

روستا و توسعه، سال ۲۴، شماره ۹۴، تابستان ۱۴۰۰

DOI: 10.30490/RVT.2020.342876.1220

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان لرستان با استفاده از رویکرد نظریه بنیانی

یاسر محمدی^۱، زینب اسدپوریان^۲، مهدی رحیمیان^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۱۳

چکیده

مطالعه حاضر، با هدف بررسی اکتشافی تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان لرستان، از لحاظ پارادایم، جزو تحقیقات کیفی بود و تحلیل داده‌های پژوهش بر مبنای نظریه بنیانی انجام شد. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان سازمان‌های مرتبط با گردشگری در استان لرستان بود و نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام گرفت و تا رسیدن به مرحله اشباع نظری

۱- نویسنده مسئول و استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.
(y.mohammadi@basu.ac.ir)

۲- دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران.

۳- دانشیار گروه اقتصاد کشاورزی و توسعه روستایی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه لرستان، لرستان، ایران.

ادامه یافت. داده‌های مورد نیاز از راه مصاحبه‌های عمیق، متمرکز و نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. نتایج به‌دست‌آمده به استخراج مدل چرایی توسعه‌نیافتگی گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان در قالب چارچوب کوربین و اشتراوس و همچنین، شناسایی هسته محوری توسعه‌نیافتگی انجامید و نشان داد که چرایی توسعه‌نیافتگی گردشگری فرهنگی را باید در درک نامناسب و پذیرش پایین جامعه میزبان، بستر نامناسب خلاقیت و کارآفرینی در روستاها، فقدان آموزش مناسب برای توسعه گردشگری، فقدان زیرساخت‌های ارتباطی و رفاهی، مدیریت ضعیف و راهبرد ناکارآ، افت جاذبه‌های مناطق گردشگری و چالش‌های نهادی و قانونی جست‌وجو کرد.

کلیدواژه‌ها: گردشگری فرهنگی، توسعه روستایی، نظریه بنیانی، تحلیل کیفی، لرستان (استان).

مقدمه

در سالیان اخیر، گردشگری فرهنگی چه در توسعه جامعه و کاهش فقر و چه در حفظ انواع دارایی‌های فرهنگی و ملموس و نیز در پیشرفت فعالیت‌های مرتبط با هنر و صنایع دستی نقش مهمی داشته است (UNWTO, 2016). محصولات فرهنگی و به‌طور کلی، میراث فرهنگی برای جامعه پسامدرن به‌ویژه اهمیت دارد (Throsby, 2008). در میان طیف گسترده محصولات و میراث فرهنگی، گردشگری فرهنگی با ارائه فرصت‌هایی برای بازدید از تمامیت یک قوم شامل هویت، نمادهای فرهنگی، تصویر و تاریخ یک منطقه، بسیار اهمیت دارد و در مقابل، فرصت‌هایی نیز برای نشاط جامعه محلی پدید می‌آورد (Chen et al., 2015; Hou et al., 2005; Wansborough and Mageean, 2000). و در نتیجه، گردشگران هم به کسب اطلاعاتی درباره میراث فرهنگی و آداب و رسوم یک جامعه محلی از آغاز پیدایش و تکامل آن علاقه‌مند خواهند شد (Cuccia et al., 2016; Gnoth and Zins, 2013). طبق آمار ارائه‌شده، گردشگری فرهنگی بیش از ۳۹ درصد از کل ورودی‌های گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۷ (یعنی، حدود ۵۱۶ میلیون سفر بین‌المللی) را به خود اختصاص داده است (Richards, 2018).

بنا به تعریف، گردشگری فرهنگی عبارت است از حرکت افراد برای اهداف اساساً فرهنگی با انگیزه‌هایی از قبیل شرکت در تورهای فرهنگی، تورهای تحصیلی، هنرهای نمایشی، سفر به جشنواره‌ها و سایر رویدادهای فرهنگی و بازدید از اماکن و آثار تاریخی (UNWTO, 2015). پژوهشگران زیادی در مطالعات خود نشان دادند که گردشگری فرهنگی به دلایل مختلف از جمله اقتصادی، حفظ و احیا و توسعه مناطق هدف گردشگری (Bianchini and Parkinson, 1994; Chou, 2013; Herrero et al., 2006; Myerscough, 1988; Richards, UNESCO, 2007; Webster and Ivanov, 2014)، تأثیرات اجتماعی و اقتصادی مختلف (UNESCO, 2003; Kim et al., 2013)، ایجاد هویت جدید ناشی از تعاملات فرهنگی با گردشگران (UNESCO, 2003; Bond and Falk, 2013)، افزایش کیفیت گردشگری از اهمیت ویژه برخوردار است (Wang and Bramwell, 2012; Wang and Bramwell, 2003) و افزایش کیفیت گردشگری از اهمیت ویژه برخوردار است (Holcomb, 1999; Kim et al., 2013; Karpodini-Dimitriadi, 1999).

مناطق گردشگری فرهنگی، به‌طور کلی، مناطق، جوامع یا مؤسساتی هستند که به گردشگران محصولات و خدمات فرهنگی شامل (انواع مراسم سنتی از قبیل رقص‌های محلی، موسیقی، آثار باستانی و میراث فرهنگی و شیوه زندگی جوامع محلی) را عرضه می‌کنند (Altunel and Erkurt, 2015; Silberberg, 1995) و در سالیان اخیر، مطالعات و پژوهش‌های گوناگون از سوی پژوهشگران و سازمان‌های مختلف دست‌اندرکار در زمینه مقاصد و مناطق گردشگری از دیدگاه‌های مختلف صورت گرفته است (Armbrecht, 2014; Bonn et al., 2007; Chen et al., 2015; Cuccia et al., 2016; Hou et al., 2005; McCarthy, 2006; Pappalespore et al., 2014)؛ و از آن میان، مطالعاتی به شکاف‌ها و مشکلات مرتبط با توسعه گردشگری در مناطق هدف گردشگری فرهنگی پرداخته‌اند، شکاف‌هایی که با بررسی‌ها و مطالعات عمیق، می‌توان آنها را مرتفع کرد (Hung et al., 2019). مشکلات و موانعی که به عدم توسعه مناطق گردشگری می‌انجامد، از دو منظر قابل بررسی است: موانع مربوط به جامعه محلی و به‌طور کلی، جامعه میزبان گردشگران؛ و همچنین، مسائل و مشکلات مربوط به گردشگران (Hung et al., 2019). از این‌رو، جذابیت پایین برخی از مناطق گردشگری فرهنگی شامل نبود معماری‌های

خاص روستایی (Shukla and Purani, 2012)، رضایت پایین گردشگران از وجود امکانات کافی در روستاها از قبیل امکانات رفاهی و اسکان (Iglesias et al., 2011; Lin et al., 2014; Shukla and Purani, 2012) و فقدان منابع مالی دولتی و منابع مالی جایگزین از جمله موانع گسترش و توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهاست (Jelinčić and Senkić, 2017). همچنین، حضور گردشگران تهدیدی برای جامعه میزبان و برای جاذبه‌های فرهنگی در روستاها محسوب می‌شود (UNWTO, 2015).

با اینکه امروزه، در دنیای پر از درگیری‌ها و جنگ‌ها، گردشگری فرهنگی می‌تواند درک گروه‌ها و فرهنگ‌های مختلف را از یکدیگر بهبود بخشد و هماهنگی فرهنگی را تقویت کند، اما در مقایسه با دیگر انواع گردشگری، توجه اندکی بدان شده است (UNESCO, 2003). بازدید کم گردشگران از مناطق گردشگری در روستاها، به دلیل عدم توجه به توسعه گردشگری در این مناطق، باعث عدم پیشرفت قابل توجه در اقتصاد محلی شده است (Chou, 2013; Kay et al., 2009; Mowforth and Munt, 2015; Madden, 2001; Stoddard et al., 2006; Webster Brooks, 2014 and Ivanov, 2014) و همچنین، عدم حمایت دولت نیز بدین مشکلات دامن زده است (Brooks, 2005; Kay et al., 2009; Kim et al., 2013; Lewis and Brooks, 2005). از این رو، باید سازمان‌ها و وزارتخانه‌های دست‌اندرکار با تدوین راهبردهای گوناگون مانند برنامه‌ها و آموزش‌ها برای جوامع محلی درگیر و نیز هدف‌گذاری و تقسیم برنامه‌ها بین سازمان‌های مختلف دست‌اندرکار توسعه گردشگری در راستای امنیت و رفاه گردشگران، از توسعه گردشگری فرهنگی در روستاها حمایت کنند (Fodness, 1994; Hays et al., 2013; Kale et al., 2002; Reisinger and Mavondo, 2002; Kavoura and Katsoni, 2013; al., 1987). در نتیجه، شناسایی علل عدم توسعه گردشگری فرهنگی در روستاها برای رفع آنها ضروری است (Langdon et al., 2008).

