

## تحلیل پیشران‌های کلیدی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری روستایی با تأکید بر اثرگذاری و عدم‌قطعیت‌های آینده: مطالعه موردی شهرستان طر‌قه‌شاندیز<sup>۱</sup>

تکتم سربرقی مقدم (دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

t66moghaddam@gmail.com

مریم قاسمی<sup>۲</sup> (دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

m\_ghasemi142@yahoo.com

خلدیجه بوزرجمهری (دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

azar1334@gmail.com

### چکیده

رشد فزاینده گردشگری روستایی، در کنار تشدید پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی ناشی از گردشگری انبوه، ضرورت گذار از رویکردهای صرفاً اقتصادی به الگوهای مبتنی بر اخلاق، پایداری و مسئولیت‌پذیری را بیش از گذشته آشکار ساخته است. با وجود گسترش ادبیات گردشگری پایدار، شناخت پیشران‌های راهبردی و عدم‌قطعیت‌های آینده مؤثر بر توسعه اخلاق‌مدار گردشگری روستایی، به‌ویژه در مقاصد روستایی، همچنان با خلأ پژوهشی مواجه است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل پیشران‌های کلیدی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در شهرستان طر‌قه‌شاندیز و اولویت‌بندی آن‌ها بر اساس میزان اثرگذاری و عدم‌قطعیت‌های آینده انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی-توسعه‌ای و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی با رویکرد آینده‌پژوهی است. جامعه پژوهش را ۳۰ نفر از خبرگان حوزه گردشگری روستایی تشکیل دادند که با روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند. شناسایی عوامل مؤثر بر پایه چارچوب PESTEL و در سه سطح محلی، ملی و بین‌المللی انجام گرفت. در گام نخست، ۵۶ عامل شناسایی و پس از ارزیابی خبرگان، ۱۸ پیشران کلیدی استخراج شد. نتایج نشان داد که «ظرفیت تحمل اکولوژیکی مقصد» (۴،۹۰)، «پیوند اقتصاد محلی با اصول اخلاق گردشگری» (۴،۸۳) و «فقدان ضمانت‌های اجرایی سیاست‌ها» (۴،۷۷) مهم‌ترین پیشران‌های اثرگذار بر آینده گردشگری اخلاق‌مدار هستند. همچنین، در میان سطوح تحلیل سطح محلی با میانگین اثرگذاری ۴،۵۴ بیشترین نقش را در شکل‌دهی آینده گردشگری اخلاق‌مدار ایفا می‌کند، در حالی که سطح ملی با میانگین عدم‌قطعیت ۳،۹۶ بیشترین ابهام و ناپایداری را در مسیر تحقق این الگو نشان می‌دهد. یافته‌ها بیانگر آن است که آینده گردشگری اخلاق‌مدار نه صرفاً به حفاظت محیط‌زیست یا رعایت اصول اخلاقی، بلکه به هم‌افزایی میان حکمرانی کارآمد، توانمندسازی جامعه محلی، مسئولیت‌پذیری ذی‌نفعان، تاب‌آوری اکولوژیکی و انسجام سیاستی در سطوح مختلف وابسته است. از این‌رو، توسعه اخلاق‌مدار گردشگری روستایی مستلزم اتخاذ رویکردی چندسطحی و آینده‌نگر است که بتواند هم‌زمان ظرفیت‌های محلی را تقویت کرده، عدم‌قطعیت‌های سیاستی را مدیریت کند و مقاصد روستایی را با استانداردهای جهانی اخلاق گردشگری و الزامات توسعه پایدار همسو سازد.

کلیدواژه‌ها: توسعه اخلاق‌مدار، گردشگری روستایی، تحلیل پیشران‌ها، عدم‌قطعیت‌های آینده، شهرستان طر‌قه‌شاندیز.

گردشگری به عنوان یکی از پویاترین و پردرآمدترین صنایع جهان، نقش فزاینده‌ای در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق مختلف ایفا می‌کند (Christou & Sharpley, 2019:39). با این حال، ماهیت پیچیده و چندوجهی آن، فعالیت را رقم زده است که می‌تواند اثرات عمیق و گاه متضادی بر محیط‌زیست، فرهنگ و اقتصاد جوامع میزبان بر جای بگذارد؛ از جمله تعارضات فرهنگی، جابه‌جایی‌های اجباری، شرایط کاری نامناسب، استثمار زنان، بهره‌کشی جنسی از کودکان در گردشگری، و آسیب‌های زیست‌محیطی و... (Fennell, 2006:12). با توجه به رشد شتابان گردشگری، تنوع و بزرگی آن، پتانسیل این صنعت برای بروز تخلفات غیراخلاقی قابل توجه است (Cruise & Fennell, 1988:454). از این رو، یکی از چالش‌های فزاینده در قرن بیست و یکم، اتخاذ موضعی اخلاقی است که دانش گردشگری را فراتر از پارادایم عینیت و تفکر مرزی سوق دهد و به ایجاد پلتفرمی متفکرانه‌تر، انعکاسی‌تر و پایدارتر کمک کند. این چالش‌ها نشان می‌دهد که راهکارهای صرفاً مدیریتی یا اقتصادی برای پاسخگویی به مسائل گردشگری کافی نیستند و بازاندیشی در بنیان‌های ارزشی و هنجاری توسعه گردشگری ضروری به نظر می‌رسد.

در همین راستا طی سال‌های اخیر، ادبیات گردشگری شاهد گذار تدریجی از رویکردهای متعارف توسعه پایدار به سوی پارادایم‌های هنجاری‌تر و ارزش‌محور بوده است. اگرچه گردشگری پایدار با تأکید بر تعادل میان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی، نقش مهمی در اصلاح پیامدهای گردشگری انبوه ایفا کرده است، اما بسیاری از پژوهشگران معتقدند که این رویکرد به دلیل غلبه نگاه ابزاری و مدیریتی، در تبیین پرسش‌های بنیادین مربوط به عدالت، مسئولیت‌پذیری، کرامت انسانی، حقوق جوامع محلی و تعهدات بین‌نسلی با محدودیت‌هایی مواجه است (Becker, 2012:10; Fennell, 2019:122). در پاسخ به این کاستی‌ها، مفهوم «توسعه اخلاق مدار گردشگری» به تدریج به عنوان پارادایمی نوظهور در مطالعات گردشگری مطرح شده است؛ پارادایمی که اخلاق را نه به عنوان مکمل توسعه، بلکه به عنوان بنیان معرفت‌شناختی و هنجاری برنامه‌ریزی، حکمرانی و مدیریت مقصدهای گردشگری در نظر می‌گیرد. در این چارچوب، موفقیت گردشگری تنها با رشد اقتصادی یا حتی تحقق شاخص‌های متعارف پایداری سنجیده نمی‌شود، بلکه بر مبنای عدالت توزیعی، حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی، مشارکت واقعی ذی‌نفعان، احترام به کرامت انسان و سایر موجودات، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حفظ حقوق نسل‌های آینده ارزیابی می‌شود (Fennell, 2020:4; Grimwood et al., 2018:2). از این منظر، گردشگری اخلاق‌مدار صرفاً مجموعه‌ای از توصیه‌های اخلاقی برای رفتار گردشگران یا فعالان صنعت نیست، بلکه چارچوبی تحول‌آفرین برای بازاندیشی در منطق توسعه گردشگری به شمار می‌رود؛ چارچوبی که می‌کوشد روابط میان اقتصاد، جامعه، فرهنگ و محیط‌زیست را بر پایه ارزش‌های اخلاقی و حکمرانی مسئولانه بازتعریف کند. بنابراین، گذار از گردشگری پایدار به گردشگری اخلاق‌مدار را می‌توان نه تغییری در ابزارهای مدیریت، بلکه تغییری پارادایمی در فلسفه توسعه گردشگری دانست؛ تغییری که در آن اخلاق، اصل سازمان‌دهنده تصمیم‌گیری و معیار ارزیابی موفقیت مقصدهای گردشگری محسوب می‌شود.

با وجود رشد قابل‌توجه ادبیات اخلاق در گردشگری، گردشگری اخلاق‌مدار هنوز عمدتاً به عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌ها و اصول اخلاقی مورد بحث قرار گرفته و کمتر به مثابه یک پارادایم تحول‌آفرین برای حکمرانی و برنامه‌ریزی مقصدهای گردشگری مفهوم‌سازی شده است. افزون بر این، تعامل میان نیروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه،

زیست‌محیطی و حقوقی در شکل‌دهی آینده این پارادایم، به‌ویژه در مقاصد گردشگری روستایی، همچنان به‌صورت نظام‌مند بررسی نشده است. این کاستی در شرایطی اهمیت بیشتری می‌یابد که آینده گردشگری با عدم قطعیت‌های فزاینده‌ای همچون تغییرات اقلیمی، تحولات فناورانه، دگرگونی ارزش‌های اجتماعی، تغییر الگوهای حکمرانی و بحران‌های جهانی مواجه است؛ عواملی که برنامه‌ریزی خطی و مبتنی بر روندهای گذشته را با محدودیت‌های جدی روبه‌رو ساخته‌اند (Yeoman & McMahon-Beattie, 2022; Gössling & Hall, 2023:172). از این‌رو، آینده‌پژوهی با تمرکز بر شناسایی پیشران‌ها، تحلیل تعاملات میان آن‌ها و مدیریت عدم قطعیت‌ها، چارچوبی مناسب برای تبیین مسیرهای محتمل تحول گردشگری اخلاق‌مدار فراهم می‌آورد. بر این اساس، خلأ اصلی ادبیات را می‌توان در سه محور خلاصه کرد: نخست، فقدان مفهوم‌سازی گردشگری اخلاق‌مدار به‌عنوان یک پارادایم حکمرانی مقصد؛ دوم، نبود تحلیل یکپارچه از پیشران‌های چندسطحی مؤثر بر آینده این پارادایم؛ و سوم، کمبود مطالعات آینده‌پژوهانه درباره نقش عدم قطعیت‌های راهبردی در توسعه اخلاق‌مدار گردشگری، به‌ویژه در مقاصد روستایی. پژوهش حاضر در پاسخ به این خلأها، با بهره‌گیری از رویکرد آینده‌پژوهی و چارچوب تحلیل محیطی PESTEL، به شناسایی و تحلیل پیشران‌های کلیدی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی می‌پردازد.

در شهرستان طرقبه‌شاندیز، که از مهم‌ترین مقصدهای گردشگری استان خراسان رضوی به‌شمار می‌رود، اهمیت این موضوع بیشتر آشکار می‌شود. این شهرستان به دلیل برخورداری از جاذبه‌های طبیعی و روستایی، مجاورت با کلان‌شهر مشهد و وابستگی بخشی از فعالیت‌های اقتصادی و معیشتی آن به گردشگری، زمینه مناسبی برای مطالعه چالش‌های گذار به گردشگری اخلاق‌مدار فراهم می‌کند. در سال‌های اخیر، گسترش فعالیت‌های اقتصادی و گردشگری در برخی روستاهای شهرستان با پیامدها و چالش‌هایی در ابعاد محیطی، کالبدی، اقتصادی و اجتماعی همراه بوده است. مطالعات انجام‌شده در محدوده طرقبه‌شاندیز، از جمله به مسائل مرتبط با کیفیت محیطی فضاهای عمومی روستاهای مقصد گردشگری و ضرورت توجه به کیفیت محیط مقصد اشاره کرده‌اند (فعال جلالی و قاسمی، ۱۴۰۰: ۲۷؛ یاراحمدی و همکاران، ۱۴۰۴: ۱۱). همچنین، برخی مطالعات درباره جوامع میزبان گردشگری بر احتمال بروز تغییر در ارزش‌ها و هنجارهای محلی و شکل‌گیری تنش‌های اجتماعی میان جامعه میزبان و گردشگران تأکید کرده‌اند (صادقی و قائدامینی، ۱۳۹۹: ۲۷۱). از این منظر، پیامدهای احتمالی توسعه گردشگری در حوزه‌هایی همچون کیفیت محیط، حفاظت از میراث فرهنگی، کاربری زمین، ازدحام و روابط اجتماعی، ضرورت توجه هم‌زمان به منافع اقتصادی گردشگری و پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و محیطی آن را برجسته می‌سازد.

