل‌گیری حمایت‌ها از توسعه گردشگری مؤثر است. ضروری است به منظور بهره‌مندی اصولی از متن قانون و ظرفیت‌های قانونی ناظر بر مشارکت و حمایت مردمی از توسعه گردشگری نظارت‌ها بر عملکرد نهادهای مدیریتی و مجری با تمرکز بر اشکال مشارکتی بیش از پیش اعمال شود و آئین‌نامه‌ها و مصوبات هر نهاد مدیریتی و اجرایی به نحوی شفاف لازم‌الاجرا خوانده شود. ارتفاع ناعادلانه از آثار گردشگری و پردشدن از گردشگری نیز از دیگر عوامل مؤثر بر شکل‌گیری وضعیت کنونی حمایت از توسعه گردشگری دانسته شده است که می‌توانند پایداری توسعه گردشگری را با چالش‌ها و مخاطراتی جدی مواجه کنند؛ هم‌چنین به زعم مشارکت‌کنندگان ابعاد هویتی

متفاوت می‌توانند حمایت از توسعه گردشگری را تحت تأثیر قرار دهند. این یافته که با یافته‌های پژوهش «شکوهی» و همکاران (۱۳۹۷)، «وانگ» و «چن»^{۵۲} (۲۰۱۵) و «نانکو» و «گرسوی»^{۵۳} (۲۰۱۲) هم‌سو و هم‌راستا است؛ بیانگر عوامل غیرقابل اجتناب و در ذات خود غیرمشکل‌آفرین برای توسعه گردشگری است. آنچه در پژوهش حاضر به آن به مثابه یک چالش نگریسته می‌شود، عدم بهره‌مندی تام از مشارکت و حمایت صاحبان اصنافی است که در اصل به لحاظ هویت شغلی و مکانی با یک‌دیگر تفاوت‌هایی دارند.

با عنایت به پیامدهای حمایت نامتوازن چون: تحکیم نابرابری‌ها و افزایش احتمال ناپایداری در گردشگری ضروری است کنترل عوامل قابل اجتناب مؤثر بر وضعیت ترسیم‌شده در دستور کار مجریان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان این صنعت قرار گیرد؛ چنان‌که از یافته‌های پژوهش مشخص است، کلیه عوامل اثرگذار بر وضعیت فعلی درخصوص حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری به نوعی با الگوهای مشارکتی موجود در ارتباط هستند. بدین ترتیب با توجه به پیشنهادهای مشارکت‌کنندگان درخصوص پیاده‌سازی الگوهای مشارکتی چون: الگوی مشارکت مارپیچ و هم‌آفرینانه در راستای تحقق مشارکت و حمایت مطلوب ساکنین از توسعه گردشگری در مقصد، به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود با استعانت از آراء متخصصان و صاحب‌نظران این حوزه به طراحی الگوهای مشارکتی مطلوب گردشگری بپردازند؛ هم‌چنین به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت غیرقابل‌انکار واکاوی عوامل مؤثر بر حمایت ساکنان و صاحبان اصناف از توسعه گردشگری از منظر ایشان، در پژوهش‌های خویش از مشارکت صاحبان اصناف به‌منظور واکاوی این عوامل بهره‌برند. علاوه بر این، چنان‌که در یافته‌ها بیان شد فقدان/ کمبود مهارت و آگاهی جامعه محلی درخصوص مشارکت در حوزه گردشگری در استان به شکل‌گیری وضعیت موجود دامن زده است؛ بدین ترتیب پیشنهاد می‌شود مسأله تخصیص بودجه به مراکز آموزشی، اطلاع‌رسان و گفتمان‌ساز تراز اول کشور در راستای آگاهی‌بخشی و توانمندسازی آحاد مردمی در حوزه گردشگری در سطح کلان هم‌سو با احکام ردیف ۱۰ و ۱۱ سند راهبردی توسعه گردشگری کشور (مصوب ۱۳۹۹/۴/۲۹)^{۵۴} مورد ارزیابی قرار گیرد. تدوین طرح جامع و برنامه اقدام مشترک نهادهای تسهیل‌گر گردشگری و میانجی‌گر دولتی و غیردولتی محلی و منطقه‌ای در جهت آگاهی‌بخشی، توانمندسازی و تسهیل‌گری مشارکت مردمی در سطح محلی و منطقه‌ای در راستای پیش‌برد «الگوی مشارکتی فراگیر»^{۵۵} نیز با توجه به اظهارات مشارکت‌کنندگان از دیگر پیشنهادهای پژوهش به‌شمار می‌رود.