استان لرستان، به دلیل داشتن سه ویژگی سابقه تاریخی و فرهنگی، طبیعت زیبا و متنوع و موقعیت ارتباطی در کشور، می‌تواند به یکی از قطب‌های گردشگری داخلی و خارجی کشور تبدیل شود (Ebrahimzadeh et al., 2012). استان لرستان، به لحاظ بهره‌مندی از جاذبه‌های

فرهنگی و طبیعی، از استان‌های برخوردار کشور به‌شمار می‌رود (Ajzae-Shokouhi et al., 2014) در استان لرستان، حدود صد پل تاریخی وجود دارد که شش پل به ثبت جهانی رسیده است. همچنین، در این استان، شش قلعه تاریخی از جمله قلعه فلک‌الافلاک، موزه‌های مردم‌شناسی، خانه‌های تاریخی، مساجد قدیمی، حمام تاریخی، مقبره‌های تاریخی، مناره‌های آجری، سنگ‌نوشته‌ها، گرداب سنگی، آسیاب قدیمی و ... وجود دارد که همگی از جاذبه‌های فرهنگی استان به‌شمار می‌روند. از جاذبه‌های بوم‌گردی استان لرستان نیز می‌توان به آبشارها (بیشه، نوژیان، آب‌سفید و ...)، دریاچه‌ها (گهر و کیو)، سراب‌ها (هنام، زارم، کهمان و ...)، غارها (کلماکره، میرملاس، پشتکوه و ...) و دره بسیار زیبای شیرز اشاره کرد (Asadpourian et al., 2017). گونه‌شناسی گردشگری در این استان نشان می‌دهد که در کنار سایر توان‌های گردشگری، گردشگری میراث فرهنگی و تمدن از انواع ظرفیت‌های بالقوه گردشگری است که چندان مورد توجه و حمایت قرار نگرفته است (Ebrahimzadeh et al., 2012)، به‌گونه‌ای که در سال‌های اخیر، تنها کمتر از یک درصد از گردشگران ایرانی از جاذبه‌های استان لرستان دیدن کرده‌اند (Madhoshi and Naserpour, 2003).

هرچند، بیشتر جاذبه‌های گردشگری فرهنگی استان لرستان به‌درستی توانایی معرفی به دنیا را دارند، ولی به‌دلیل بی‌توجهی و نبود برنامه جامع و منسجم در حوزه گردشگری، حتی برای کشورمان هم ناشناخته مانده‌اند (Asadpourian et al., 2017). شواهد حاکی از عدم رونق صنعت گردشگری و به‌ویژه گردشگری فرهنگی در استان لرستان بوده و برنامه‌های موجود نیز توفیقی در جذب گردشگران علاقه‌مند نداشته است (Faizi, 2010). عدم ارائه اطلاعات گردشگری، فقدان سرمایه‌گذاری خصوصی، ضعف تبلیغات گردشگری، عدم وجود بازارچه‌های محلی در سطح استان، نامناسب بودن زیرساخت‌ها و تسهیلات و برنامه‌ریزی نامناسب کاربری زمین از جمله موانع توسعه گردشگری در استان لرستان شناخته شدند (Ebrahimzadeh et al., 2012). تعدد مراکز تصمیم‌گیری، ضعف امکانات زیربنایی و خدمات گردشگری، ضعف بازاریابی و فقدان فرهنگ گردشگری نیز از دیگر موانع توسعه گردشگری در این استان شناخته شده است (Madhoshi and Naserpour, 2003). نتایج تحقیق اسدپوریان و همکاران

Asadpourian et al., 2019) در استان لرستان نیز نشان می‌دهد که از هفت منطقه مستعد گردشگری این استان چهار منطقه تنگه شیرز، آبشار وارک، آبشار گریت و آبشار آب سفید، علی‌رغم دارا بودن توان‌های طبیعی، از نبود زیرساخت‌های گردشگری و عدم حمایت دولتی برای توسعه پایدار بوم‌گردی و تبدیل به قطب‌های بوم‌گردی رنج می‌برند. از این‌رو، پژوهش حاضر بر آن است که به شناسایی دلایل و چرایی عدم توسعه گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان لرستان با استفاده از رویکرد نظریه بنیانی پردازد.

مبانی نظری

فرهنگ و گردشگری همیشه ارتباطی پیوسته و ناگسستی داشته‌اند. جاذبه‌ها و مناظر و رویدادهای فرهنگی انگیزه مهمی برای سفر ایجاد کرده و سفر به‌خودی‌خود باعث ایجاد فرهنگ می‌شود. اما در دهه‌های اخیر، پیوند فرهنگ و گردشگری به‌صورت خاص‌تر شناخته شده است. در واقع، گردشگری فرهنگی به‌عنوان یک پدیده اجتماعی و یکی از اهداف مطالعات دانشگاهی، پس از جنگ جهانی دوم ظهور پیدا کرد و با هدف افزایش درک فرهنگی جوامع میزبان و گردشگران از یکدیگر و بازسازی اقتصادهای متلاشی‌شده به‌وجود آمد و توسعه پیدا کرد (Richards, 2018). گردشگری فرهنگی، بنا به تعریف، عبارت است از بازدید مناطق دارای جاذبه‌های فرهنگی با انگیزه‌هایی مانند علاقه به آثار تاریخی، هنری، علمی، شیوه زندگی و میراث فرهنگی یک جامعه، منطقه یا گروه خاص (Silberberg, 1995). به دیگر سخن، گردشگری فرهنگی فقط به معنی بازدید از دارایی‌های فرهنگی یک منطقه نیست، بلکه به معنی مشارکت واقعی در فعالیت‌های فرهنگی آن جامعه، مانند رقص‌های محلی، آشنایی با فرهنگ غذایی و غذاهای محلی و ... است (Richards, 2001).

در زمینه گردشگری فرهنگی، تحقیقات متعدد از جمله پژوهش‌های استایلیانو- لامبرت (Stylianou-Lambert, 2011) در زمینه موزه‌های فرهنگی در روستاها، آخوندنژاد (Akhoondnejad, 2016) در زمینه رویدادهای خاص و جشنواره‌های خاص روستایی، چن و چن (Chen and Chen, 2010) و متسون و همکاران (Matheson et al., 2014) در زمینه

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در.....

درک و انگیزه گردشگران از گردشگری فرهنگی، بچلیتنر و زینس (Bachleitner and Zins, 1999) در زمینه درک جامعه میزبان از گردشگری فرهنگی، و روسو و ون در بورگ (Russo and Van Der Borg, 2002) در زمینه مدیریت مناطق هدف گردشگری فرهنگی صورت گرفته است. در این قسمت نیز با توجه به هدف پژوهش، به نتایج مطالعات داخلی و خارجی انجام شده در زمینه دلایل عدم توسعه گردشگری فرهنگی (جدول ۱) پرداخته شده است.

جدول ۱- خلاصه مرور ادبیات تحقیق در ارتباط با دلایل توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی

منابع	نتایج
(Mousaei et al., 2012)	ضعف زیرساخت‌های مناسب انواع حمل و نقل و اقامت، ضعف مدیریت کلان در صنعت گردشگری، فقدان آموزش نیروی انسانی متخصص، فقدان وزارتخانه گردشگری و جهانگردی، ضعف کیفیتی در ارائه خدمات
Dehghanfard and Ghasemizad, 2017	موانع فرهنگی (حمایت نکردن از صنایع دستی و موسیقی محلی، کمبود تبلیغات در خصوص مناطق گردشگری، عدم پذیرش گردشگران توسط مردم محلی)، موانع اقتصادی (عدم تخصیص بودجه، عدم رضایت از قیمت اجناس)، موانع رفاهی - تفریحی (فقدان پلازهای مناسب با امکانات مجهز، کمبود مکان‌های مناسب کمپینک در فصول مختلف سال)، موانع سیاسی (احساس ناامنی گردشگران خارجی، وجود تعارضات ارزشی) و موانع بهداشتی
Tosun, 2000; Kim et al., 2014	محدودیت‌های فرهنگی، ساختاری و عملیاتی در جامعه محلی برای مشارکت روستاییان در فعالیت‌های گردشگری و عدم حمایت‌های دولتی، اختلافات بین مردم محلی در ارتباط با پروژه‌های گردشگری و نبود آموزش و اطلاعات کافی
Gupta and Bhatt, 2009	عدم ارائه آموزش‌های کافی در زمینه مهارت‌های کارآفرینی توسط سازمان‌های مسئول برای روستاییان یا ارائه مهارت‌های کارآفرینانه ضعیف، نبود روحیه کارآفرینی در بین روستاییان، برنامه‌ها و راهبردهای ضعیف ارائه شده از سوی دولت، امکانات زیرساختی و رفاهی ضعیف، عدم آموزش کافی و دسترسی نداشتن به روستاهای هدف
Manyara and Jones, 2007; Cole, 2006; Marzuki et al., 2012	نبود اعتماد به نفس و روحیه خودباوری برای ایجاد مشاغل مرتبط با گردشگری به دلیل عدم اطلاعات کافی و نبود آموزش و سطح پایین تحصیلات روستاییان
Oppio and Torrieri, 2016; Čopić et al., 2011; Ventura et al., 2016	فقدان منابع مالی و عدم توجه به منابع مالی جایگزین برای توسعه برنامه‌های گردشگری و عدم توجه به توانایی بخش خصوصی در سرمایه گذاری و رغبت پایین این بخش به فعالیت در برنامه‌های توسعه گردشگری فرهنگی