با توجه به نقش پررنگ طبیعت‌گردی و اکوتوریسم در ساختار گردشگری شهرستان، توجه به ابعاد اخلاقی این نوع گردشگری نیز اهمیت ویژه‌ای دارد. (Fennell, 2019: 10) با رویکردی انتقادی به اخلاق در گردشگری و اکوتوریسم، نشان می‌دهد که در صورت غلبه منطق سودآوری و ضعف مسئولیت‌پذیری ذی‌نفعان، منافع اقتصادی گردشگری ممکن است بر پیامدهای منفی آن برای محیط، فرهنگ و منابع محلی غلبه کند. بنابراین، مسئله در شهرستان طرقبه‌شاندیز صرفاً توسعه یا افزایش فعالیت گردشگری نیست، بلکه چگونگی هدایت این فعالیت‌ها به گونه‌ای است که میان منافع اقتصادی، رفاه جامعه میزبان، حفاظت از فرهنگ و میراث محلی و صیانت از محیط‌زیست تعادل برقرار شود. از این منظر، شناسایی پیشران‌های مؤثر بر گذار به گردشگری اخلاق‌مدار می‌تواند مبنایی برای شناخت نیروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی،

فناورانه، محیطی و قانونی مؤثر بر آینده گردشگری شهرستان و طراحی سیاست‌های متناسب با شرایط مقصد فراهم آورد.

نوآوری اصلی پژوهش در آن است که گردشگری اخلاق‌مدار را نه صرفاً به‌عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی، بلکه به‌عنوان یک پارادایم نوظهور در حکمرانی و برنامه‌ریزی مقصد مفهوم‌سازی می‌کند و با تلفیق رویکرد آینده‌پژوهی و چارچوب تحلیل محیطی PESTEL، پیشران‌های کلیدی و عدم قطعیت‌های راهبردی مؤثر بر آینده توسعه اخلاق‌مدار گردشگری را در سه سطح محلی، ملی و بین‌المللی شناسایی و تحلیل می‌کند. این رویکرد، ضمن توسعه ادبیات نظری گردشگری اخلاق‌مدار، می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری و حکمرانی مقصدهای روستایی در شرایط پیچیده و متحول آینده فراهم آورد. با توجه به آنچه ذکر شد سوال پژوهش به این صورت ارائه می‌گردد: «کدام پیشران‌های محیطی در سطوح مختلف فضایی، بیشترین اهمیت را در شکل‌دهی مسیر توسعه اخلاق‌مدار گردشگری دارند؟»

## ۲. پیشینه تجربی و مبانی نظری پژوهش

**پیشینه تجربی پژوهش:** مطالعات اولیه اخلاق گردشگری عمدتاً بر تبیین مبانی هنجاری رفتار گردشگران و کنشگران صنعت گردشگری متمرکز بودند (Smith & Duffy, 2003; Fennell, 2015). با این حال، در دهه اخیر دامنه این مفهوم از سطح رفتار فردی فراتر رفته و موضوعاتی همچون عدالت، حکمرانی، مسئولیت‌پذیری ذی‌نفعان، پایداری و حقوق نسل‌های آینده را نیز دربرگرفته است (Jamal, 2019; Jamal, 2021). با وجود این تحول، هنوز کمتر پژوهشی اخلاق را به‌عنوان چارچوبی برای تحلیل آینده مقصدهای گردشگری مفهوم‌سازی کرده است.

لذا مطالعات اخلاق در گردشگری طی دو دهه گذشته از یک حوزه محدود و عمدتاً هنجاری به یکی از جریان‌های مهم پژوهش در مطالعات گردشگری تبدیل شده است. در نخستین موج این مطالعات، تمرکز اصلی بر تبیین مبانی فلسفی و اخلاقی رفتار گردشگران و فعالان صنعت گردشگری بود. در این راستا، اسمیت و دافی<sup>۱</sup> (۲۰۰۳) با بهره‌گیری از نظریه‌های اخلاقی همچون فایده‌گرایی، اخلاق وظیفه‌گرا و اخلاق مراقبت، نشان دادند که بسیاری از تعارضات گردشگری را نمی‌توان صرفاً با ابزارهای اقتصادی یا مدیریتی تحلیل کرد، بلکه نیازمند چارچوب‌های اخلاقی هستند. در ادامه، مک‌بث<sup>۲</sup> (۲۰۰۵) با معرفی «سکوی ششم» در مطالعات گردشگری، استدلال کرد که آینده گردشگری مستلزم گذار از پارادایم‌های اثبات‌گرایانه<sup>۳</sup> به سوی پارادایمی اخلاق‌محور است که در آن ارزش‌هایی نظیر عدالت، مسئولیت‌پذیری، آزادی، مشارکت و حفاظت از محیط‌زیست مبنای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی قرار گیرند. همچنین فنل<sup>۴</sup> (۲۰۱۵، ۲۰۱۹) اخلاق را نه صرفاً مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های رفتاری، بلکه رویکردی جایگزین برای فهم معضلات پیچیده صنعت گردشگری معرفی می‌کند که می‌تواند میان منافع اقتصادی، مسئولیت اجتماعی و حفاظت از محیط‌زیست تعادل برقرار سازد.

در سال‌های اخیر، ادبیات گردشگری از تمرکز صرف بر اخلاق فردی و رفتار گردشگران فراتر رفته و به سمت

1. Smith & Duffy

2. Macbeth

3. Positivist Paradigms

4. Fennell

مفهوم‌سازی اخلاق در قالب حکمرانی، عدالت و پایداری حرکت کرده است. در این چارچوب، جمال<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۱) نشان می‌دهند که مباحثی همچون عدالت اجتماعی، برابری، شمول، حقوق جوامع محلی، عدالت پسانسانی، رفاه حیوانات و مشارکت ذی‌نفعان به مؤلفه‌های جدایی‌ناپذیر اخلاق گردشگری تبدیل شده‌اند. همسو با این تحول، پژوهش دانگی و پتریک<sup>۲</sup> (۲۰۲۱) نشان می‌دهد که ادبیات گردشگری پایدار و گردشگری جامعه‌محور هنوز به اندازه کافی به مؤلفه‌هایی نظیر عدالت، اخلاق و برابری در نظام حکمرانی مقصد توجه نکرده است و ادغام این مفاهیم می‌تواند بنیان نظری جدیدی برای توسعه پایدار مقصدهای گردشگری فراهم آورد.

هم‌زمان، مطالعات جدید در حوزه حکمرانی گردشگری روستایی نشان می‌دهد که توسعه پایدار مقصدهای روستایی بیش از هر زمان دیگری به سازوکارهای مشارکتی، عدالت نهادی و مدیریت منابع مشترک وابسته است. مرور نظام‌مند والدراما و پولانکو<sup>۳</sup> (۲۰۲۴) نشان می‌دهد که حکمرانی مشارکتی به مهم‌ترین سازوکار میانجی میان توسعه گردشگری روستایی و توسعه پایدار سرزمین تبدیل شده است، اما هنوز سازوکارهای تصمیم‌گیری اخلاق‌محور و نقش ارزش‌های هنجاری در این فرایند به اندازه کافی تبیین نشده‌اند.

در ادبیات داخلی نیز اگرچه پژوهش‌های متعددی به رابطه اخلاق و گردشگری پرداخته‌اند، اما عمدتاً بر سنجش رفتار اخلاقی گردشگران، کدهای اخلاقی، اخلاق محیط‌زیستی، گردشگری سبز یا نقش اخلاق در تحقق توسعه پایدار تمرکز داشته‌اند. برای مثال، تاج‌آبادی و اردیبهشت (۱۳۹۶) اثر مثبت اخلاق‌محوری بر ابعاد توسعه پایدار را نشان داده‌اند؛ رحمانی تیرکلایی (۱۳۹۹) نقش اخلاق را در کاهش آلودگی اجتماعی و تقویت حفاظت از محیط‌زیست تبیین کرده است؛ ناصری (۱۳۹۸) رابطه اخلاق فردی، گروهی و محیطی را با گردشگری سبز بررسی نموده و شیخی و پاژکی (۱۳۹۷) و قاسمیان (۱۳۹۷) نیز بر اهمیت پایداری گردشگران به اصول اخلاقی و کدهای اخلاق گردشگری تأکید کرده‌اند. با وجود ارزش علمی این مطالعات، تمرکز آن‌ها عمدتاً بر پیامدهای اخلاق یا رفتار گردشگران بوده و کمتر به نیروهای ساختاری و آینده‌ساز مؤثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری پرداخته‌اند.

از سوی دیگر، ادبیات جدید گردشگری روستایی نشان می‌دهد که فشارهای ناشی از گردشگری انبوه، تغییرات اقلیمی، تحول الگوهای مصرف، گسترش فناوری‌های دیجیتال و تغییر ساختارهای حکمرانی، آینده مقصدهای روستایی را با عدم قطعیت‌های فزاینده روبه‌رو ساخته است. مرور نظام‌مند مطالعات اخیر نشان می‌دهد که پایداری آینده گردشگری روستایی بیش از گذشته به مشارکت جوامع محلی، حکمرانی محیط‌زیستی، حفاظت از سرمایه‌های طبیعی و سازگاری با تغییرات آینده وابسته است و صرف اتکا به رویکردهای سنتی برنامه‌ریزی دیگر پاسخگوی پیچیدگی‌های مقصدهای گردشگری نیست. اگرچه پژوهش‌های انجام‌شده نقش مهمی در شناسایی نیروهای محرک توسعه گردشگری روستایی داشته‌اند، اما سه خلأ اساسی همچنان پابرجا است. نخست، اخلاق در گردشگری عمدتاً به‌عنوان یک مفهوم هنجاری یا رفتاری بررسی شده و کمتر به‌عنوان یک پارادایم حکمرانی مقصد مفهوم‌سازی شده است. دوم، مطالعات موجود غالباً هر یک از عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی یا زیست‌محیطی را به‌صورت منفرد بررسی کرده‌اند و تعامل نظام‌مند پیشران‌های چندسطحی مؤثر بر آینده گردشگری اخلاق‌مدار کمتر مورد توجه قرار گرفته است. سوم، با وجود

<sup>1</sup> . Jamal

<sup>2</sup> . Dangi & Petrick

<sup>3</sup> . Valderrama & Polanco

گسترش مطالعات آینده‌پژوهی در حوزه گردشگری، کاربرد این رویکرد در تحلیل آینده گردشگری اخلاق‌مدار، به‌ویژه در مقصدهای روستایی همچنان بسیار محدود است. لذا پژوهش حاضر می‌کوشد این سه خلأ را به‌صورت هم‌زمان پوشش دهد.