سپاسگزاری

در پایان نویسندگان بر خود لازم می‌دانند از داوران ناشناس نشریه که با نظرات ارزشمند خود به غنای متن مقاله افزودند، قدردانی نمایند.

درصد مشارکت نویسندگان

نویسندگان در انجام مطالعه حاضر سهمی برابر داشته‌اند.

تضاد منافع

نویسندگان ضمن رعایت اخلاق نشر در ارجاع‌دهی، نبود تضاد و تعارض منافع را اعلام می‌دارند.

پی‌نوشت

1. Untourism
2. Quality of life

۳. ر.ک. به: <https://media.mehrnews.com/d/2020/07/27/0/3508867.pdf>

۴. ر.ک. به: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/94202>

۵. ر.ک. به: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/790196>

۶. ر.ک. به: <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1014547>

7. Brokaj
8. Top-down programs
9. Community-centered programs
10. Untong *et al.*
11. Demirik *et al.*
12. Ethics for Tourism
13. Supervision/ in tourism
14. Hospitality
15. Bellato *et al.*
16. Stakeholder Theory
17. Freeman
18. Market Theory and Competition
19. Shaw and Williams
20. Lankford and Howard
21. Tajfel and Turner
22. Occupational identity
23. Tourism Impact Attitude Scale
24. Zeljko and Donja
25. Garcia *et al.*
26. Smith *et al.*
27. Jones
28. Jones *et al.*
29. Kumar *et al.*
30. Garcia *et al.*
31. Wang and Xu

32. Cultural intelligence
33. Qualitative study
34. Semi-structured interview
35. Theoretical saturation
36. Online
37. Google Forms
38. Thematic analysis method
39. Atlas TI
40. Word
41. Reliability
42. Validity
43. Email

۴۴. به منظور رعایت اصل امانت‌داری و پیش‌گیری از ارائه برداشت‌های شخصی از گفته‌های مشارکت‌کنندگان، مباحث و صحبت‌های ایشان بدون دخل و تصرف و هرگونه تغییر در ساختار و شکل، در قالب نقل قول مستقیم ارائه شده است.

14. Jenkins & Collin

۴۶. بدیهی است که عوامل مؤثر بر حمایت ساکنان/ صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در مقصد می‌تواند در بردارنده مؤلفه‌های بیشتری باشد، اما از آنجا که تمرکز بر استان قم معطوف بوده است، به زعم مشارکت‌کنندگان، از میان عوامل پرشمار موجود نظری، صرفاً موارد مطروحه بر حمایت صاحبان اصناف از توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه اثرگذار بوده‌اند.

47. Spontaneous participation
48. Place identity
49. Spiral participation pattern
50. Co-creative pattern
51. Su and Swanson
52. Wang and Chen
53. Nanko and Gresoy

۵۴. ر.ک. به: <https://media.mehrnews.com/d/2020/07/27/0/3508867.pdf>

۵۵. چنان‌که پیشتر ذکر شد، به زعم مشارکت‌کنندگان در پژوهش یکی از چالش‌های موجود در خصوص مشارکت مردمی در حوزه صنعت گردشگری، فقدان طرح جامع و برنامه اقدام مشترک است؛ بدین منظور پیشنهاد تدوین طرح جامع و برنامه اقدام مشترک در راستای پیش‌گیری از موازی‌کاری و تفهیم شرح وظایف هر یک از دستگاه‌های مربوطه، پیشنهاد شده است.