منابع	نتایج
Kala and Bagri, 2018; Laomee, 2009; Nasing et al., 2014	نرخ پایین بازدید گردشگران از مناطق گردشگری و تعداد کم گردشگر، عدم حفاظت از آثار فرهنگی در روستاها، رغبت پایین روستاییان به مشارکت در پروژه‌های توسعه گردشگری روستایی و عدم توجه به معماری‌های خاص روستایی و عدم حفاظت از محیط زیست روستایی توسط روستاییان و جذاب نبودن روستاها
Breugel, 2013	عدم آگاهی از مزایای فعالیت‌های گردشگری، عدم وجود زیرساخت‌های اساسی در روستاها، عدم دسترسی به روستاهای دارای قابلیت توسعه گردشگری و نبود هماهنگی و تعامل بین سازمان‌های مختلف
Mustapha and Azman, 2013; Saufi et al., 2014)	پایین بودن اطلاعات مردم محلی از اهمیت و نقش گردشگری و انواع مختلف آن، بی‌توجهی به آموزش مردم محلی در زمینه برخورد با گردشگران، فقدان منابع مالی کافی برای ایجاد فعالیت‌های گردشگری توسط روستاییان، عدم اولویت بخش گردشگری فرهنگی روستاها در کارگزاری‌های گردشگری، عدم رغبت بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری
Bansal and Kumar, (2013)	عدم آگاهی مردم محلی از مزایای گردشگری فرهنگی و کمبود آموزش‌های لازم از طرف نهادهای دست‌اندرکار، نبود مشاوره و حمایت‌های دولتی از برنامه‌های گردشگری کمبود مکان‌های اقامتی برای گردشگران، نبود زیرساخت‌های اساسی گردشگری در روستاها، عدم وجود نظارت‌های دولتی بر پروژه‌های مختلف، عدم توجه به تبلیغات کافی در زمینه روستاهای گردشگری و نبود ساختار سازمانی رسمی در خصوص گردشگری فرهنگی. عدم هماهنگی بین نهادها، کمبود بودجه و عدم نظارت مؤثر
Kunjuraman and Hussin, 2017	فقدان آموزش‌های مؤثر برای افزایش آگاهی روستاییان از منافع توسعه گردشگری، نبود تبلیغات، فقدان سازوکارهای مشخص نهادی و دولتی در ارتباط با توسعه روستاها، نبود روحیه ریسک‌پذیری و کارآفرینی در فعالیت‌های غیرزراعی و واهمه از دست دادن ارزش‌های فرهنگی در بین روستاییان به دلیل تعامل با گردشگران و نبود امنیت گردشگران
Sood et al., 2017	فقدان آموزش‌های مؤثر برای افزایش آگاهی مردم محلی از مزایای گردشگری فرهنگی، رغبت پایین و نبود علاقه شخصی روستاییان برای مشارکت در برنامه‌های توسعه گردشگری، نبود تبلیغات در خصوص مناطق گردشگری، فقدان منابع مالی لازم، نبود امنیت، عدم دسترسی به مناطق گردشگری و نبود زیرساخت‌های اساسی، کمبود مکان‌های اسکان گردشگران، نبود جذابیت‌های معماری خانه‌های روستایی

مأخذ: یافته‌های پژوهش

در بررسی پیشینه پژوهش، مشاهده شد که عوامل گوناگون می‌توانند در عدم توسعه یافتگی گردشگری فرهنگی نقش داشته باشند که از آن میان، می‌توان به عواملی مانند ضعف زیرساخت‌ها، عدم آگاهی مردم محلی از مزایای گردشگری فرهنگی، نبود امنیت برای گردشگران، بی‌توجهی به آموزش مردم محلی در زمینه برخورد با گردشگران، نبود تبلیغات، عدم حمایت‌های دولتی، عدم حفاظت از آثار فرهنگی در روستاها، محدودیت‌های فرهنگی، ساختاری و عملیاتی در جامعه محلی برای مشارکت روستاییان در فعالیت‌های گردشگری و موانع فرهنگی (عدم حمایت از صنایع دستی و موسیقی محلی، کمبود تبلیغات در خصوص مناطق گردشگری، عدم پذیرش گردشگران توسط مردم محلی) و ... اشاره کرد. در هر کدام از مطالعات انجام‌شده، عوامل مختلف عدم توسعه گردشگری فرهنگی بیان شده و در واقع، از زوایای مختلف بدین موضوع مهم پرداخته شده است. در پژوهش حاضر نیز به دلیل اهمیت توسعه گردشگری فرهنگی در استان لرستان، با استفاده از رویکرد نظریه بنیانی، به بررسی عوامل مختلف مؤثر در عدم توسعه این نوع از گردشگری در روستاهای استان پرداخته شده است.

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر دارای رویکرد کیفی و روش منطقی توأم با کل‌نگری بوده و هدف آن شناسایی و در واقع، دسترسی به تصویری روشن از مشکلات و دلایل عدم توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان است. بدین منظور، از روش نظریه بنیانی استفاده شده است. نظریه بنیانی یک شیوه پژوهش کیفی است که از طریق آن، با بهره‌گیری از یک دسته داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. پس از بررسی انواع شیوه‌های نمونه‌گیری کیفی در پژوهش‌های مشابه مانند گولدینگ (Goulding, 2002)، روش نمونه‌گیری نظری برای پژوهش کنونی انتخاب شد. این روش نمونه‌گیری از نوع غیرتصادفی بوده و انتخاب نمونه‌های آن در راستای هدف پژوهش است. تحلیل‌گر داده‌ها در حین شکل‌گیری نظریه در خصوص انتخاب نمونه بعدی

تصمیم می‌گیرد تا زمانی که نظریه به شکل نهایی آن ارائه شود. در روش نظریه بنیانی، تعداد نمونه‌ها از پیش مشخص نیست و فرآیند نمونه‌گیری در حین تحلیل داده‌ها ادامه می‌یابد تا زمانی که نظریه به مرحله اشباع نظری دست یابد. جامعه آماری پژوهش حاضر دربرگیرنده کلیه افراد متخصص و خبره در زمینه گردشگری فرهنگی شامل کارشناسان سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، کارشناسان سازمان محیط زیست و کارشناسان سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری بود، بدین گونه که از کل ده شهرستان، انتخاب نمونه‌ها ابتدا از مرکز استان (شهرستان خرم‌آباد) شروع شد و پس از مشورت با هر کدام از کارشناسان، با توصیه آنها، کارشناسان بعدی انتخاب می‌شدند. بدین ترتیب، نمونه‌های انتخابی از شهرستان‌های خرم‌آباد (هفت نفر)، بروجرد (چهار نفر)، کوهدشت (سه نفر)، الیگودرز (سه نفر)، پلدختر (دو نفر) و دورود (یک نفر) بودند. در مطالعه حاضر، با بیست نفر مصاحبه شد که از مصاحبه نفر هفدهم به بعد، داده‌ها کاملاً تکراری و به اشباع نظری رسیده بود؛ اما برای اطمینان، مصاحبه تا نفر بیستم ادامه یافت. مصاحبه‌های عمیق با طرح سؤالاتی در مورد «اهمیت گردشگری فرهنگی در استان» آغاز می‌شد و دیگر پرسش‌ها بر اساس پاسخ‌های مصاحبه‌شونده طرح می‌شد.

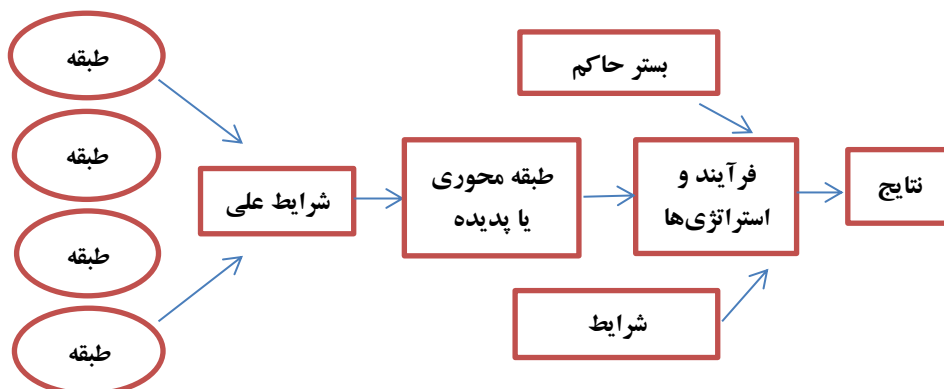
نظریه بنیانی

در روش نظریه بنیانی، یک نظریه از داده‌ها کشف و تولید می‌شود (Langellier, 2015; Wan et al., 2013; Wagoro, 2016). در واقع، نظریه بنیانی راهبردی برای ساخت نظریه در تحقیقات علوم اجتماعی به‌شمار می‌رود (Garson, 2012). روش نظریه بنیانی معمولاً به سه شیوه اجرا می‌شود: شیوه نظام‌مند، شیوه نوحاسته و شیوه سازاگرا. در تحقیق حاضر، برای تحلیل داده‌ها، از روش نظام‌مند استفاده شده است، که به کوربین و استراوس (Corbin and Strauss, 2014) نسبت داده می‌شود. این روش خود دارای سه مرحله اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است.