**مبانی نظری:** ذیل عناوین زیر بررسی می‌گردد.

**الف- تکامل مفهومی گردشگری اخلاق‌مدار<sup>۱</sup>:** گردشگری طی دهه‌های اخیر از یک فعالیت صرفاً اقتصادی به پدیده‌ای اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی با پیامدهای گسترده تبدیل شده است. اگرچه رویکرد گردشگری پایدار با هدف ایجاد تعادل میان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی شکل گرفت، اما بسیاری از پژوهشگران معتقدند این رویکرد، به دلیل غلبه نگاه مدیریتی، در پاسخگویی به مسائل بنیادینی همچون عدالت، مسئولیت‌پذیری، کرامت انسانی و حقوق جوامع محلی با محدودیت‌هایی روبه‌رو است (Becker, 2012; Fennell, 2019:117). در پاسخ به این کاستی‌ها، مفهوم گردشگری اخلاق‌مدار به‌عنوان پارادایمی نو ظهور مطرح شده است که اخلاق را نه یک اصل مکمل، بلکه بنیان هنجاری برنامه‌ریزی و مدیریت مقصدهای گردشگری می‌داند (Fennell, 2020:2). در این رویکرد، موفقیت گردشگری براساس عدالت توزیعی، مشارکت ذی‌نفعان، حفاظت از سرمایه‌های طبیعی و فرهنگی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و حفظ حقوق نسل‌های آینده ارزیابی می‌شود (Jamal et al., 2021:144). در همین راستا، منشور جهانی اخلاق گردشگری نیز مهم‌ترین چارچوب بین‌المللی برای نهادینه‌سازی این ارزش‌ها به شمار می‌رود (UNWTO, 2020). بنابراین، گذار از گردشگری پایدار به گردشگری اخلاق‌مدار را می‌توان گذار از یک رویکرد مدیریتی به یک پارادایم ارزش‌محور دانست که اخلاق را معیار اصلی سیاست‌گذاری، حکمرانی و ارزیابی موفقیت مقصدهای گردشگری قرار می‌دهد.

**ب- حکمرانی اخلاقی و توسعه گردشگری روستایی:** تحقق گردشگری اخلاق‌مدار بدون وجود نظام حکمرانی مناسب امکان‌پذیر نیست. حکمرانی اخلاقی بر ارزش‌هایی همچون عدالت، شفافیت، پاسخگویی، مشارکت و مسئولیت‌پذیری استوار است و چارچوب نهادی لازم برای تبدیل اصول اخلاقی به سیاست‌ها و اقدامات اجرایی را فراهم می‌کند (Brown & Treviño, 2006: 565; Graham et al., 2003: 1).

اهمیت این رویکرد در مقصدهای روستایی بیش از سایر مقاصد است؛ زیرا این مناطق وابستگی شدیدی به سرمایه‌های طبیعی، فرهنگی و اجتماعی دارند و در برابر پیامدهای گردشگری انبوه آسیب‌پذیرترند. توسعه کنترل‌نشده گردشگری می‌تواند موجب تخریب محیط‌زیست، کالایی‌شدن فرهنگ بومی، نابرابری اجتماعی و تضعیف سرمایه اجتماعی شود (Lane & Kastenholz, 2015). در مقابل، حکمرانی اخلاقی با تقویت مشارکت جامعه محلی، توزیع منصفانه منافع، حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی و مسئولیت‌پذیری ذی‌نفعان، زمینه تحقق توسعه پایدار گردشگری روستایی را فراهم می‌کند (Valderrama & Polanco, 2024: 889; Jamal & Camargo, 2014: 11). بااین‌حال، کیفیت حکمرانی اخلاقی خود تحت تأثیر مجموعه‌ای از نیروهای بیرونی قرار دارد که آینده توسعه گردشگری را شکل می‌دهند. ازاین‌رو، شناخت این نیروهای اثرگذار، پیش‌نیاز طراحی سیاست‌های کارآمد و آینده‌نگر محسوب می‌شود.

**ج- آینده‌پژوهی، پیشران‌ها و چارچوب PESTEL:** محیط توسعه گردشگری در دهه‌های اخیر با تغییرات شتابان،

<sup>1</sup> . Ethical Tourism

پیچیدگی و عدم قطعیت فزاینده همراه بوده است؛ به گونه‌ای که رویکردهای سنتی برنامه‌ریزی دیگر توان پیش‌بینی آینده را ندارند (Dator, 2009: 2). در چنین شرایطی، آینده‌پژوهی با تمرکز بر شناسایی نیروهای تغییر و تحلیل سناریوهای محتمل، به یکی از مهم‌ترین رویکردهای برنامه‌ریزی راهبردی تبدیل شده است (Godet & Durance, 2011: 1). در آینده‌پژوهی، پیشران‌ها (Drivers) نیروهایی هستند که بیشترین ظرفیت را برای تغییر مسیر آینده یک سیستم دارند. اهمیت این نیروها نه تنها به میزان اثرگذاری، بلکه به سطح عدم قطعیت آن‌ها نیز وابسته است؛ به گونه‌ای که پیشران‌های دارای اثرگذاری بالا و عدم قطعیت زیاد، مبنای اصلی تدوین سناریوهای آینده محسوب می‌شوند (Bishop et al., 2007: 5). یکی از پرکاربردترین ابزارهای شناسایی پیشران‌ها، چارچوب PESTEL است که محیط بیرونی را در شش بعد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، زیست‌محیطی و حقوقی تحلیل می‌کند (Johnson et al., 2008:2). پژوهش حاضر، این چارچوب در سه مقیاس محلی، ملی و بین‌المللی به کار گرفته شده است تا ضمن شناسایی مهم‌ترین نیروهای اثرگذار، میزان اثرگذاری و عدم قطعیت هر یک از پیشران‌ها در توسعه اخلاق مدار گردشگری مشخص شود. بر پایه مباحث نظری، این پژوهش توسعه اخلاق مدار گردشگری را حاصل تعامل سه مؤلفه اصلی می‌داند. مؤلفه نخست، پارادایم گردشگری اخلاق‌مدار است که ارزش‌هایی نظیر عدالت، مسئولیت‌پذیری، مشارکت و پایداری را مبنای توسعه مقصد قرار می‌دهد (Fennell, 2020:2). مؤلفه دوم، حکمرانی اخلاقی است که این ارزش‌ها را از طریق سیاست‌گذاری، مدیریت و مشارکت ذی‌نفعان به عمل تبدیل می‌کند (Bramwell & Lane, 2011:412). مؤلفه سوم، پیشران‌های محیطی هستند که در چارچوب تحلیل محیطی PESTEL و در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی بر آینده توسعه گردشگری اثر می‌گذارند (Johnson et al., 2008:1).

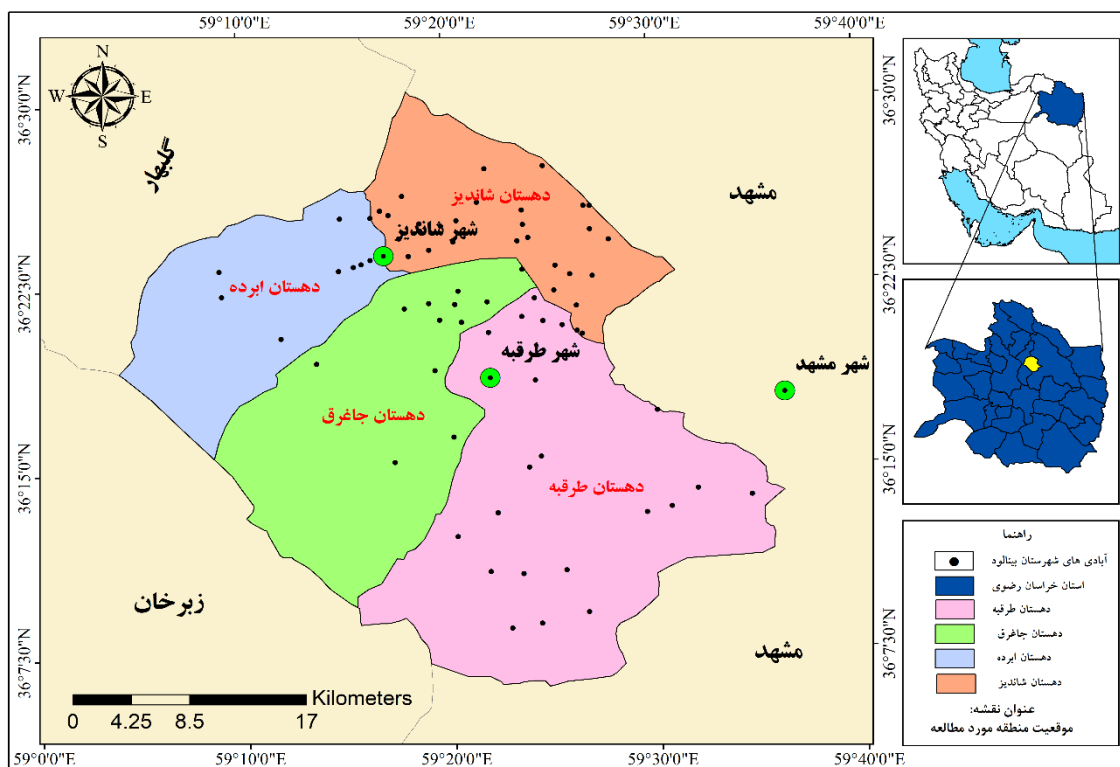
بر این اساس، پژوهش حاضر با تحلیل هم‌زمان اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌ها، در پی شناسایی نیروهای کلیدی شکل‌دهنده آینده گردشگری اخلاق‌مدار است. این چارچوب، ارتباط منطقی میان مبانی نظری، روش آینده‌پژوهی و تحلیل تجربی پژوهش را تبیین می‌کند و مبنای استخراج پیشران‌های راهبردی برای سیاست‌گذاری توسعه گردشگری روستایی قرار می‌گیرد.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

### ۳. روش شناسی پژوهش

**محدوده مورد مطالعه:** شهرستان طرقبه شانندیز (با نام پیشین بینالود) در غرب کلان شهر مشهد، در استان خراسان رضوی واقع شده و به عنوان یکی از مهم ترین مقصدهای گردشگری روستایی و طبیعت گردی شمال شرق ایران شناخته می شود. این شهرستان، به دلیل مجاورت با بزرگ ترین قطب زیارتی کشور، سالانه پذیرای میلیون ها گردشگر داخلی و خارجی است (احمدی و نادری، ۱۴۰۰). بر اساس سرشماری عمومی نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، این شهرستان با مساحت ۱۱۵۸ کیلومتر مربع، دارای ۶۹۶۴۰ نفر جمعیت است. ساختار اداری آن شامل دو بخش (طرقبه و شانندیز)، چهار دهستان (طرقبه، جاقرق، ابرده و شانندیز) و ۶۶ آبادی است که از این میان، ۵۲ روستا دارای سکنه و ۱۴ روستا خالی از سکنه هستند (سالنامه آماری استان خراسان رضوی، ۱۴۰۳: ۵۰). به دلیل تمرکز بالای فعالیت های گردشگری روستایی و اکوتوریسم؛ و همچنین افزایش فشارهای ناشی از گردشگری بر منابع طبیعی، کاربری اراضی و فرهنگ جوامع محلی؛ شهرستان طرقبه شانندیز نمونه ای مناسب برای مطالعه پیشران های کلیدی توسعه اخلاق مدار گردشگری است.



نقشه ۱- موقعیت سیاسی محدوده مورد مطالعه

روش تحقیق پژوهش: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، اکتشافی-تحلیلی است و با رویکرد آینده‌پژوهی<sup>۱</sup> انجام شده است. انتخاب این رویکرد به دلیل ماهیت پیچیده و آینده‌نگر توسعه اخلاق مدار گردشگری است؛ زیرا این نوع توسعه تحت تأثیر مجموعه‌ای از نیروهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، زیست‌محیطی و حقوقی قرار دارد که علاوه بر اثرگذاری بالا، با عدم قطعیت قابل توجهی نیز همراه هستند (Godet & Durance, 2011; Bishop et al., 2007).