کتابنامه

- احمدی، علیرضا؛ آجیلی، عبدالعظیم؛ فروزانی، معصومه؛ و یزدان‌پناه، مسعود، (۱۳۹۴). «عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی و حمایت ساکنان مناطق روستایی از گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان‌های مسجدسلیمان، اندیکا و لالی)». مطالعات اجتماعی گردشگری، ۳(۶): ۶۱-۸۶.
- امامی، سیده فاطمه؛ دربان، آستانه؛ علیرضا، رضوانی؛ محمدرضا، قدیری؛ و معصوم، مجتبی، (۱۴۰۱). «تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر گردشگری روستایی اجتماع‌محور (مطالعه موردی: مناطق روستایی استان گیلان)». مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۱۲(۱): ۹۷-۱۱۳. <https://doi.org/0.30488.2021.285265.3403>
- امین‌بیدختی و همکاران، علی‌اکبر، جعفری، سکینه و فرهادی، وحید (۱۳۹۳). «رابطه تعلق اجتماعی و مشارکت اجتماعی با توسعه گردشگری پایدار: نقش میانجی

اثرات ادراک». مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۲۶): ۱-۲۳. DOR: 20.1001.1.23223.294.1393.9.26.1.5

- بشکار، اسلام؛ بذرافشان، جواد؛ و طولابی‌نژاد، مهرشاد، (۱۳۹۸). «حمایت اجتماعات محلی از توسعه گردشگری و ارتباط آن با معیشت پایدار روستاهای مرزی شهرستان چابهار». نشریه علمی جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۲۳(۶۹): ۹۷-۱۱۳.

- جاودان، مجتبی؛ قاسمی، مسلم؛ و ریاضی، آرزو، (۱۳۹۸). «تحلیلی بر چرخه حیات اجتماعی در مقصدهای گردشگری فرهنگی (مورد مطالعه: شهر ماسوله)». برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۸(۳۰): ۱۴۱-۱۶۹. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.16482.3054>

- سردارنیا، خلیل؛ بدری، کوروش؛ و امینی‌زاده، سینا، (۱۴۰۰). «رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و اعتماد نهادی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز)». پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۱۰(۳۶): ۱۰۱-۱۲۷. <https://doi.org/10.22054/qps.2020.49810.2449>

- سوری، محسن؛ زیاری یوسفعلی؛ و اقبالی، ناصر، (۱۴۰۲). «ارزیابی میزان مشارکت جوامع محلی در توسعه گردشگری منطقه ۲۲ شهرداری تهران». جغرافیایی سرزمین، ۲۰: ۱۴-۱. <https://doi.org/10.30495/sarzamin.2023.71970.2087>

- شریفی، سیده صفورا؛ و کاشف، سید محمد، (۱۴۰۲). «بررسی نقش مشارکت جامعه و تأثیرات گردشگری در حمایت ساکنان از توسعه گردشگری رویدادهای ورزشی در شهر ساحلی مازندران». هشتمین کنفرانس بین‌المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی، تهران.

- شکوهی، مهدی؛ یزدان‌پناه؛ مسعود، فروزانی، معصومه؛ و مردانی، مصطفی، (۱۳۹۷). «تأثیر هویت مکانی بر نگرش ساکنان نسبت به اثرات گردشگری و حمایت از توسعه گردشگری (مورد شناسی: منطقه گردشگری کمردوغ)». جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای، ۸(۲۸): ۱۶۷-۱۸۰. <https://doi.org/10.22111/gaj.2018.4208>

- شیانی، ملیحه؛ و عرب‌پور، الهام، (۱۳۹۴). «گردشگری، سفر خاطره‌انگیز و ابعاد نظام شخصیت». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۴(۷): ۱-۲۷. https://csr.basu.ac.ir/article_1559.html