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در....

مرحله کدگذاری باز بلافاصله بعد از اولین مصاحبه انجام می شود. به دیگر سخن، پژوهشگر پس از هر مصاحبه شروع به پیدا کردن مفاهیم و انتخاب برجسته های مناسب برای آنها و ترکیب مفاهیم مرتبط می کند.

در مرحله کدگذاری محوری، پژوهشگر یکی از طبقه ها را به عنوان طبقه محوری انتخاب می کند و آن را به عنوان پدیده محوری در مرکز فرآیند مورد کاوش قرار داده و ارتباط سایر طبقه ها با آن را مشخص می کند. ارتباط سایر طبقه ها با طبقه محوری در پنج عنوان می تواند تحقق داشته باشد که در قالب شکل ۱، عبارت اند از: شرایط علی، راهبردها (کنش ها و تعاملات)، بستر حاکم، شرایط مداخله گر و پیامدها (Corbin and Strauss, 2014).



مأخذ: کرسول (Creswell, 2002)

شکل ۱- مدل پارادایمی کدگذاری محوری

کدگذاری انتخابی به فرآیند انتخاب مقوله محوری، پیوند نظام مند آن با دیگر مقوله ها، ارزش گذاری روابط آنها و درج مقوله هایی که نیاز به تأیید و توسعه بیشتر دارند، اشاره می کند (Danaeifard and Islami, 2010).

تحلیل داده ها

به منظور دستیابی به مدل میدانی به عنوان مشکلات و دلایل عدم توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان، اطلاعات میدانی گردآوری شده از کارشناسان و متخصصان بخش گردشگری در سازمان های میراث فرهنگی و گردشگری استان لرستان، اداره

کل محیط زیست و منابع طبیعی و اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان لرستان، با استفاده از رویکرد نظریه بنیانی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس این رویکرد، پس از جمع آوری اطلاعات از جامعه مورد مطالعه، به بررسی و تحلیل نوارهای ویدئویی ضبط شده، مصاحبه‌ها، عکس‌ها و دست‌نوشته‌ها پرداخته شد. پس از چندین بار مرور، موارد مشابه، نکات اضافه، زائد و بدون ارتباط با موضوع تحقیق حذف شدند و گویه‌های کلیدی در قالب کد و مفاهیم به دست آمد.

مرحله اول: کدگذاری باز

برای انجام کدگذاری باز، مصاحبه‌های خام به صورت خط به خط مطالعه و جملات اصلی استخراج و به هر کدام کدهایی با علامت A داده شد. با توجه به مجموع کدهای استخراجی، تعداد ۴۵ کد در ارتباط با چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در استان لرستان از مصاحبه‌های خام متخصصان این حوزه استخراج شد (جدول ۲).

جدول ۲- شمای کلی مفهوم‌سازی داده‌های پژوهش (کدگذاری باز)

کد مورد نظر	گویه‌های استخراج شده	ردیف
A1	نداشتن سرمایه کافی و دیوان‌سالاری پیچیده برای روستاییان علاقه‌مند به شرکت در فعالیت‌های گردشگری	۱
A2	نبود برنامه‌های آموزشی و فرهنگ‌سازی در بین روستاییان و گردشگران	۲
A3	نبود حمایت‌های دولتی از برنامه‌های گردشگری و عدم رغبت بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در این بخش	۳
A4	نبود برنامه‌های منسجم برای توسعه گردشگری فرهنگی	۴
A5	عدم شناخت کافی روستاییان از مزایای گردشگری روستایی	۵
A6	عدم وجود برنامه‌های مشخص و منسجم برای شناسایی روستاهای هدف گردشگری	۶
A7	عدم همکاری و هماهنگی بین سازمان‌های متولی مرتبط با بخش گردشگری در اجرای طرح‌های ارائه شده	۷
A8	ابلاغ راهبردهای توسعه گردشگری از سوی وزارتخانه و عدم هماهنگی برنامه‌های ابلاغ شده با توان‌های گردشگری استان	۸

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در.....

ردیف	گویه‌های استخراج شده	کد مورد نظر
۹	از بین رفتن فرهنگ بومی و سنتی در روستاها (لباس محلی، غذاهای محلی و جشن‌ها و رقص‌های محلی و ...)	A9
۱۰	عدم مشارکت روستاییان در فرآیند تصمیم‌گیری و پیاده‌سازی پروژه‌های گردشگری	A10
۱۱	نبود روحیه خودباوری و کارآفرینی در بین روستاییان برای شرکت در برنامه‌های گردشگری	A11
۱۲	نبود مکان اسکان برای گردشگران در روستاهای هدف گردشگری	A12
۱۳	نبود دفاتر گردشگری مرتبط با بخش گردشگری فرهنگی در استان	A13
۱۴	به تعویق افتادن پروژه‌ها به دلیل وجود قوانین و مقررات موازی	A14
۱۵	استقبال پایین جامعه روستایی از فعالیت‌های گردشگری روستایی	A15
۱۶	وجود قوانین و استعلامات مختلف و دست‌وپاگیر و در نتیجه، عدم رغبت سرمایه‌گذاران به همکاری در پروژه‌های گردشگری	A16
۱۷	تغییر کاربری و نبود معافیت‌های مالیاتی و پرداخت عوارض سنگین برای روستاییان	A17
۱۸	ضعف در محتوای برنامه‌های ملی و فرادست برای توسعه گردشگری استان	A18
۱۹	مخالفت و سنگ‌اندازی در بین مردم روستایی در ارتباط با پروژه‌های گردشگری	A19
۲۰	نگاه منفی گردشگران نسبت به نبود امنیت روانی در استان لرستان	A20
۲۱	نبود برنامه‌های آموزشی برای آشناسازی هرچه بیشتر سازمان‌های مرتبط با گردشگری به وظایف خود	A21
۲۲	نبود زیرساخت‌های مناسب در استان (شامل آب، برق، سرویس بهداشتی و ...)	A22
۲۳	نگاه تمسخرآمیز مسئولان به گردشگری روستایی و فرهنگی و نبود فرهنگ کارآفرینی در بین مدیران ارشد استان	A23
۲۴	نبود برنامه‌هایی برای شناسایی اشخاص توانمند و داوطلب در زمینه توسعه گردشگری فرهنگی در بین روستاییان	A24
۲۵	خلاقیت پایین روستاییان در تولید و عرضه صنایع دستی	A25
۲۶	تبدیل شدن روستا به شهر در اثر تأثیرات پدیده شهرنشینی	A26
۲۷	آشنا نبودن روستاییان با مزایا و منافع گردشگری فرهنگی	A27
۲۸	کمبود امکانات ارتباطی در روستاها (اینترنت، مخابرات و ...)	A28
۲۹	نبود معماری خاص و منحصر به فرد در ساخت مسکن روستایی	A29
۳۰	کمبود جذابیت روستاها برای ورود گردشگران	A30

ردیف	گویه‌های استخراج شده	کد مورد نظر
۳۱	وجود قوانین و مقررات موازی بین سازمان‌های مرتبط و در نتیجه، به تعویق افتادن پروژه‌های مربوط به گردشگری	A31
۳۲	مقاومت روستاییان نسبت به ورود افراد جدید به روستا	A32
۳۳	تمسخر افراد کارآفرین در زمینه گردشگری توسط روستاییان	A33
۳۴	خروج جوانان خلاق از روستاها	A34
۳۵	تک‌محصولی بودن فعالیت‌های کشاورزی در استان لرستان و نداشتن جذابیت برای گردشگران	A35
۳۶	عدم شناخت روستاییان از مزایای فعالیت‌های غیرزراعی و تأکید ویژه بر بخش کشاورزی	A36
۳۷	عدم دسترسی به روستاهای گردشگری به دلیل نبود راه‌های مناسب و مطمئن	A37
۳۸	نبود امکانات رفاهی مناسب برای گردشگران در مسیرهای گردشگری (رستوران، پارکینگ، جایگاه سوخت و ...)	A38
۳۹	عدم آموزش گردشگران در زمینه نوع برخورد و رفتار با جامعه محلی	A39
۴۰	کمبود فعالیت‌های کشاورزی مورد علاقه گردشگران در استان (سبزی‌کاری، باغبانی، پرورش دام و ...)	A40
۴۱	کمبود دوره‌های آموزشی برای ترویج گردشگری فرهنگی و متقاعدسازی روستاییان برای توسعه آن	A41
۴۲	کمبود راه‌های ارتباطی و مشکل در دسترسی به روستاهای خاص گردشگری روستایی	A42
۴۳	عدم ریسک‌پذیری مدیران برای توسعه فعالیت‌های مکمل بخش کشاورزی به‌ویژه گردشگری	A43
۴۴	نداشتن راهبرد کلی برای توسعه روستاها از جانب مدیران و برنامه‌ریزان ارشد استانی	A44
۴۵	ورود کم گردشگران به مناطق روستایی استان	A45

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مرحله دوم: کدگذاری محوری و شکل‌دهی طبقات

با توجه به قرابت معنایی و اشتراک مفهومی کدهای استخراج‌شده در مطالعه حاضر، تعداد هفت طبقه با عنوان «درک نامناسب و پذیرش پایین جامعه میزبان»، «بستر نامناسب خلاقیت و کارآفرینی در روستا»، «فقدان آموزش مناسب برای توسعه گردشگری»، «فقدان زیرساخت‌های ارتباطی و رفاهی»، «مدیریت ضعیف و راهبرد ناکارآ»، «افت جاذبه‌های مناطق گردشگری» و «چالش‌های نهادی و قانونی» استخراج شد (جدول ۳).