برای شناسایی و تحلیل پیشران‌های کلیدی از چارچوب تحلیل PESTEL استفاده شد. این چارچوب امکان تحلیل نظام‌مند محیط کلان را در شش بعد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، زیست‌محیطی و حقوقی فراهم می‌کند (Johnson et al., 2008). در این پژوهش، علاوه بر طبقه‌بندی موضوعی پیشران‌ها، هر عامل براساس مقیاس غالب اثرگذاری نیز در سه سطح محلی، ملی و بین‌المللی دسته‌بندی شد تا تحلیل چندمقیاسی نیروهای مؤثر بر آینده گردشگری اخلاق‌مدار امکان‌پذیر شود.

فرایند شناسایی پیشران‌های مؤثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری در سه گام انجام شد. در گام نخست، با مرور هدفمند ادبیات علمی مرتبط با گردشگری اخلاق‌مدار، گردشگری پایدار، گردشگری روستایی، حکمرانی مقصد و آینده‌پژوهی، همراه با بررسی اسناد سیاستی و بالادستی مرتبط با گردشگری، توسعه روستایی، میراث فرهنگی و محیط‌زیست، فهرست اولیه عوامل مؤثر استخراج شد. در این مرحله، از جمله اسناد مورد توجه، قانون برنامه پنج‌ساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران، سند ملی آمایش سرزمین، سند چشم‌انداز توسعه بخش میراث فرهنگی و

<sup>۱</sup> . Strategic Foresight

گردشگری و سند ملی میراث فرهنگی بود. همچنین، مطالعات علمی داخلی و بین‌المللی مرتبط با ابعاد اخلاقی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، زیست‌محیطی و نهادی گردشگری برای تکمیل فهرست عوامل بررسی شد.

در گام دوم، عوامل استخراج‌شده از منابع مختلف از نظر مفهومی مقایسه شدند و موارد تکراری یا هم‌پوشان ادغام گردیدند. سپس فهرست اولیه در اختیار خبرگان قرار گرفت تا عوامل از نظر ارتباط با موضوع پژوهش، وضوح مفهومی، تناسب با شرایط شهرستان طرجه‌شاندیز و عدم هم‌پوشانی مورد بررسی و بازبینی قرار گیرند. پس از اعمال اصلاحات و حذف موارد تکراری، ۵۶ پیشران نهایی در شش بعد سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، محیطی و قانونی چارچوب PESTEL شناسایی شد. افزون بر طبقه‌بندی موضوعی، هر پیشران بر اساس مقیاس غالب اثرگذاری در سه سطح بین‌المللی، ملی و محلی نیز طبقه‌بندی شد. توزیع ۵۶ پیشران اولیه در شش بعد PESTEL شامل ۹ پیشران سیاسی، ۷ پیشران اقتصادی، ۱۱ پیشران اجتماعی، ۷ پیشران فناورانه، ۱۰ پیشران محیطی و ۱۲ پیشران قانونی بود.

در گام سوم، ۵۶ پیشران نهایی در قالب پرسشنامه ساختاریافته در اختیار ۳۰ نفر از خبرگان قرار گرفت و هر پیشران بر اساس دو معیار «اثرگذاری» و «عدم قطعیت» در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت ارزیابی شد. در ادامه، با استفاده از ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت<sup>۱</sup>، پیشران‌هایی که به طور هم‌زمان دارای اثرگذاری زیاد و عدم قطعیت بالا بودند، به عنوان پیشران‌های کلیدی<sup>۲</sup> انتخاب شدند. این رویکرد یکی از رایج‌ترین روش‌های شناسایی نیروهای کلیدی در مطالعات آینده‌پژوهی و سناریونویسی است، زیرا چنین عواملی بیشترین ظرفیت را برای شکل‌دهی مسیرهای آینده سیستم دارند (Bishop et al., 2007; Godet & Durance, 2011).

لازم به توضیح است که پیشران‌های شناسایی‌شده لزوماً عوامل منحصربه‌فرد شهرستان طرجه‌شاندیز نیستند؛ زیرا بسیاری از نیروهای مؤثر بر آینده گردشگری، ماهیتی فرامحلی و چندسطحی دارند و از سطح بین‌المللی تا ملی و محلی بر مقصد اثر می‌گذارند. آنچه این پیشران‌ها را در چارچوب این پژوهش به موضوع مطالعه مرتبط می‌سازد، ارزیابی میزان اثرگذاری و عدم قطعیت آنها در زمینه خاص شهرستان طرجه‌شاندیز توسط خبرگانی است که با شرایط این مقصد آشنایی مستقیم دارند. بنابراین، پژوهش حاضر درصدد ادعای انحصاری بودن پیشران‌ها برای شهرستان نیست، بلکه هدف آن شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌هایی است که در زمینه نهادی، اجتماعی، اقتصادی و محیطی طرجه‌شاندیز بیشترین اهمیت را برای آینده گردشگری اخلاق‌مدار دارند.

جدول ۱- منابع نظری و سیاستی مورد استفاده در شناسایی اولیه پیشران‌های توسعه اخلاق‌مدار گردشگری

| بعد     | پیشران‌های کلیدی                                                                                                                                                                                     | منابع                                                                                                                                                                        |
|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| سیاسی   | نقش مدیریت محلی و فرمانداری، سیاست‌های کلان توسعه گردشگری در برنامه‌های توسعه کشور، پیوستن به کنوانسیون‌های بین‌المللی اخلاق گردشگری، باور نهادهای تصمیم‌گیر به نقش گردشگری در صلح و دیپلماسی و .... | Munir et al. (2025); Pazhuhan et al., (2023); Chen et al. (2025)<br>یاراحمدی و همکاران (۱۴۰۴)؛ بندری و تارویردی زاده (۱۴۰۳)؛ عنابستانی و تجویدی (۱۴۰۴)؛ مظفری و قاسمی (۱۴۰۴) |
| اقتصادی | پیوند اقتصاد محلی با اخلاق گردشگری، تقویت توان اقتصادی خانوارهای روستایی، تشویق سرمایه‌گذاری پایدار و مسئولانه، توزیع                                                                                | Font & McCabe (2017); Zheng et al. (2025); Makoondlall-Chadee & Bokhoree (2024); Van der Duim &                                                                              |

<sup>۱</sup> . Impact-Uncertainty Matrix

<sup>۲</sup> . Critical Drivers

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Caalders (2002);<br>صالحی (۱۳۹۹): خراسانی و حیدری<br>(۱۳۹۸); رحیمی پور و همکاران (۱۳۹۹)                                                                                                                                                                                                                    | عادلانه درآمد، جذب منابع مالی بین‌المللی، کاهش سرمایه‌گذاری<br>خارجی ناشی از تحریم‌ها و ...                                                                                                                                                                                                              |           |
| Pazhuhan et al. (2023); Gheorghe et al.<br>(2023); Chen et al. (2025); Nicolaidis<br>(2020)<br>رحمانی تیرکلایی (۱۳۹۹): قاسمیان (۱۳۹۷): شایان و<br>همکاران (۱۴۰۰): ایمانی و رضوی (۱۳۹۹): عنابستانی<br>و تجویدی (۱۴۰۴): یار احمدی و همکاران (۱۴۰۴)،<br>بندری و تارویردی زاده (۱۴۰۳): مظفری و<br>قاسمی (۱۴۰۴) | توانمندسازی جوامع محلی، مشارکت جامعه محلی در<br>تصمیم‌گیری‌ها، مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR)، ارتقای مهارت<br>های کارآفرینی اخلاق‌محور، مدیریت مؤثر تعارض اجتماعی،<br>هدفمندسازی طرح‌های پژوهشی و مأموریت‌گرایی دانشگاه‌ها، سطح<br>آگاهی اخلاقی و زیست‌محیطی گردشگران، نقش نهادهای مدنی و<br>فرهنگی و .... | اجتماعی   |
| Zheng et al. (2025); Chen et al. (2025);<br>رضوانی و لباف خانیکی (۱۳۹۳): صفارحیدری (۱۳۹۶):<br>خراسانی و حیدری (۱۳۹۸): مظفری و قاسمی (۱۴۰۴)                                                                                                                                                                 | محدودیت دسترسی به اینترنت در ایران، توسعه زیرساخت‌های<br>ارتباطی و ICT، استقرار سامانه‌های هوشمند مدیریت مقصد، رشد<br>فناوری‌های دیجیتال در صنعت گردشگری جهانی، استانداردهای<br>جهانی فناوری‌های پاک در اقامتگاه‌ها، حمل‌ونقل و مدیریت منابع،<br>پلتفرم‌های بین‌المللی آموزش اخلاق گردشگری و ....        | تکنولوژیک |
| Van der Duim & Caalders (2002); Lin<br>(2018); Zheng et al. (2025); Chen et al.<br>(2025)<br>لاریجانی و فخراهی (۱۳۹۸): ویسی و همکاران<br>(۱۳۹۸): بندری و تارویردی زاده (۱۴۰۳)                                                                                                                              | ظرفیت تحمل اکولوژیکی/برد اکولوژیکی، تغییرات اقلیمی جهانی،<br>فقدان ارزیابی‌های زیست‌محیطی، نقش سازمان حفاظت<br>محیط‌زیست، تدوین برنامه/سند ملی گردشگری مسئولانه، مشارکت<br>جامعه محلی در حفاظت از محیط‌زیست و میراث فرهنگی و ....                                                                        | محیطی     |
| Font & McCabe (2017); Munir et al.<br>(2025); Raad (2019)<br>قاسمیان (۱۳۹۷): رحمانی تیرکلایی (۱۳۹۹): بندری و<br>تارویردی زاده (۱۴۰۳): راسخی (۱۳۹۳): خراسانی و<br>حیدری (۱۳۹۸)، مظفری و قاسمی (۱۴۰۴)                                                                                                        | فقدان ضمانت‌های اجرایی قوی، هم‌افزایی بین سازمان‌های مسئول،<br>تدوین منشور اخلاق گردشگری محلی، نقش شوراها و دهیاری‌ها،<br>ایجاد نظام نظارت و ارزیابی اخلاقی-زیست‌محیطی و ....                                                                                                                            | قانونی    |

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵

جامعه پژوهش را خبرگان حوزه گردشگری، برنامه‌ریزی روستایی، مدیریت مقصد و سیاست‌گذاری گردشگری در سطح استان خراسان رضوی و به‌ویژه فعالان و مدیران مرتبط با شهرستان طرقبه‌شاندیز تشکیل دادند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند آغاز و با بهره‌گیری از روش گلوله‌برفی ادامه یافت. در گام نخست، پنج نفر از خبرگان شاخص به‌عنوان نقاط آغاز نمونه‌گیری انتخاب شدند. معیارهای انتخاب آنان شامل: (۱) دارا بودن حداقل پنج سال سابقه فعالیت تخصصی در حوزه گردشگری یا برنامه‌ریزی روستایی، (۲) آشنایی مستقیم و عملی با وضعیت گردشگری شهرستان طرقبه‌شاندیز و (۳) دارا بودن سابقه علمی، پژوهشی یا اجرایی معتبر در این حوزه بود. سپس از خبرگان اولیه درخواست شد سایر افراد واجد شرایط را معرفی کنند. افراد معرفی‌شده نیز پیش از ورود به نمونه بر اساس معیارهای مذکور بررسی شدند و در صورت احراز شرایط، در پژوهش مشارکت کردند. این فرایند تا تکمیل نمونه ۳۰ نفره ادامه یافت.

خبرگان نهایی از اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خراسان رضوی، دانشگاه‌ها و مراکز علمی استان، فرمانداری و مدیریت شهرستان، شهرداری‌ها و دهیاری‌های شهرستان طرقبه‌شاندیز و بخش خصوصی گردشگری انتخاب

شدند. توزیع خبرگان بر حسب حوزه سازمانی و حرفه‌ای در جدول ۲ ارائه شده است.