- کرمی، فریبا؛ قنبری، ابوالفضل؛ و عبدالعظیمی‌داوری، مهدی، (۱۴۰۰). «بررسی تأثیر هوش فرهنگی اصناف و کسبه بازار تبریز بر وفاداری گردشگران داخلی». نشریه گردشگری شهری، ۲(۸): ۵۱-۶۴. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.298301.776>

- لطیفی، محمد مهدی؛ و حاجی مؤمنی‌آرانی، مریم، (۱۳۹۶). «بررسی اهمیت نقش

آموزش جامعه محلی و امنیت در توسعه گردشگری پایدار، با نگاهی به کویر مرنجاب». چهارمین کنفرانس بین‌المللی برنامه‌ریزی و مدیریت محیط‌زیست، تهران.
- لقمان، مونا؛ زرابادی، زهرا سادات سعیده؛ و بهزادفر، مصطفی، (۱۳۹۷). «سنجش و مقایسه سرمایه اجتماعی در گونه‌های متفاوت محلات شهری (نمونه موردی: محله سلطان میراحمد و فین کاشان)». پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ۷(۱۳): ۶۱-۸۹.
<https://doi.org/10.22084/csr.2019.14664.1384>

- محمدزاده، پرویز، پناهی، حسین و صمدزاد، سعیده (۱۳۹۶). «تبیین عوامل مؤثر بر سطح حمایت ساکنین شهر تبریز از توسعه گردشگری (با تأکید بر ابعاد اجتماعی - فرهنگی)». گردشگری و توسعه، ۶(۱)، ۶۳-۷۷.
<https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110409>

- نجارزاده، محمد؛ و نعمت‌الهی، مجید، (۲۰۱۸). «الگوی ساختاری عوامل مؤثر بر درک ساکنان بومی نسبت به حمایت از توسعه پایدار گردشگری در مجموعه تخت جمشید». جامعه‌شناسی کاربردی، ۲۹(۱): ۴۱-۶۲.
<https://doi.org/10.22108/jas.2017.98649>

- Ahmad, A., Ajili, A., Forouzan, M. & Yazdanpanah, M., (2015). "Factors influencing residents' satisfaction and support for tourism in rural areas: A case study of Masjed-Soleyman, Andika, and Lali counties". *Tourism Social Studies*, 3(6), 61-86. (In Persian).

- Ahn, Y. J. & Bessiere, J., (2023). "The Relationships between Tourism Destination Competitiveness, Empowerment, and Supportive Actions for Tourism". *Sustainability*, 15(1): 626. <https://doi.org/10.3390/su15010626>.

- Amin-Bidokhti, A., Jafari, S. & Farhadi, V., (2014). "The relationship between social attachment and social participation with sustainable tourism development: The mediating role of perceived impacts". *Tourism Management Studies*, 8(26): 1-23. DOR: 20.1001.1.23223294.1393.9.26.1.5 (In Persian).

- Bellato, L., Frantzeskaki, N., Fiebig, C. B., Pollock, A., Dens, E. & Reed, B., (2022). "Transformative roles in tourism: adopting living systems' thinking for regenerative futures". *Journal of Tourism Futures*, 8(3): 312-329. <https://doi.org/10.1108/JTF-11-2021-0256>.

- Bishkar, I., Bezrafshan, J. & Toleabi-Nejad, M., (2019). "Local community support for tourism development and its relation to sustainable livelihoods in

border villages of Chabahar”. *Geography and Planning Journal*, 23(69): 97-113. (In Persian).

- Brokaj, R. (2014). “Local Governments role in the sustainable tourism development of a destination”. *European Scientific Journal*, 10(31).

- Emami, F., Darban-Astaneh, A., Rezvani, M. R., Ghadiri, M. & Moosavi, M., (2022). “Spatial analysis of factors affecting community-based rural tourism: A case study of rural areas in Gilan province”. *Geographical Spatial Planning Journal*, 12(1): 97-113. <https://doi.org/10.30488/GPS.2021.285265.3403>. (In Persian).