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در.....

جدول ۳- شمای کلی (خلاصه) نتایج کد گذاری محوری

کد مرتبط	خرده طبقات	طبقات گسترده
A36	عدم درک روستاییان از مزایای فعالیت های غیرزراعی به ویژه بخش گردشگری	
A27	عدم شناخت کافی روستاییان از مزایای گردشگری فرهنگی	
A15	استقبال پایین جامعه روستایی از فعالیت های گردشگری فرهنگی	
A10	عدم مشارکت روستاییان در فرآیند تصمیم گیری و پیاده سازی پروژه های گردشگری فرهنگی	پذیرش پایین جامعه میزبان و نگرانی های تغییر فرهنگی
A32	مقاومت و نگرش منفی روستاییان نسبت به ورود افراد بیرونی به روستا	
A19	مخالفت و سنگ اندازی در بین مردم روستایی در ارتباط با پروژه های گردشگری فرهنگی	
A26	ترس از تبدیل شدن فرهنگ روستا به فرهنگ شهری در اثر تأثیرات حضور گردشگران	
A34	مهاجرت جوانان خلاق و کارآفرین از روستا در اثر پدیده مهاجرت نبود روحیه کارآفرینی برای توسعه فعالیت های فرهنگی روستا از جمله آداب و رسوم کهن و جشن های مرسوم	
A11	تک محصولی بودن فعالیت های کشاورزی در استان لرستان و نداشتن جذابیت فرهنگی برای گردشگران	
A35	تمسخر افراد کارآفرین در زمینه فعالیت های گردشگری فرهنگی	فقدان خلاقیت و کارآفرینی در زمینه توان های فرهنگی روستا
A25	خلاقیت پایین روستاییان در تولید و عرضه صنایع دستی	
A29	نبود معماری خاص و منحصر به فرد در ساخت مسکن روستایی و کمبود جذابیت برای گردشگران	
A1	فقدان ایده برای استفاده از توان های فرهنگی روستا مانند غذاهای مختلف، لباس های مختلف و رقص محلی	
A39	عدم آموزش گردشگران در زمینه نوع برخورد و رفتار با فرهنگ جامعه محلی	فرهنگ سازی نامناسب برای توسعه گردشگری
A41	کمبود دوره های آموزشی برای ترویج گردشگری فرهنگی و متقاعد سازی روستاییان برای توسعه	

کد مرتبط	خرده‌طبقات	طبقات گسترده
A42	کمبود راه‌های ارتباطی و مشکل در دسترسی به روستاهای خاص گردشگری روستایی	فقدان زیرساخت‌های ارتباطی و رفاهی
A28	کمبود کمی و کیفی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در مناطق روستایی	
A13	نبود شرکت‌های خدماتی و مشاوره‌ای مرتبط با بخش گردشگری روستایی	
A38	کمبود امکانات رفاهی برای ارائه خدمات به گردشگران	
A12	نبود اقامتگاه بوم‌گردی در مناطق روستایی استان	مدیریت ضعیف و راهبرد ناکارآ
A23	نگرش منفی مسئولان به گردشگری فرهنگی و نبود فرهنگ کارآفرینی در بین مدیران ارشد	
A43	عدم ریسک‌پذیری مدیران برای توسعه فعالیت‌های مکمل بخش کشاورزی به ویژه گردشگری	
A44	نداشتن راهبرد کلی برای توسعه روستاها از جانب مدیران و برنامه‌ریزان ارشد استانی	
A20	نگرش منفی گردشگران نسبت به کمبود امنیت روانی در استان لرستان	افت جاذبه‌های گردشگری فرهنگی
A16	از دست رفتن جذابیت فرهنگی در روستاهای استان برای سرمایه‌گذاری	
A40	کاهش ورود گردشگران به مناطق روستایی استان	
A9	از بین رفتن بخش زیادی از فرهنگ بومی و سنتی طی چند دهه اخیر (لباس محلی، زبان، رقص‌های محلی و ...)	
A45	نرخ پایین بازدید گردشگران از مناطق روستایی استان	چالش‌های نهادی و قانونی
A8	عدم هماهنگی برنامه‌های ابلاغ‌شده از سوی وزارتخانه با توان‌های گردشگری استان	
A5	نبود برنامه‌های منسجم برای شناسایی و توسعه انواع مختلف گردشگری روستایی به فراخور توانایی هر روستا	
A31	وجود قوانین و مقررات موازی بین سازمان‌های مرتبط و در نتیجه، به تعویق افتادن پروژه‌های مربوط به گردشگری	
A17	نبود معافیت‌های مالیاتی برای روستاییان برای ترغیب به شرکت در فعالیت‌های گردشگری	چالش‌های نهادی و قانونی
A16	وجود قوانین و اطلاعات مختلف و دست‌وپاگیر و در نتیجه، عدم رغبت سرمایه‌گذاران به همکاری در پروژه‌های گردشگری	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

بستر حاکم شرایط علی



شکل ۲- مدل نهایی تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در مناطق روستایی استان لرستان بر مبنای مدل کوربین و اشتراوس

مرحله سوم: تشریح مدل پارادایم و کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی مرحله اصلی نظریه‌پردازی است که بر اساس نتایج دو مرحله قبلی کدگذاری، به تولید نظریه می‌پردازد، بدین ترتیب که مقوله محوری به شکلی نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده شده، آن روابط را اثبات پژوهشی کرده و طبقه‌هایی را که به بهبود و توسعه بیشتری نیاز دارند، اصلاح می‌کند؛ در واقع، سعی می‌شود که با کنار هم نهادن طبقه‌ها و بر اساس روابط بین آنها، یک تصویر ایجاد شود. فرآیند تولید نظریه می‌تواند به تدوین قضیه‌ها و ایده‌هایی آزمون‌پذیر برای اتخاذ پژوهش‌های عددی نیز بینجامد. چنان‌که در شکل ۲ دیده می‌شود، می‌توان این نظریه را در قالب دسته‌ای از فرضیه‌ها (اصلی و فرعی) نیز بیان کرد (Cassell and Johnson, 2006).

چرایی انتخاب طبقه محوری

در مطالعه حاضر، «فقدان خلاقیت و کارآفرینی در زمینه توان‌های فرهنگی روستا» به‌عنوان طبقه محوری انتخاب شد، زیرا نبود بستر مناسب برای کارآفرینی در زمینه توان‌های فرهنگی در روستا به مهاجرت جوانان و افراد کلیدی روستا و این روند مهاجرت نیز خود به ایجاد بسیاری دیگر از چالش‌ها می‌انجامد. این طبقه محوری تحت تأثیر شرایط علی پذیرش پایین جامعه میزبان و نگرانی‌های تغییر فرهنگی، بستر حاکم (شامل مدیریت ضعیف و فقدان فرهنگ‌سازی گردشگری) و چالش‌های قانونی و نهادی به‌عنوان شرایط مداخله‌گر است و نبود جذابیت فرهنگی در روستاهای استان برای سرمایه‌گذاری و به تبع آن، رغبت پایین سرمایه‌گذاران عامل اثرگذار به‌شمار می‌رود. این روش کدگذاری، که به اصطلاح «مدل پارادایم» کدگذاری محوری نامیده می‌شود، توسط کوربین و استراوس (Corbin and Strauss, 2014) ارائه شده است و بدین دلیل، بدان «محوری» گفته می‌شود که کدگذاری حول «محور» یک طبقه انجام می‌شود (Creswell, 2002)، چنان‌که در مصاحبه‌های کارشناسان هدف پژوهش حاضر نیز بدین موضوع اشاره شده است. برای نمونه، یکی از کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اظهار داشت که «در بین روستاییان خلاقیت برای توسعه و گسترش صنایع دستی بسیار اندک است و همچنین، سبک

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در.....

خانه‌ها در روستاها نیز معماری خاص روستایی را ندارند». این نتایج با یافته‌های برخی از پژوهش‌های پیشین (Bagri, 2010; Cole, 2006; Čopič et al., 2011; Gupta and Bhatt, 2009; Manyara and Jones, 2007; Marzuki et al., 2012; Oppio and Torrieri, 2016; Ventura et al., 2016) همخوانی دارد.