با توجه به ماهیت زمینه‌مند پژوهش، آشنایی مستقیم با شهرستان طرجه‌شاندیز یکی از معیارهای اصلی ورود به مطالعه بود و صرف برخورداری از تخصص عمومی در حوزه گردشگری برای ورود به نمونه کافی نبود. بنابراین، خبرگان علاوه بر دانش تخصصی، از تجربه و شناخت عملی نسبت به شرایط گردشگری مقصد برخوردار بودند. تنوع سازمانی و حرفه‌ای خبرگان نیز امکان استفاده هم‌زمان از دیدگاه‌های علمی، اجرایی، مدیریت محلی و بخش خصوصی را فراهم کرد. از این رو، ارزیابی میزان اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌ها با توجه به شرایط نهادی، اقتصادی، اجتماعی و محیطی مقصد مورد مطالعه، یعنی شهرستان طرجه‌شاندیز، انجام گرفت.

جدول ۲- ترکیب سازمانی و حرفه‌ای خبرگان پژوهش

| ردیف | حوزه سازمانی/حرفه‌ای خبرگان                             | تعداد | درصد | ویژگی و نقش خبرگان در پژوهش                                                                                        |
|------|---------------------------------------------------------|-------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ۱    | اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خراسان رضوی | ۳     | ۱۰   | کارشناسان و متخصصان مرتبط با گردشگری و مدیریت/برنامه‌ریزی گردشگری؛ دارای شناخت از وضعیت گردشگری طرجه‌شاندیز        |
| ۲    | دانشگاه‌ها و مراکز علمی استان خراسان رضوی               | ۱۶    | ۵۳٫۳ | اعضای هیئت علمی/پژوهشگران دارای سابقه علمی و پژوهشی در گردشگری، برنامه‌ریزی روستایی، مدیریت مقصد یا حوزه‌های مرتبط |
| ۳    | فرمانداری و مدیریت شهرستان طرجه‌شاندیز                  | ۳     | ۱۰   | مدیران/کارشناسان اجرایی دارای شناخت مستقیم از مسائل و ظرفیت‌های گردشگری شهرستان                                    |
| ۴    | شهرداری شهرستان طرجه‌شاندیز                             | ۱     | ۳٫۳  | مدیران و کارشناسان مرتبط با مدیریت شهری گردشگری و مسائل مقصد                                                       |
| ۵    | بخشداری و دهیاری‌های شهرستان طرجه‌شاندیز                | ۵     | ۱۶٫۷ | مدیران/کارشناسان مدیریت روستایی دارای شناخت مستقیم از گردشگری و مسائل جوامع محلی                                   |
| ۶    | فعالان و مدیران بخش خصوصی گردشگری                       | ۲     | ۶٫۷  | فعالان حرفه‌ای دارای تجربه عملی در فعالیت‌های گردشگری و شناخت مستقیم از بازار و شرایط گردشگری شهرستان              |
| جمع  |                                                         | ۳۰    | ۱۰۰  |                                                                                                                    |

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسشنامه خبرگی ساختاریافته بود. پرسشنامه براساس یافته‌های مرحله اول و چارچوب نظری پژوهش طراحی شد و خبرگان میزان اثرگذاری<sup>۱</sup> و عدم قطعیت<sup>۲</sup> هر پیشران را در مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) ارزیابی کردند. برای هر پیشران، میانگین امتیازهای اثرگذاری و عدم قطعیت محاسبه شد. سپس پیشران‌هایی که به طور هم‌زمان در هر دو شاخص میانگینی برابر یا بیشتر از ۴ کسب کردند، به عنوان پیشران‌های کلیدی انتخاب شدند. انتخاب این مقدار به عنوان نقطه برش، با توجه به مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت و به منظور تفکیک عوامل دارای اهمیت بالا از سایر عوامل انجام شد. در ادامه، پیشران‌های منتخب بر اساس ابعاد PESTEL و سطوح سه‌گانه تحلیل (محلی، ملی و بین‌المللی) تحلیل و مقایسه شدند تا الگوی توزیع نیروهای اثرگذار بر توسعه اخلاق مدار

<sup>۱</sup> . Impact

<sup>۲</sup> . Uncertainty

گردشگری مشخص شود.

افق زمانی پژوهش، سال ۱۴۱۵ انتخاب شد. این انتخاب بر سه مبنا صورت گرفت: نخست، همخوانی با چرخه برنامه‌های توسعه کشور؛ دوم، منطقی بودن بازه‌ی ده‌ساله برای ارزیابی پیامدهای سیاست‌های گردشگری و مشاهده اثرات تصمیمات امروز در مدیریت مقصد؛ و سوم، مطابقت با رویه‌های آینده‌پژوهی که افق‌های میانی (پنج تا پانزده ساله) را به دلیل تعادل میان عدم قطعیت و قابلیت پیش‌بینی، مناسب‌ترین بازه برای تحلیل پیشران‌ها می‌دانند (Dator, 2009:2). شایان ذکر است که این افق زمانی پیش از آغاز مصاحبه‌ها برای خبرگان تشریح شد و آن‌ها با در نظر گرفتن آن به سؤالات پاسخ دادند.

جدول ۳-- توزیع اولیه پیشران‌های شناسایی شده بر اساس ابعاد PESTEL و سطوح تحلیل

| مجموع | محلی | ملی | بین‌المللی | بعد/شاخص  |               |
|-------|------|-----|------------|-----------|---------------|
| ۹     | ۲    | ۴   | ۳          | سیاسی     | Political     |
| ۷     | ۳    | ۲   | ۲          | اقتصادی   | Economical    |
| ۱۱    | ۴    | ۵   | ۲          | اجتماعی   | Social        |
| ۷     | ۱    | ۳   | ۳          | تکنولوژیک | Technological |
| ۱۰    | ۲    | ۴   | ۴          | محیطی     | Environmental |
| ۱۲    | ۲    | ۷   | ۳          | قانونی    | Legal         |
| ۵۶    | ۱۴   | ۲۵  | ۱۷         | مجموع     |               |

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵

به منظور ارزیابی کیفیت ابزار اندازه‌گیری، مدل اندازه‌گیری مبتنی بر PLS-SEM در نرم‌افزار SmartPLS4 مورد بررسی قرار گرفت. مطابق جدول ۴ تمامی سازه‌های مدل از پایایی و روایی همگرایی مطلوب برخوردار هستند. مقادیر آلفای کرونباخ بین ۰,۷۴۰ تا ۰,۸۹۰، پایایی ترکیبی بین ۰,۸۳۷ تا ۰,۹۱۸ و ضریب  $\rho_A$  بین ۰,۸۲۱ تا ۰,۹۴۱ قرار دارد که همگی از مقادیر آستانه پیشنهادی (۰,۷۰) فراتر هستند. همچنین مقدار AVE برای تمامی سازه‌ها بیش از ۰,۵۰ است و نشان می‌دهد که هر سازه بیش از نیمی از واریانس شاخص‌های خود را تبیین می‌کند. بنابراین، مدل اندازه‌گیری از نظر پایایی درونی و روایی همگرا در وضعیت مطلوبی قرار دارد و پرسشنامه از کیفیت لازم برای ورود به مرحله تحلیل پیشران‌های کلیدی برخوردار است.

جدول ۴- نتایج ارزیابی پایایی درونی و روایی همگرایی سازه‌های مدل اندازه‌گیری

| شاخص     | میانگین واریانس استخراجی AVE | پایایی ترکیبی CR | پایایی همگون $\rho$ | آلفای کرونباخ |
|----------|------------------------------|------------------|---------------------|---------------|
| اقتصادی  | ۰,۶۲۴                        | ۰,۹۱۸            | ۰,۹۲۵               | ۰,۸۹۰         |
| سیاسی    | ۰,۵۱۱                        | ۰,۸۴۴            | ۰,۹۰۷               | ۰,۷۴۰         |
| اجتماعی  | ۰,۵۵۴                        | ۰,۸۸۱            | ۰,۹۲۳               | ۰,۷۸۹         |
| محیطی    | ۰,۵۲۸                        | ۰,۸۸۷            | ۰,۹۳۴               | ۰,۸۴۳         |
| تکنولوژی | ۰,۶۲۳                        | ۰,۸۶۵            | ۰,۸۲۱               | ۰,۷۸۵         |
| قانونی   | ۰,۵۸۰                        | ۰,۸۳۷            | ۰,۹۴۱               | ۰,۷۴۹         |

#### ۴. یافته های پژوهش

پژوهش از نظرات ۳۰ نفر از کارشناسان و متخصصین حوزه گردشگری استفاده شد. متوسط سن خبرگان کلیدی ۴۳ سال و از نظر جنسیت ۶۰ درصد مرد و ۴۰ درصد زن می باشند. ۳۶ درصد خبرگان دارای مدرک کارشناسی و کارشناسی ارشد و ۵۳ درصد دارای مدرک دکتری تخصصی بوده اند که از این میان ۴۶ درصد در رشته های جغرافیا و گردشگری تحصیل کرده اند. به لحاظ وضعیت شغلی ۱۰ درصد شاغل در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ۳۰ درصد در ادارات دولتی (بخشداری، فرمانداری و...) و ۵۳ درصد در مراکز آموزشی و دانشگاهی و ۶،۷ درصد کارآفرین حوزه گردشگری در شهرستان هستند.

#### ۴-۱- تحلیل پیشران های سیاسی توسعه اخلاق مدار گردشگری

بعد سیاسی یکی از اثرگذارترین ابعاد در شکل دهی آینده توسعه اخلاق مدار گردشگری است. تقریباً تمامی پیشران های سیاسی، به جز «فشارهای بین المللی برای رعایت حقوق جوامع محلی و بومی»، دارای میانگین اثرگذاری بیش از ۴ هستند که بیانگر اهمیت بالای حکمرانی سیاسی در هدایت آینده این نظام است. مقایسه سه سطح تحلیل نیز نشان می دهد که «سطح ملی» با برخورداری از بیشترین تعداد پیشران های دارای اثرگذاری بالا، جایگاه غالب را در میان سطوح حکمرانی به خود اختصاص داده است. در این سطح، «سیاست های راهبردی توسعه اخلاق مدار گردشگری» (۴،۷۳)، «باور نهادهای تصمیم گیر به نقش گردشگری در ارتقای صلح و دیپلماسی» و «پیوستن به کنوانسیون ها و منشورهای بین المللی اخلاق گردشگری» (۴،۶۷) بالاترین میانگین اثرگذاری را کسب کرده اند. در سطح محلی نیز «نقش مدیریت شهرستان و فرمانداری طبقه شانديز» با میانگین ۴،۷۰ نشان دهنده اهمیت ظرفیت نهادی و مدیریتی در تحقق سیاست های توسعه اخلاق مدار گردشگری است؛ در حالی که در سطح بین المللی، «ثبات سیاسی کشور و تعامل سازنده با سازمان های بین المللی گردشگری» با میانگین ۴،۵۷ مهم ترین عامل اثرگذار شناخته شد.

بررسی هم زمان دو معیار اثرگذاری و عدم قطعیت نشان می دهد که «ثبات سیاسی کشور و تعاملات بین المللی» (اثرگذاری=۴،۵۷؛ عدم قطعیت=۴،۴۷)، «باور نهادهای تصمیم گیر به نقش گردشگری در ارتقای صلح و دیپلماسی» (۴،۶۷؛ ۴،۲۷)، «پیوستن به کنوانسیون ها و منشورهای بین المللی اخلاق گردشگری» (۴،۶۷، ۴،۰۳)، «وجود چارچوب های اخلاقی و زیست محیطی سازمان جهانی گردشگری» (۴،۴۷؛ ۴،۰۰) و «نقش مدیریت شهرستان و فرمانداری طبقه شانديز» (۴،۷۰؛ ۴،۰۰) در زمره پیشران های بحرانی قرار می گیرند؛ زیرا علاوه بر برخورداری از قدرت اثرگذاری بالا، آینده آن ها نیز با عدم قطعیت قابل توجهی همراه است. در مقابل، «فشارهای بین المللی برای رعایت حقوق جوامع محلی و بومی» با میانگین اثرگذاری ۳/۸۰ و عدم قطعیت ۳/۴۰، کمترین نقش را در میان عوامل سیاسی ایفا می کند و از منظر آینده پژوهی، اهمیت راهبردی کمتری نسبت به سایر پیشران های این بعد دارد.