- Freeman, R. E., (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge University Press.

- Garcia, T., Lopez, H. & Martinez, A., (2022). “Environmental concerns and business support for tourism development”. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(5): 907-924. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1958349>.

- Javadian, M., Qasemi, M. & Riyazi, A., (2019). “An analysis of the social life cycle in cultural tourism destinations: A case study of Masuleh”. *Tourism Planning and Development Journal*, 8(30): 141-169. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.16482.3054>. (In Persian).

- Jones, R., Taylor, S. & Green, M., (2019). “Social and cultural factors influencing local business support for tourism”. *Tourism Management*, 72, 123-134. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.007>.

- Karami, F., Qanbari, A. & Abdolazimi Davari, M., (2021). “The impact of cultural intelligence of traders in Tabriz Bazaar on domestic tourists' loyalty”. *Urban Tourism Journal*, 2(8): 51-64. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.298301.776>. (In Persian).

- Kim, S., Kang, Y., Park, J. H. & Kang, S. E., (2021). “The impact of residents' participation on their support for tourism development at a community level destination”. *Sustainability*, 13(9): 4789. <https://doi.org/10.3390/su13094789>.

- Kumar, P., Singh, V. & Verma, S., (2021). “Government policies and local business support for tourism development”. *International Journal of Hospitality Management*, 92: 102749. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102749>.

- Loghman, M., Zarabadi, Z. S. S. & Behzadfar, M., (2018). “Measuring and comparing social capital in different urban neighborhoods: A case study

of Sultan Mir Ahmad and Fin neighborhoods in Kashan”. *Contemporary Sociological Research Journal* 7(13), 61-89. <https://doi.org/10.22084/csr.2019.14664.1384>.

- Lotfi, M. M. & Haji Momeni Arani, M., (2017). “Examining the importance of local community education and security in sustainable tourism development: A case study of the Maranjab Desert”. In *4th International Conference on Environmental Planning and Management*, Tehran. (In Persian).

- Mohammadzadeh, P., Pahani, H. & Samadzadeh, S., (2017). “Explaining the factors affecting residents' support for tourism development in Tabriz city with an emphasis on social and cultural dimensions”. *Tourism and Development*, 6(1): 63-77. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110409>.

- Muganda, M., Sirima, A. & Ezra, P. M., (2013). “The role of local communities in tourism development: Grassroots perspectives from Tanzania”. *Journal of Human Ecology*, 41(1): 53-66. <https://doi.org/10.1080/09709274.2013.11906553>.

- Najarzadeh, M. & Nematollahi, M., (2018). “A structural model of factors affecting local residents' perceptions of support for sustainable tourism development at Persepolis”. *Applied Sociology Journal*, 29(1): 41-62.

- Nunkoo, R. & Gursoy, D., (2012). “Residents’ support for tourism: An identity perspective”. *Annals of Tourism Research*, 39(1): 243-268. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.05.006>.

- Oviedo-Garcia, M. A., Castellanos-Verdugo, M. & Martin-Ruiz, D., (2008). “Gaining residents' support for tourism and planning”. *International Journal of Tourism Research*, 10(2): 95-109. <https://doi.org/10.1002/jtr.644>.

- Palmer, A., Koenig-Lewis, N. & Jones, L. E. M., (2013). “The effects of residents' social identity and involvement on their advocacy of incoming tourism”. *Tourism Management*, 38: 142-151.

- Perdue, R. R., Long, P. T. & Allen, L., (1990). “Resident support for tourism development”. *Annals of Tourism Research*, 17(4): 586-599. <https://doi.org/10.1177/004728759002800301>.

- Pizam, A., (2012). “Cross-cultural tourist behavior”. In *Consumer behavior in travel and tourism* (pp. 413-432). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203047613>.