شرایط علی

در مطالعه حاضر، شرایط علی عبارت از «استقبال پایین جامعه میزبان از فعالیت‌های گردشگری فرهنگی و نگرانی‌های تغییر فرهنگی جامعه روستایی» است. جامعه روستایی، به دلیل نگرانی در مورد اینکه ورود گردشگران موجب تغییر هویت فرهنگی روستا شده و بسیاری از ارزش‌های فرهنگی روستا از بین برود، تمایل زیادی به پذیرش گردشگران نشان نمی‌دهد. برای نمونه، یکی از کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اظهار داشت که «روستاییان از لحاظ فرهنگی هنوز آمادگی پذیرش گردشگران را ندارند». کارشناس دیگری از همین سازمان نیز بیان کرد که «در روستاهای ما هنوز فرهنگ‌سازی نشده و روستاییان ارزش و اهمیت گردشگری را درک نکرده‌اند و با تمسخر با گردشگران برخورد می‌کنند». این نتایج با یافته‌های برخی از پژوهش‌های پیشین (Bansal and Kumar, 2013; Dehghanfard and Ghasemizad, 2017; Kala and Bagri, 2018; Laomee, 2009; Kasemsarn and Nickpour, 2017; Kim et al., 2014; Mousaei et al., 2012; Nasing et al., 2014; Saufi et al., 2014; Tosun, 2000) نیز تطابق دارد.

کنش‌ها و تعاملات

عدم توجه مسئولان به کیفیت فناوری ارتباطات و اطلاعات در روستاها و راه‌های ارتباطی روستاها و شرکت‌های خدماتی ریشه در بستر نامناسب خلاقیت و کارآفرینی در روستا دارد. «مهاجرت جوانان خلاق و کارآفرین» به دلیل کمبود راه‌های ارتباطی و دسترس به روستاها و کمبود کمی و کیفی فناوری اطلاعات و ارتباطات از پیامدهای نبود روحیه کارآفرینی در بین روستاییان برای توسعه فعالیت‌های مکمل بخش کشاورزی است. همچنین، این پیامدهای منفی، از یک سو، از مشکلات نهادی و قانونی و از سوی دیگر، از مدیریت ضعیف و راهبرد ناکارآ و

فقدان آموزش تأثیر می‌پذیرد. وجود قوانین و استعلامات مختلف و دست‌وپاگیر از سازمان‌های مربوط و نبود معافیت‌های مالیاتی سبب دلسردی روستاییان نسبت به کارآفرینی و شروع فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در روستاهای خود خواهد شد و در نتیجه، به دلیل نبود شغل مناسب در روستا برای بسیاری از روستاییان که زمین و آب کافی برای کشاورزی ندارند، به مهاجرت آنها خواهد انجامید و به تبع آن، ورود کم گردشگران به روستاهای هدف گردشگری فرهنگی در استان اتفاق خواهد افتاد؛ و در نتیجه، گردشگری فرهنگی در روستاهای استان توسعه نخواهد یافت. بنابراین، پیامد این طبقه نرخ پایین بازدید گردشگران از مناطق روستایی استان خواهد بود. برای نمونه، کارشناسی از سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری بیان کرد که «نبود زیرساخت‌ها و برنامه‌های منسجم برای گسترش زیرساخت‌های رفاهی از دلایل ورود کم گردشگران به استان مست». همچنین، کارشناس دیگری از سازمان محیط زیست بیان داشت که «نبود اقامتگاه‌های بوم‌گردی و نبود زیرساخت‌ها معضل بسیار مهمی در عدم توسعه گردشگری در روستاهاست». این بخش از نتایج پژوهش حاضر نیز با یافته‌های پاره‌ای از پژوهش‌های پیشین (Mousaei et al., 2012; Bagri, 2010; Dehghanfard and Ghasemizad, 2017; Gupta) and Bhatt, 2009; Breugel, 2013; Kasemsarn and Nickpour, 2017; Kunjuraman and Hussin, 2017; Yang and Wall., 2008) همخوانی دارد.

بستر حاکم

مدیریت ضعیف و فقدان فرهنگ‌سازی بستری است که بر نبود جذابیت در روستاهای استان و کمبود فعالیت‌های کشاورزی مورد علاقه گردشگران اثرگذار است. نبود فرهنگ کارآفرینی در بین مدیران ارشد استانی، نگرش منفی مدیران و سازمان‌ها نسبت به ورود گردشگران بیرونی، عدم ریسک‌پذیری مدیران برای توسعه فعالیت‌های مکمل بخش کشاورزی به‌ویژه گردشگری و عدم آموزش گردشگران در زمینه نوع برخورد و رفتار با جامعه محلی باعث ایجاد بستر نامناسب خلاقیت و ایجاد کارآفرینی در بین روستاییان خواهد شد. در واقع، نبود روحیه کارآفرینی در بین روستاییان به دلیل عدم ریسک‌پذیری مدیران نسبت به ایجاد

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در.....

فعالیت‌های کارآفرینانه مرتبط با گردشگری در روستاهاست که در نتیجه، باعث جذاب نبودن روستاهای استان برای گردشگران خواهد شد. بنابراین، برای دستیابی به توسعه گردشگری فرهنگی در روستاها، باید بستر حاکم که به مدیریت راهبردهای تدوین شده از سوی آنها برمی‌گردد، یک بستر مناسب و حمایت‌کننده باشد. برای نمونه، کارشناسی از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بیان کرد که «روستاییان هنوز در زمینه برخورد با گردشگران آموزش ندیده‌اند». کارشناس دیگری از همین سازمان بیان کرد که «مسئولان در استان اصلاً نگاهی به توسعه گردشگری روستایی ندارند»، «دید مسئولان مرتبط به گردشگری در روستاها منفی است و [مسئولان] نسبت به روستا دید منفی دارند» و «برنامه‌های منسجم برای توسعه گردشگری وجود ندارد». این نتایج هم با یافته‌های برخی پژوهش‌ها (Bagri, 2010; Mustapha and Azman, 2013; Gupta and Bhatt, 2009; Mousaei et al., 2012; Saufi et al., 2014; Sood et al., 2017) مطابقت دارد.

شرایط مداخله‌گر

مشکلات نهادی و قانونی باعث عدم رغبت روستاییان به مشارکت در پروژه‌های گردشگری و همچنین، عدم تمایل سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری فرهنگی در روستاها خواهد شد. افزون بر این، وجود قوانین و مقررات موازی بین سازمان‌ها باعث عدم هماهنگی بین آنها در اجرای به‌هنگام و بابرنامه پروژه‌ها خواهد شد که باعث نبود امکانات لازم برای توسعه روستاهای هدف گردشگری در استان خواهد شد و در واقع، به پیامدهای منفی «جذاب نبودن روستاها برای ورود گردشگران به استان» خواهد انجامید. برای نمونه، کارشناسی از سازمان گردشگری اظهار داشت که «ما بهترین توان‌ها را برای توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان داریم، ولی متأسفانه هر اداره و سازمانی نسبت به مدیریت روستاها احساس مالکیت دارد». کارشناس دیگری از همین سازمان بیان داشت که «وجود قوانین و مقررات موازی باعث به تعویق افتادن پروژه‌ها می‌شود و اعلام‌های مختلف و هزینه‌های سرمایه‌گذاری بالا باعث می‌شود که سرمایه‌گذار کلاً منصرف شود». این نتایج

پژوهش حاضر با یافته‌های پاره‌ای از پژوهش‌ها (Kunjuraman and Hussin, 2017; Yang and Wall, 2008; Sood et al., 2017) نیز تطابق دارد.

نتایج و پیامدها

برخی از طبقه‌ها بیانگر نتایج و پیامدهای اتخاذ راهبردها (کنش‌ها و تعاملات) است. نگرش منفی گردشگران نسبت به کمبود امنیت روانی و نرخ پایین بازدید گردشگران از مناطق روستایی استان به‌عنوان پیامد نهایی مدل انتخاب شد. این نگرش منفی و نرخ پایین بازدید گردشگران از جاذبه‌های گردشگری فرهنگی در روستاهای استان ناشی از افت جاذبه‌های مناطق گردشگری، بستر نامناسب خلاقیت و کارآفرینی در روستاها، مشکلات نهادی و قانونی و مدیریت ضعیف و راهبرد ناکارآ و فقدان آموزش بوده و همه این عوامل باعث شده است که مناطق روستایی در استان لرستان جذابیت لازم را برای توسعه گردشگری فرهنگی نداشته باشند. برای نمونه، یک کارشناس سازمان محیط زیست استان بیان داشت که «در روستاهای استان، امنیت روانی برای گردشگران بسیار کم است». همچنین، کارشناسی از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان بیان کرد که «متأسفانه در روستاهای ما، آداب و رسوم سنتی به فراموشی سپرده شده و حتی لباس و غذاهای محلی هم در بیشتر روستاها دیگر وجود ندارد». این نتایج پژوهش حاضر هم با یافته‌های برخی از پژوهش‌های مرتبط پیشین (Laomee, 2009; Kala and Bagri, 2018; Nasing et al., 2014) همخوانی دارد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های پژوهش حاضر با استفاده از نظریه بنیانی به‌منظور استخراج نظریه چرایی توسعه‌نیافتگی گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان از دیدگاه کارشناسان سه سازمان (سازمان گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی، اداره کل محیط زیست و اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان لرستان) مورد کنکاش قرار گرفت. همان‌گونه که مشاهده شد، در مدل یادشده، چرایی توسعه‌نیافتگی را باید در عواملی مانند مدیریت ضعیف و راهبرد

تحلیل چرایی توسعه نیافتگی گردشگری فرهنگی در....