از منظر آینده پژوهی، یافته های این بعد نشان می دهد که آینده توسعه اخلاق مدار گردشگری بیش از آنکه تابع ظرفیت های طبیعی یا تحولات بازار گردشگری باشد، به کیفیت حکمرانی سیاسی، ثبات نهادی و جهت گیری سیاست های عمومی وابسته است. پیشران های بحرانی شناسایی شده بیانگر آن هستند که تغییر در سیاست های کلان، روابط بین المللی،

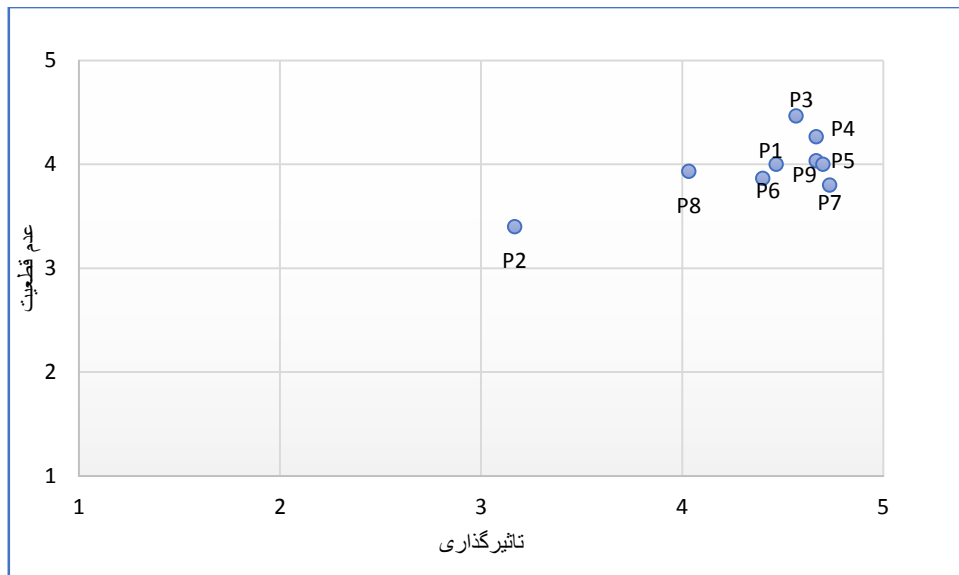
میزان همگرایی با اسناد و استانداردهای جهانی و همچنین ظرفیت مدیریت محلی، می‌تواند مسیرهای متفاوتی را برای آینده گردشگری اخلاق‌مدار ایجاد کند. از این‌رو، سیاست‌گذاری انعطاف‌پذیر، هماهنگی نهادی و تقویت حکمرانی چندسطحی، مهم‌ترین الزامات راهبردی برای کاهش عدم قطعیت‌های سیاسی و افزایش تاب‌آوری نظام گردشگری اخلاق‌مدار به شمار می‌روند.

به‌طور کلی، توسعه اخلاق‌مدار گردشگری حاصل عملکرد یک سطح حکمرانی نیست، بلکه نتیجه برهم‌کنش پیشران‌های بین‌المللی، ملی و محلی است. با این حال، یافته‌ها بیانگر آن است که «وزن تصمیمات و سیاست‌های ملی در هدایت و فعال‌سازی ظرفیت‌های محلی بیش از سایر سطوح است»؛ در حالی که روندها و استانداردهای بین‌المللی نقش جهت‌دهنده و چارچوب‌ساز را ایفا می‌کنند. این الگو بر ضرورت استقرار نظام حکمرانی یکپارچه و چندسطحی تأکید دارد؛ نظامی که بتواند هم‌زمان تعامل سازنده با نهادهای بین‌المللی، انسجام سیاست‌های ملی و ظرفیت اجرایی مدیریت محلی را برای تحقق توسعه اخلاق‌مدار گردشگری همسو سازد.

جدول ۵- ارزیابی اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌های سیاسی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در سطوح بین‌المللی، ملی و محلی

| سطح   | پیشران سیاسی                                                                                                                                                             | اثرگذاری | عدم قطعیت | وضعیت           |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----------------|
| باز   | P1. وجود چارچوب‌های اخلاقی و زیست‌محیطی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO): مانند اصول گردشگری مسئولانه، منشور جهانی اخلاق گردشگری، و اهداف توسعه پایدار (SDGs).               | ۴,۴۷     | ۴,۰۰      | پیشران بحرانی   |
|       | P2. فشارهای بین‌المللی برای رعایت حقوق جوامع محلی و بومی: به‌ویژه در پروژه‌های گردشگری                                                                                   | ۳,۸۰     | ۳,۴۰      | پیشران اثر گذار |
|       | P3. ثبات سیاسی در کشور و تعامل مسالمت آمیز با سایر کشورها و سازمان‌های بین‌المللی گردشگری                                                                                | ۴,۵۷     | ۴,۴۷      | پیشران بحرانی   |
| متوسط | P4. باور مقامات و نهادهای تصمیم‌گیر کشور به نقش گردشگری در کاهش تنش‌های سیاسی و افزایش صلح و دوستی میان کشورها                                                           | ۴,۶۷     | ۴,۲۷      | پیشران بحرانی   |
|       | P5. پیوستن به کنوانسیون‌ها و منشورهای بین‌المللی اخلاق گردشگری (UNWTO, UNEP, UNESCO)                                                                                     | ۴,۶۷     | ۴,۰۳      | پیشران بحرانی   |
|       | P6. سیاست‌های کلان توسعه گردشگری در برنامه‌های توسعه کشور: مانند برنامه هفتم توسعه که بر توسعه گردشگری روستایی و بوم‌گردی تأکید دارد                                     | ۴,۴۰     | ۳,۸۷      | پیشران راهبردی  |
|       | P7. سیاست‌های راهبردی مناسب در زمینه توسعه اخلاق‌مدار گردشگری روستایی در سطح کشور مانند تنظیم مقررات اخلاقی و تدوین برنامه‌های محلی برای آموزش اخلاق گردشگری به ذی‌نفعان | ۴,۷۳     | ۳,۸۰      | پیشران راهبردی  |
| پایین | P8. سیاست‌گذاری استانی برای نهادهای سازش‌های اخلاقی و محیط‌زیستی در گردشگری روستایی                                                                                      | ۴,۲۳     | ۳,۹۳      | پیشران راهبردی  |
|       | P9. نقش موثر مدیریت شهرستان و فرمانداری طبقه‌باندیز در توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در نواحی روستایی                                                                         | ۴,۷۰     | ۴,۰۰      | پیشران بحرانی   |

ماخذ: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۵



شکل ۲. عوامل موثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری در بعد سیاسی

#### ۴-۲- تحلیل پیشران‌های اقتصادی توسعه اخلاق مدار گردشگری

مطابق جدول تمامی پیشران‌های اقتصادی دارای میانگین اثرگذاری بالاتر از ۴,۵۰ هستند که بیانگر نقش تعیین‌کننده مؤلفه‌های اقتصادی در آینده توسعه اخلاق مدار گردشگری است. در میان آن‌ها، «پیوند اقتصاد محلی با اخلاق گردشگری و ترویج اخلاق‌مداری در زنجیره ارزش گردشگری روستایی» با میانگین اثرگذاری ۴,۸۳ مهم‌ترین پیشران اقتصادی شناخته شد. پس از آن، «کاهش سرمایه‌گذاری خارجی ناشی از تحریم‌های بین‌المللی» (۴,۶۷) «جذب منابع مالی بین‌المللی» و «توزیع عادلانه درآمد حاصل از گردشگری» (۴,۶۰) بیشترین نقش را در شکل‌دهی آینده این نظام ایفا می‌کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که موفقیت گردشگری اخلاق‌مدار تنها به افزایش درآمد وابسته نیست، بلکه به کیفیت ساختارهای اقتصادی، عدالت در توزیع منافع و توانمندسازی اقتصاد محلی وابستگی مستقیم دارد.

از منظر عدم قطعیت نیز، «جذب منابع مالی بین‌المللی» و «کاهش سرمایه‌گذاری خارجی در اثر تحریم‌ها» با میانگین ۴,۵۳ بالاترین سطح عدم قطعیت را دارند و پس از آن «نوسانات اقتصادی جهانی» با میانگین ۴,۴۰ قرار می‌گیرد. این نتایج نشان می‌دهد که آینده اقتصاد گردشگری اخلاق‌مدار تا حد زیادی تحت تأثیر شرایط اقتصاد کلان، روابط بین‌المللی، تحریم‌ها و دسترسی به منابع مالی خارجی قرار دارد؛ عواملی که خارج از کنترل مستقیم مدیران محلی هستند، اما می‌توانند مسیر توسعه گردشگری را به‌طور اساسی دگرگون کنند. در مقابل، «تشویق سرمایه‌گذاری پایدار و مسئولانه» و «توزیع عادلانه درآمد گردشگری» اگرچه از اثرگذاری بالایی برخوردارند، اما از عدم قطعیت کمتری برخوردار بوده و بیشتر در حوزه سیاست‌گذاری و مدیریت داخلی قابل کنترل هستند.

بر پایه ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت، پنج پیشران در این بعد در زمره پیشران‌های بحرانی قرار می‌گیرند: جذب منابع مالی بین‌المللی، نوسانات اقتصادی جهانی، کاهش سرمایه‌گذاری خارجی ناشی از تحریم‌ها، پیوند اقتصاد محلی با اخلاق گردشگری و تقویت توان اقتصادی خانوارهای روستایی. این پیشران‌ها علاوه بر اثرگذاری بسیار زیاد، از عدم قطعیت بالایی نیز برخوردارند؛ از این‌رو بیشترین نقش را در شکل‌دهی سناریوهای آینده توسعه اخلاق مدار گردشگری خواهند داشت.

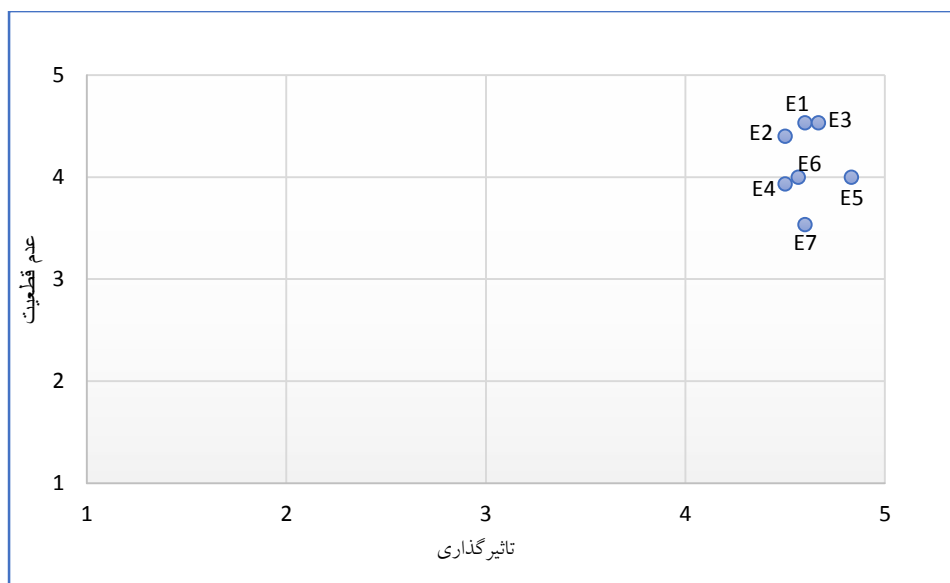
از منظر آینده‌پژوهی، یافته‌ها بیانگر آن است که آینده اقتصادی گردشگری اخلاق‌مدار حاصل برهم‌کنش هم‌زمان نیروهای بین‌المللی، ملی و محلی است. در سطح بین‌المللی، جریان سرمایه، تحولات اقتصاد جهانی و محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها مسیر توسعه را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ در سطح ملی، سیاست‌های حمایت از سرمایه‌گذاری پایدار نقش تسهیل‌کننده دارند؛ و در سطح محلی، توانمندسازی خانوارهای روستایی، پیوند اقتصاد محلی با ارزش‌های اخلاقی و توزیع عادلانه منافع، ضامن پایداری اجتماعی و اقتصادی مقصد هستند. از این رو، توسعه اخلاق‌مدار گردشگری زمانی محقق خواهد شد که هم‌زمان سه اصل اقتصاد محلی فراگیر، سرمایه‌گذاری مسئولانه و عدالت در توزیع منافع در قانون سیاست‌گذاری قرار گیرند.