- Pizam, A. & Sussmann, S., (1995). "Does nationality affect tourist behavior?". *Annals of Tourism Research*, 22(4): 901-917. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00023-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00023-5).
- Pramanik, S. A. K. & Rahman, M. Z., (2023). "Influences of Local Community Dimensions in Enhancing Support for Sustainable Tourism Development". *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/15256480.2023.2169854>.
- Qin, X., Shen, H., Ye, S. & Zhou, L., (2021). "Revisiting residents' support for tourism development: The role of tolerance". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47: 114-123. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.010>.
- Rasoolimanesh, S. M. & Jaafar, M., (2016). "Community participation toward tourism development and conservation program in rural world heritage sites". In: *Tourism-from empirical research towards practical application. IntechOpen*. <https://doi.org/10.5772/62293>.
- Rasul, T. & Ahmad, A., (2019). "Exploring the roles of business owners and entrepreneurs in the tourism industry". *Tourism Recreation Research*, 44(4): 550-552. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1650232>.
- Santana, C. S. C. D. M., Nascimento, M. A. L. D. & Marques Junior, S., (2020). "Factors affecting residents' support for tourism development in protected natural areas". *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 14: 156-172. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1888>.
- Sardarnia, K., Badri, K. & Aminzadeh, S. (2021). "The relationship between social networks and institutional trust: A case study of Shiraz University students". *Strategic Policy Research Journal*, 10(36): 101-127. <https://doi.org/10.22054/qps.2020.49810.2449>.
- Shaw, G. & Williams, A. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. Sage Publications.
- Sharifi, S. S. & Kashef, S. M. (2023). "Examining the role of community participation and the impacts of tourism in residents' support for sports event tourism development in coastal cities of Mazandaran". In: *8th International Conference on Physical Education and Sports Sciences*, Tehran.
- Shiani, M. & Arabpour, E., (2015). "Tourism, memorable travel, and

personality system dimensions”. *Contemporary Sociological Research Journal*, 4(7), 1-27.

- Shokouhi, Y., Yazdanpanah, M., Forouzan, M. & Mardani, M., (2018). “The impact of place identity on residents' attitudes toward tourism impacts and support for tourism development: A case study of the Kamar-Dugh tourism area”. *Geography and Regional Urban Planning Journal*, 8(28): 167-180.

- Smith, J., Johnson, L. & Brown, A., (2020). “Economic impacts of tourism development: The case of local businesses”. *Journal of Tourism Research*, 15(3): 205-220. <https://doi.org/10.1016/j.jtr.2020.05.003>.

- Souri, Z., Yousofi, Y. & Eqbali, M., (2023). “Evaluation of local community participation in tourism development in District 22 of Tehran Municipality”. *Geographical Land Journal*, 20(79): 1-14.

- Stylidis, D., Biran, A., Sit, J. & Szivas, E. M., (2014). “Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts”. *Tourism Management*, 45: 260-274. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.006>.

- Su, L. & Swanson, S. R., (2020). “The effect of personal benefits from, and support of, tourism development: The role of relational quality and quality-of-life”. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(3): 433-454. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1680681>.

- Untong, A., Kaosa-Ard, M., Ramos, V., Sangkakorn, K. & Rey-Maqueira, J., (2010, July). “Factors influencing local resident support for tourism development: A structural equation model”. In: *The APTA Conference* (pp. 13-16).

- Wang, C. & Xu, H., (2014). “The role of local government and the private sector in China's tourism industry”. *Tourism Management*, 45: 95-105. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.03.011>.

- Wang, M., Jiang, J., Xu, S. & Guo, Y., (2021). “Community participation and residents' support for tourism development in ancient villages: The mediating role of perceptions of conflicts in the tourism community”. *Sustainability*, 13(5): 2455. <https://doi.org/10.3390/su13052455>.

- Wang, S. & Chen, J. S., (2015). “The influence of place identity on perceived tourism impacts”. *Annals of Tourism Research*, 52: 16-28.