ناکارآ و فقدان آموزش، درک نامناسب و پذیرش پایین جامعه میزبان، افت جاذبه‌های مناطق گردشگری، فقدان زیرساخت‌های ارتباطی و رفاهی، بستر نامناسب خلاقیت و کارآفرینی در روستا و مشکلات نهادی و قانونی جست‌وجو کرد. در واقع، باید بیان کرد که با توجه به وجود توان‌های قابل توجه در روستاهای استان برای توسعه گردشگری فرهنگی، مشکلات عدیده از جمله نبود حمایت‌های دولتی از طرف سازمان‌های دست‌اندرکار، نبود زیرساخت‌های اساسی و امکانات رفاهی در روستاها، نبود جذابیت در روستاها به دلیل عدم توجه مسئولان و رغبت نداشتن روستاییان به کارآفرینی در زمینه گردشگری فرهنگی به دلیل محدودیت‌های فرهنگی در روستاها و عدم آموزش روستاییان در زمینه برخورد با گردشگران، قوانین و مقررات دست‌وپاگیر و دیگر مشکلات وجود دارد. این عوامل باعث می‌شوند که علی‌رغم وجود توان‌های لازم، گردشگری فرهنگی آن‌گونه که باید در استان پیشرفت قابل توجه نداشته باشد. بنابراین، بر اساس نتایج تحقیق، برای رفع موانع و مشکلات توسعه گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه شده است:

- شناسایی افراد توانمند در روستاها در زمینه کارآفرینی در گردشگری به منظور افزایش علاقه و ترغیب دیگر روستاییان به مشارکت در پروژه‌های گردشگری؛
- ارائه خدمات اطلاعات گردشگری از طریق ایجاد تارنماهای تبلیغاتی به‌ویژه در زمینه توان‌های فرهنگی به گردشگران؛
- ارتقای آگاهی و اطلاعات روستاییان در زمینه‌های مختلف (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی) به‌منظور برخورد با گردشگران داخلی و خارجی از طریق ارائه آموزش‌های هدفمند (کارگاه‌های آموزشی در روستاها، آموزش در مدارس و...)
- مشارکت روستاییان در فرآیندهای تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی در ارتباط با برنامه‌های توسعه گردشگری فرهنگی؛
- فرهنگ‌سازی و آموزش نحوه برخورد گردشگران با هویت تاریخی و فرهنگ روستاییان؛
- ایجاد دفاتر و مراکز معین برای آموزش و توسعه گردشگری فرهنگی در استان؛

- ایجاد زیرساخت‌ها اساسی و امکانات رفاهی در روستاهای استان برای دسترسی آسان‌تر گردشگران؛ و
- احیای سبک زندگی روستایی و آداب و رسوم سنتی روستاها (لباس محلی، رقص‌ها و موسیقی محلی، غذاهای محلی و ...) از طریق ایجاد موزه‌های فرهنگ روستایی. در پایان، برای انجام پژوهش‌های آتی، پیشنهادهایی بدین شرح ارائه می‌شود:
- آینده‌نگاری گردشگری فرهنگی در استان لرستان بر مبنای سناریوهای مختلف؛ و
- ارزیابی پایداری گردشگری فرهنگی در روستاهای استان لرستان.

منابع

1. Ajzae-Shokouhi, M., Mafi, E., Ranjbar Dastanaei, M. and Ghanbari, M. (2014). The assessment and prioritization of natural waterfalls for ecotourism development (a case study of seven waterfalls in Lorestan province). *Biannual Journal of Urban Ecology Researches*, 5(10): 29-44. (Persian)
2. Akhoondnejad, A. (2016). Tourist loyalty to a local cultural event: the case of Turkmen handicrafts festival. *Tourism Management*, 52: 468-477.
3. Altunel, M.C. and Erkurt, B. (2015). Cultural tourism in Istanbul: the mediation effect of tourist experience and satisfaction on the relationship between involvement and recommendation intention. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(4): 213-221.
4. Armbrecht, J. (2014). Developing a scale for measuring the perceived value of cultural institutions. *Cultural Trends*, 23(4): 252-272.
5. Asadpourian, Z., Rahimian, M. and Gholamrezaei, S. (2017). Identification of suitable site for sustainable ecotourism in Lorestan province. MSc. Dissertation in Rural Development. (Persian)
6. Asadpourian, Z., Rahimian, M. and Gholamrezaei, S. (2019). Identification of criteria and assessment of the level of sustainable ecotourism development in tourism poles of Lorestan province. *Iranian Journal of Agricultural Economic and Development Research*, 50(3): 483-499. (Persian)
7. Bachleitner, R. and Zins, A.H. (1999). Cultural tourism in rural communities: the residents' perspective. *Journal of Business Research*, 44(3): 199-209.

8. Bagri, S.C. (2010). Identification and assessment of off-beat destination in Uttarakhand for community based ecotourism development and promotion. Deutsche Gesellschaft Fur Technische Zusammenarbeit (GTZ).
9. Bansal, S.P. and Kumar, J. (2013). Ecotourism for community development: a stakeholder's perspective in Great Himalayan National Park. In: *Creating a Sustainable Ecology Using Technology-Driven Solutions* (pp. 88-98): IGI Global.
10. Bianchini, F. and Parkinson, M. (1994). *Cultural policy and urban regeneration: the West European experience*. Manchester University Press.
11. Bond, N. and Falk, J. (2013). Tourism and identity-related motivations: Why am I here (and not there)? *International Journal of Tourism Research*, 15(5): 430-442.
12. Bonn, M.A, Joseph-Mathews, S.M, Dai, M., Hayes, S. and Cave, J. (2007). Heritage/cultural attraction atmospherics: creating the right environment for the heritage/cultural visitor. *Journal of Travel Research*, 45(3): 335-345.
13. Breugel, V.L. (2013). Community-based tourism: local participation and perceived impact: a comparative study between two communities in Thailand. Master Thesis. Nijmegen: Faculty of Social Sciences Radboud University.
14. Brooks, A.C. (2003). Public opinion and the role of government arts funding in Spain. *Journal of Comparative Policy Analysis*, 5(1): 29-38.
15. Cassell, C. and Johnson, P. (2006). Action research: explaining the diversity. *Human Relations*, 59(6): 783-814.
16. Chen, A., Peng, N. and Hung, K.P. (2015). Examining tourists' loyalty toward cultural quarters. *Annals of Tourism Research*, 51: 59-63.
17. Chen, C.-F. and Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1): 29-35.
18. Chou, M.C. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries?: A panel data analysis. *Economic Modelling*, 33: 226-232.
19. Cole, S. (2006). Information and empowerment: the keys to achieving sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6): 629-644.
20. Čopič, V., Uzelac, A., Primorac, J., Jelinčić, D.A., Srakar, A. and Žuvela, A. (2011). Encouraging private investment in the cultural sector. European Parliament: Directorate General for Internal Policies, Policy Department B: Structural and Cohesion Policies, Culture and Education.

21. Corbin, J. and Strauss, A. (2014). Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory. Sage Publications.
22. Creswell, J.W. (2002). Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative. Prentice Hall Upper Saddle River, NJ.
23. Cuccia, T., Guccio, C. and Rizzo, I. (2016). The effects of UNESCO World Heritage List inscription on tourism destinations performance in Italian regions. *Economic Modelling*, 53: 494-508.
24. Danaeifard, H. and Eslami, A. (2010). Application of grounded theory in practice: construction of organizational indifference theory. Tehran: Imam Sadegh University Publication, , First Edition, p. 112.
25. Dehghanfard, S. and Ghasemizad, A. (2017). Identifying Bushehr tourism development problems and offering solutions. *Journal of Tourism and Development*, 6(10): 178-194. (Persian)
26. Ebrahimzadeh, I., Yari, M. and Sabzi, B. (2012). An analysis of tourism planning and development in Lorestan province using SWOT strategic model. *Town and Country Planning*, 4(6): 101-124. (Persian)
27. Faizi, D. (2010). Strategic management: the keys to success in competitive markets. The First Edition. Semnan University Publication. (Persian)
28. Fodness, D. (1994). Measuring tourist motivation. *Annals of Tourism Research*, 21(3): 555-581.
29. Garson, D. (2012). Grounded theory. Statistical Associates Publishing, pp. 1-15. Available at <http://www.statisticalassociates.com>.
30. Gnoth, J. and Zins, A.H. (2013). Developing a tourism cultural contact scale. *Journal of Business Research*, 66(6): 738-744.
31. Goulding, C. (2002). Grounded theory: a practical guide for management, business and market researchers. Sage.
32. Gupta, S.K. and Bhatt, V.P. (2009). Community based tourism development: a case-study of eco village Sari in Kedarnath sanctuary region. *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 2(1): 135-147.
33. Hays, S., Page, S.J. and Buhalis, D. (2013). Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, 3(6): 211-239.
34. Herrero, L.C., Sanz, J.Á., Devesa, M., Bedate, A. and Del Barrio, M.J. (2006). The economic impact of cultural events: a case-study of Salamanca 2002, European Capital of Culture. *European Urban and Regional Studies*, 13(1):, 41-57.
35. Holcomb, B. (1999). Marketing cities for tourism. *The Tourist City*, 54.