این الگو نشان می‌دهد که توسعه اخلاق‌مدار گردشگری صرفاً تابع رشد اقتصادی نیست، بلکه به کیفیت حکمرانی اقتصادی، نحوه توزیع منافع، تاب‌آوری در برابر شوک‌های اقتصاد جهانی و توانمندسازی جوامع محلی وابسته است. در این میان، اگرچه نیروهای بین‌المللی بخش مهمی از عدم قطعیت آینده را ایجاد می‌کنند، اما مدیریت هوشمندانه سیاست‌های ملی و تقویت ظرفیت‌های اقتصادی محلی می‌تواند آثار این عدم قطعیت‌ها را کاهش داده و زمینه تحقق توسعه اخلاق‌مدار گردشگری را فراهم سازد.

جدول ۶- ارزیابی اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌های اقتصادی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در سطوح بین‌المللی، ملی و محلی

| سطح   | پیشران‌های اقتصادی                                                                                                                                    | اثرگذاری | عدم قطعیت | وضعیت          |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|----------------|
| عالمی | E1 جذب منابع مالی بین‌المللی: مانند صندوق‌های توسعه پایدار، کمک‌های سازمان‌های بین‌المللی (UNEP, UNDP) برای پروژه‌های گردشگری روستایی.                | ۴,۶۰     | ۴,۵۳      | پیشران بحرانی  |
|       | E2 تأثیر نوسانات اقتصادی جهانی: مانند تورم جهانی، بحران‌های مالی، یا رکود اقتصادی که بر تقاضای گردشگری روستایی اثر می‌گذارد.                          | ۴,۵۰     | ۴,۴۰      | پیشران بحرانی  |
| ملی   | E3 کاهش سرمایه‌گذاری خارجی در ایران به دلیل تحریم‌های بین‌المللی                                                                                      | ۴,۶۷     | ۴,۵۳      | پیشران بحرانی  |
|       | E4 تشویق سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری پایدار و مسئولانه در زیرساخت‌های گردشگری (با رعایت استانداردهای زیست‌محیطی) با تدوین نظام جامع حمایتی و تشویقی | ۴,۵۰     | ۳,۹۳      | پیشران راهبردی |
| محلی  | E5 پیوند اقتصاد محلی با اخلاق گردشگری و ترویج اخلاق‌مداری در زنجیره ارزش گردشگری روستایی شهرستان                                                      | ۴,۸۳     | ۴,۰۰      | پیشران بحرانی  |
|       | E6 تقویت توان اقتصادی خانوارهای روستایی برای مشارکت در گردشگری اخلاق‌مدار: مانند سرمایه‌گذاری در اقامتگاه‌های بوم‌گردی یا خدمات محلی.                 | ۴,۵۷     | ۴,۰۰      | پیشران بحرانی  |
|       | E7 توزیع عادلانه درآمد حاصل از گردشگری بین جامعه محلی                                                                                                 | ۴,۶۰     | ۳,۵۳      | پیشران اثرگذار |

ماخذ: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۵



شکل ۳. عوامل موثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری در بعد اقتصادی

#### ۳-۴- تحلیل پیشران‌های اجتماعی توسعه اخلاق مدار گردشگری

مطابق جدول ۷ تقریباً تمامی پیشران‌های اجتماعی از میانگین اثرگذاری بالاتر از ۴ برخوردارند و بیانگر آن است که سرمایه اجتماعی، فرهنگ عمومی و مشارکت ذی‌نفعان از ارکان اساسی توسعه اخلاق مدار گردشگری محسوب می‌شوند. در میان آن‌ها، «تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) در واحدهای گردشگری» با میانگین ۴٫۸۳ بیشترین اثرگذاری را به خود اختصاص داده است. پس از آن، «سطح آگاهی اخلاقی و زیست‌محیطی گردشگران» و «توانمندسازی جوامع محلی» با میانگین ۴٫۷۷ و همچنین «ترویج اصول جهانی اخلاق گردشگری» با میانگین ۴٫۷۳ مهم‌ترین عوامل اثرگذار شناخته شدند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که آینده گردشگری اخلاق‌مدار بیش از هر چیز به ارتقای فرهنگ اخلاقی، آموزش، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و توانمندسازی سرمایه انسانی وابسته است.

از منظر عدم قطعیت، «ارتقای مهارت‌های کارآفرینی اخلاق‌محور و اشتغال سبز در روستاها» با میانگین ۴٫۴۳ و «نقش نهادهای مدنی و فرهنگی در ترویج گردشگری اخلاق‌مدار» با میانگین ۴٫۲۷ بیشترین میزان عدم قطعیت را دارا هستند. این امر بیانگر آن است که اگرچه این دو عامل از ظرفیت بالایی برای تحول اجتماعی برخوردارند، اما تحقق آن‌ها به عواملی نظیر حمایت نهادی، سرمایه اجتماعی، سیاست‌های آموزشی، مشارکت شهروندان و شرایط اقتصادی وابسته است. در مقابل، مؤلفه‌هایی نظیر آگاهی اخلاقی گردشگران، مشارکت جامعه محلی و ترویج اصول جهانی اخلاق گردشگری اگرچه اثرگذاری بسیار بالایی دارند، اما از عدم قطعیت نسبتاً پایین‌تری برخوردارند و قابلیت برنامه‌ریزی و مدیریت بیشتری دارند.

بر اساس ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت، دو پیشران «ارتقای مهارت‌های کارآفرینی اخلاق‌محور و اشتغال سبز» و «نقش نهادهای مدنی و فرهنگی» در زمره پیشران‌های بحرانی قرار می‌گیرند؛ زیرا هم از قدرت اثرگذاری بالا و هم از عدم قطعیت زیاد برخوردارند. همچنین «تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR)»، «توانمندسازی جوامع محلی» و «سیاست‌های فرهنگی و آموزشی اخلاق گردشگری» به‌عنوان پیشران‌های راهبردی شناخته می‌شوند که نقش مهمی در تقویت زیرساخت‌های اجتماعی توسعه اخلاق مدار گردشگری ایفا می‌کنند.

از منظر آینده‌پژوهی، الگوی مشاهده‌شده نشان می‌دهد که آینده اجتماعی گردشگری اخلاق‌مدار صرفاً محصول آموزش یا ارتقای آگاهی نیست، بلکه نتیجه تعامل میان نهادهای مدنی، سیاست‌های فرهنگی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی بنگاه‌ها و مشارکت فعال جوامع محلی است. در این میان، سطح ملی بیشترین نقش را در شکل‌دهی زیرساخت‌های فرهنگی و آموزشی دارد، در حالی که تحقق عملی ارزش‌های اخلاقی عمدتاً در سطح محلی و از طریق توانمندسازی جامعه و توسعه کارآفرینی اخلاق‌محور امکان‌پذیر می‌شود. همچنین، سطح بین‌المللی با ترویج هنجارها و استانداردهای اخلاقی، نقش هدایت‌کننده و هنجارساز را ایفا می‌کند.

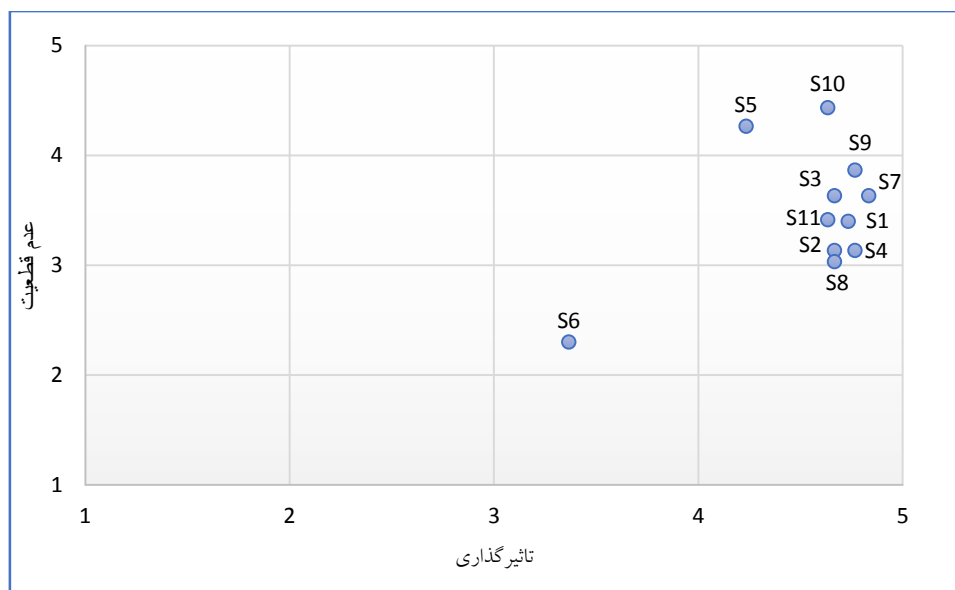
بنابراین این الگو نشان می‌دهد که توسعه اخلاق‌مدار گردشگری بیش از آنکه به ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی وابسته باشد، نیازمند شکل‌گیری سرمایه اجتماعی، فرهنگ اخلاقی و مشارکت فعال ذی‌نفعان است. اگرچه استانداردها و ارزش‌های جهانی چارچوب هنجاری این تحول را فراهم می‌کنند، اما تحقق آن در گرو سیاست‌های فرهنگی ملی و توانمندسازی جوامع محلی است. از این رو، بعد اجتماعی را می‌توان مهم‌ترین بستر نهادی و فرهنگی برای نهادینه‌سازی گردشگری اخلاق‌مدار دانست؛ بستری که از طریق تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مشارکت مردمی و کارآفرینی اخلاق‌محور، مسیر تحقق توسعه پایدار گردشگری را هموار می‌سازد.