36. Hou, J.S., Lin, C.H. and Morais, D.B. (2005). Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: the case of Hakka and non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 44(2): 221-233.
37. Hung, Kuang-peng, Peng, Norman and Chen, Annie. (2019). Incorporating on-site activity involvement and sense of belonging into the Mehrabian-Russell model–The experiential value of cultural tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 30, 43-52.
38. Iglesias, O., Singh, J.J., Casabayó, M., Hung, K.P., Chen, A.H., Peng, N., . . . Chou, C.I. (2011). Antecedents of luxury brand purchase intention. *Journal of Product and Brand Management*, 20(6): 457-467.
39. Jelinčić, D.A. and Senkić, M. (2017). Creating a heritage tourism experience: the power of the senses. *Etnološka tribina: Godišnjak Hrvatskog etnološkog društva*, 47(40). Available at <https://doi.org/10.15378/1848-9540.2017.40.03>.
40. Kala, D. and Bagri, S.C. (2018). Barriers to local community participation in tourism development: evidence from mountainous state Uttarakhand, India. *Turizam: međunarodni znanstveno-stručni časopis*, 66(3): 318-333.
41. Kale, S.H., McIntyre, Roger, P. and Weir, Katherine M. (1987). Marketing overseas tour packages to the youth segment: an empirical analysis. *Journal of Travel Research*, 25(4): 20-24.
42. Karpodini-Dimitriadi, E. (1999). Developing cultural tourism in Greece. *Tourism and Cultural Conflicts.*, pp. 113-127.
43. Kasemsarn, K. and Nickpour, F. (2017). Barriers and drivers in cultural tourism for five groups in Thailand. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 2(3): 1-20.
44. Kavoura, A. and Katsoni, V. (2013). From e-business to c-commerce: collaboration and network creation for an e-marketing tourism strategy. *Tourismos*, 8(3): 113-128.
45. Kay, P.L., Wong, E. and Polonsky, M.J. (2009). Marketing cultural attractions: understanding non-attendance and visitation barriers. *Marketing Intelligence and Planning*, 27(6). Available at <https://www.emerald.com/insight/publication/issn/0263-4503/vol/27/iss/6>.
46. Kim, K., Uysal, M. and Sirgy, M.J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36: 527-540.
47. Kim, S., Park, E. and Phandanouvong, T. (2014). Barriers to local residents' participation in community-based tourism: lessons from Houay Kaeng village in Laos. 4th International Conference on Tourism Research (4ICTR), Kota Kinabalu, Malaysia, Vol. 12. DOI: 10.1051/shsconf/20141201045

48. Kunjuraman, V. and Hussin, R.. (2017). Challenges of community-based homestay programme in Sabah, Malaysia: hopeful or hopeless? *Tourism Management Perspectives*, 21: 1-9.
49. Langdon, P., Clarkson, P.J. and Robinson, P. (2008). Designing inclusive futures. Springer Science and Business Media.
50. Langellier, A. (2015). The rhetoric of Ben Bernanke: a grounded theory approach. Senior Capstone Project for Andrew Langellier. Bryant University, Honors Thesis.
51. Laomee, B. (2009). Conservation and restoration of pulpits through the participation of Phu Thai people in Isan. Unpublished Doctoral Thesis, Mahasarakham University, Thailand.
52. Lewis, G.B. and Brooks, A.C. (2005). A question of morality: artists' values and public funding for the arts. *Public Administration Review*, 65(1): 8-17.
53. Lin, H., Fan, W. and Chau, P.Y.K. (2014). Determinants of users' continuance of social networking sites: a self-regulation perspective. *Information and Management*, 51(5): 595-603.
54. Madden, C. (2001). Using 'economic' impact studies in arts and cultural advocacy: a cautionary note. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 98(1): 161-178.
55. Madhoshi, M. and Naserpour, N. (2003). Assessing the obstacles to the development of the tourism industry in Lorestan province. *Business Research Journal*, 7(28): 25-58. (Persian)
56. Manyara, G. and Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: an exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6): 628-644.
57. Marzuki, A., Hay, I. and James, J. (2012). Public participation shortcomings in tourism planning: the case of the Langkawi Islands, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(4): 585-602.
58. Matheson, C.M., Rimmer, R. and Tinsley, R. (2014). Spiritual attitudes and visitor motivations at the Beltane Fire Festival, Edinburgh. *Tourism Management*, 44: 16-33.
59. McCarthy, J. (2006). Regeneration of cultural quarters: public art for place image or place identity? *Journal of Urban Design*, 11(2): 243-262.
60. Mousaei, M., Hashemi, S. and Ebrahimi, M. (2012). Sociological study of sustainable tourism development in Iran: barriers, challenges, strategies. *Journal of Social Sciences*, 6(16): 25-50. (Persian)
61. Mowforth, M. and Munt, I. (2015). Tourism and sustainability: development, globalisation and new tourism in the third world. Routledge.

62. Mustapha, N.A. and Azman, I. (2013). Barriers to community participation in tourism development in island destination. *Journal of Tourism, Hospitality and Culinary Arts (JTHCA)*, 5(1), 102-124.
63. Myerscough, J. (1988). The economic importance of the arts in Britain: Policy Studies Institute.
64. Nasing, Phra P.S., Rodhetbhai, C. and Keeratiburana, Y. (2014). A model for the management of cultural tourism at temples in Bangkok, Thailand. *Asian Culture and History*, 6(2): 242.
65. Oppio, A. and Torrieri, F. (2016). Supporting public-private partnership for economic and financial feasibility of urban development. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223: 62-68.
66. Pappalespore, I., Maitland, R. and Smith, A. (2014). Prosuming creative urban areas: evidence from East London. *Annals of Tourism Research*, 44,: 227-240.
67. Reisinger, Y. and Mavondo, F. (2002). Determinants of youth travel markets' perceptions of tourism destinations. *Tourism Analysis*, 7(1): 55-66.
68. Richards, G. (2001). The development of cultural tourism in Europe. *Cultural Attractions and European Tourism*, 28: 3-30.
69. Richards, G. (2007). Cultural tourism: global and local perspectives: Psychology Press.
70. Richards, G. (2018). Cultural tourism: a review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36: 12-21.
71. Russo, A.P and Van Der Borg, J. (2002). Planning considerations for cultural tourism: a case study of four European cities. *Tourism Management*, 23(6): 631-637.
72. Saufi, A., O'Brien, D. and Wilkins, H. (2014). Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5): 801-820.
73. Shukla, P. and Purani, K. (2012). Comparing the importance of luxury value perceptions in cross-national contexts. *Journal of Business Research*, 65(10): 1417-1424.
74. Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5): 361-365.
75. Sood, J., Lynch, P. and Anastasiadou, C. (2017). Community non-participation in homestays in Kullu, Himachal Pradesh, India. *Tourism Management*, 60: 332-347.
76. Stoddard, J., Davé, D., Evans, M. and Clopton, S.W. (2006). Economic impact of the arts in a small US county. *Tourism Economics*, 12(1): 101-121.

77. Stylianou-Lambert, T. (2011). Gazing from home: cultural tourism and art museums. *Annals of Tourism Research*, 38(2): 403-421.
78. Throsby, D. (2008). The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, 17(3): 147-164.
79. Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6): 613-633.
80. UNESCO (2003). Baltic cultural tourism policy paper. Estonian, Latvian and Lithuanian National Commissions for UNESCO. Available at <http://unesco.it>.
81. UNWTO (2015). Affiliate members global reports (Vol. 12): Cultural routes and itineraries. Madrid: United Nations World Trade Organization (UNWTO).
82. UNWTO (2016). UNWTO annual report 2015. Madrid: United Nations World Trade Organization (UNWTO).
83. Ventura, C., Cassalia, G. and Della Spina, L. (2016). New models of public-private partnership in cultural heritage sector: sponsorships between models and traps. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 223: 257-264.
84. Wagoro, M.C.A. (2016). A grounded theory of the Kenya human interaction model for mental health nursing practice. University of Cape Town.
85. Wan, J., Liang, L. and Wan, D. (2013). Research on risk factors of ICT commercialization with grounded theory. *JCP*, 8(9): 2356-2365.
86. Wang, Y. and Bramwell, B.. (2012). Heritage protection and tourism development priorities in Hangzhou, China: a political economy and governance perspective. *Tourism Management*, 33(4): 988-998.
87. Wansborough, M. and Mageean, A. (2000). The role of urban design in cultural regeneration. *Journal of Urban Design*, 5(2): 181-197.
88. Webster, C. and Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism stimulate economic growth in more competitive destinations? *Tourism Management*, 40: 137-140.
89. Yang, L. and Wall, G. (2008). The evolution and status of tourism planning: Xishuangbanna, Yunnan, China. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 5(2): 165-182.