جدول ۷- ارزیابی اثرگذاری و عدم قطعیت پيشران‌های اجتماعی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در سطوح بین‌المللی، ملی و محلی

| سطح   | پیشران‌های اجتماعی                                                                                                                                                         | اثرگذاری | عدم قطعیت | وضعیت                  |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|------------------------|
| عالمی | S1 ترویج اصول جهانی اخلاق گردشگری توسط UNWTO: مانند احترام به فرهنگ‌های بومی، حقوق جوامع میزبان، و تعاملات مسئولانه گردشگر- میزبان.                                        | ۴,۷۳     | ۳,۴۰      | پیشران اثرگذار         |
|       | S2 افزایش آگاهی جهانی درباره گردشگری مسئولانه: از طریق رسانه‌ها، آموزش‌های بین‌المللی، و کمپین‌های فرهنگی                                                                  | ۴,۶۷     | ۳,۱۳      | پیشران اثرگذار         |
| ملی   | S3 اتخاذ سیاست‌های فرهنگی و اجتماعی موثر در آموزش اخلاق گردشگری: از طریق رسانه ملی، نظام آموزشی، و برنامه‌های فرهنگی وزارت میراث فرهنگی.                                   | ۴,۶۷     | ۳,۶۳      | پیشران راهبردی اثرگذار |
|       | S4 سطح آگاهی اخلاقی و زیست‌محیطی گردشگران و آشنایی با حقوق جوامع محلی                                                                                                      | ۴,۷۷     | ۳,۱۳      | پیشران اثرگذار         |
|       | S5 نقش نهادهای مدنی و فرهنگی در ترویج گردشگری اخلاق‌مدار: مانند انجمن‌های بوم‌گردی، سازمان‌های مردم‌نهاد، و مراکز فرهنگی.                                                  | ۴,۲۳     | ۴,۲۷      | پیشران بحرانی          |
|       | S6 هدفمندسازی طرح‌های پژوهشی و مأموریت‌گرایی دانشگاه‌ها و مؤسسات پژوهشی در حوزه توسعه اخلاق‌مدار گردشگری                                                                   | ۳,۳۷     | ۲,۳۰      | پیشران کم‌اهمیت        |
|       | S7 تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی (CSR) در واحدهای گردشگری                                                                                                                    | ۴,۸۳     | ۳,۶۳      | پیشران اثرگذار         |
| محلی  | S8 میزان مشارکت جامعه محلی در تصمیم‌گیری‌های گردشگری: که نشان‌دهنده ظرفیت اجتماعی برای توسعه اخلاق‌مدار است.                                                               | ۴,۶۷     | ۳,۰۳      | پیشران اثرگذار         |
|       | S9 توانمندسازی جوامع محلی در جهت ترویج گردشگری اخلاق‌مدار مانند آموزش اصول اخلاق حرفه‌ای گردشگری به راهنمایان محلی و فعالان گردشگری برای ارتقای رفتار اخلاقی و زیست‌محیطی. | ۴,۷۷     | ۳,۸۷      | پیشران راهبردی         |
|       | S10 ارتقای مهارت‌های کارآفرینی اخلاق‌محور و اشتغال‌سبز در روستاها                                                                                                          | ۴,۶۳     | ۴,۴۳      | پیشران بحرانی          |

|                   |      |      |                                                                        |
|-------------------|------|------|------------------------------------------------------------------------|
| پیشران<br>اثرگذار | ۳,۴۱ | ۴,۶۳ | S11 مدیریت موثر تعارض اجتماعی در زمینه گردشگری در شهرستان طرنبه شانديز |
|-------------------|------|------|------------------------------------------------------------------------|

ماخذ: یافته های پژوهش ۱۴۰۵



شكل ۴. عوامل موثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری در بعد اجتماعی

#### ۴-۴- تحلیل پیشران های تکنولوژیک توسعه اخلاق مدار گردشگری

برخلاف ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، پیشران های فناورانه از الگوی متفاوتی برخوردارند. اغلب مؤلفه های این بعد دارای عدم قطعیت بالا هستند، اما میزان اثرگذاری آنها در سطح متوسط قرار دارد. تنها «محدودیت دسترسی به اینترنت در ایران در مقایسه با کشورهای رقیب منطقه» با میانگین اثرگذاری ۴,۵۳ و عدم قطعیت ۴,۴۳ به عنوان مهم ترین پیشران فناورانه شناخته می شود. این یافته نشان می دهد که شکاف دیجیتال و محدودیت های زیرساختی، بیش از خود فناوری، آینده گردشگری اخلاق مدار را تحت تأثیر قرار می دهد و می تواند توان رقابت پذیری مقاصد گردشگری روستایی را به شدت کاهش دهد.

از منظر عدم قطعیت، «استانداردهای جهانی فناوری های پاک» با میانگین ۴,۴۷، «رشد فناوری های دیجیتال در صنعت گردشگری جهانی» و «پلتفرم های بین المللی آموزش اخلاق گردشگری» با میانگین ۴,۴۰ بیشترین میزان عدم قطعیت را دارا هستند. این موضوع بیانگر آن است که سرعت تحول فناوری های نوظهور، تغییر استانداردهای جهانی و توسعه ابزارهای دیجیتال، آینده گردشگری اخلاق مدار را با عدم اطمینان قابل توجهی مواجه کرده است. با این حال، از آنجا که اثرگذاری فعلی این عوامل کمتر از سایر ابعاد است، نقش آنها بیشتر به عنوان عوامل زمینه ساز و توانمندساز قابل تفسیر است.

براساس ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت، تنها «محدودیت دسترسی به اینترنت در ایران» در زمره پیشران های بحرانی قرار می گیرد؛ زیرا هم اثرگذاری و هم عدم قطعیت بالایی دارد. در مقابل، «توسعه فناوری های نوین در روستاها» و «گسترش زیرساخت های ICT» به عنوان پیشران های راهبردی شناخته می شوند که اگرچه از عدم قطعیت کمتری برخوردارند، اما نقش مهمی در فراهم سازی زیرساخت های لازم برای توسعه اخلاق مدار گردشگری دارند. همچنین

سایر عوامل بین‌المللی و محلی به دلیل عدم قطعیت زیاد و اثرگذاری متوسط، در گروه پیشران‌های نامطمئن قرار می‌گیرند و لازم است روند تحول آن‌ها به صورت مستمر پایش شود.

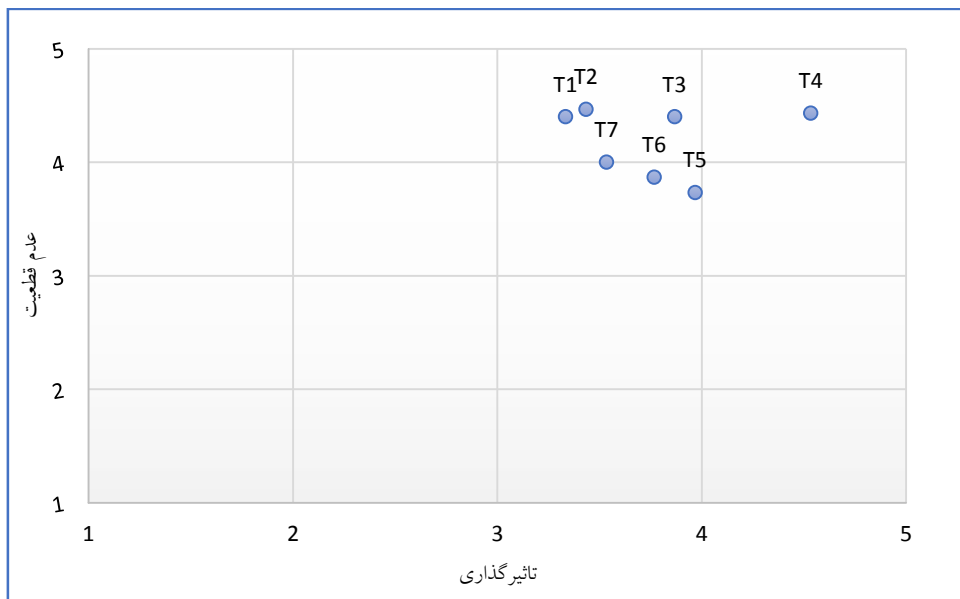
از منظر آینده‌پژوهی، یافته‌ها نشان می‌دهد که آینده فناوری در گردشگری اخلاق‌مدار بیش از آنکه به تولید فناوری وابسته باشد، به دسترسی عادلانه، کیفیت زیرساخت‌های ارتباطی، میزان آمادگی دیجیتال و ظرفیت بهره‌گیری از فناوری‌های نوین بستگی دارد. در سطح بین‌المللی، فناوری‌های نوظهور و استانداردهای جهانی، جهت‌گیری تحول را تعیین می‌کنند؛ در سطح ملی، سیاست‌های توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و رفع محدودیت‌های دسترسی، نقش تعیین‌کننده در بهره‌گیری از این فناوری‌ها دارند؛ و در سطح محلی، استقرار سامانه‌های هوشمند مدیریت مقصد، زمینه تحقق حکمرانی هوشمند و اخلاق‌مدار را فراهم می‌سازد.

بنابراین این الگو نشان می‌دهد که فناوری به‌تنهایی پیشران اصلی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری نیست، بلکه نقش یک توانمندساز راهبردی را ایفا می‌کند. در حالی که تحولات فناوری در سطح جهانی با عدم قطعیت بالایی همراه است، عامل تعیین‌کننده برای آینده گردشگری اخلاق‌مدار در ایران، رفع شکاف دیجیتال، توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و بهره‌گیری هوشمندانه از فناوری در مدیریت مقصد است. از این رو، تحقق گردشگری اخلاق‌مدار مستلزم آن است که توسعه فناوری هم‌زمان با حکمرانی هوشمند، آموزش دیجیتال و دسترسی عادلانه به خدمات فناورانه دنبال شود.

جدول ۸- ارزیابی اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌های تکنولوژیک توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در سطوح بین‌المللی، ملی و محلی

| سطح   | پیشران‌های تکنولوژیک                                                                                                                                                                  | اثرگذاری | عدم قطعیت | وضعیت          |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|----------------|
| عالمی | T1 رشد فناوری‌های دیجیتال در صنعت گردشگری جهانی مانند اینترنت اشیا (IoT)، هوش مصنوعی، و بلاک‌چین برای شفاف‌سازی و اخلاق‌مداری در زنجیره ارزش گردشگری.                                 | ۳,۳۳     | ۴,۴۰      | پیشران نامطمئن |
|       | T2 استانداردهای جهانی فناوری‌های پاک در اقامتگاه‌ها، حمل‌ونقل و مدیریت منابع که به کاهش اثرات زیست‌محیطی کمک می‌کنند.                                                                 | ۳,۴۳     | ۴,۴۷      | پیشران نامطمئن |
|       | T3 پلتفرم‌های بین‌المللی آموزش اخلاق گردشگری از طریق واقعیت مجازی، اپلیکیشن‌های تعاملی و شبکه‌های اجتماعی که تبادل فرهنگی و بین‌المللی شدن ارزش‌های اخلاقی در گردشگری را ترویج می‌دهد | ۳,۸۷     | ۴,۴۰      | پیشران نامطمئن |
| ملی   | T4 محدودیت دسترسی به اینترنت در ایران در مقایسه با رقبای همسایه از جمله امارات متحده عربی، عربستان و ... کاهش شدید فرصت‌های بازار گردشگری برای کشور                                   | ۴,۵۳     | ۴,۴۳      | پیشران بحرانی  |
|       | T5 توسعه گسترده فناوری‌های مدرن، دیجیتال و تحول آفرین در روستاهای مقصد گردشگری و اقامتگاه‌های بوم‌گردی                                                                                | ۳,۹۷     | ۳,۷۳      | پیشران راهبردی |
|       | T6 دسترسی مطلوب و عادلانه تمامی روستاییان به فناوری اطلاعات (توسعه زیرساخت ارتباط داده و شبکه دسترسی) و ارتقاء کمیت و کیفیت دسترسی به ICT و امکانات مخابراتی                          | ۳,۷۷     | ۳,۸۷      | پیشران راهبردی |
| محلی  | T7 استفاده از سیستم‌های هوشمند برای مدیریت و پایش گردشگری شهرستان طرقيه شانديز (فناوری‌های حفظ حریم، فناوری‌های پایش محیطی، فناوری‌های ارتباطی و آموزشی، سامانه حکمرانی هوشمند و ...) | ۳,۵۳     | ۴,۰۰      | پیشران نامطمئن |

ماخذ: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۵



شکل ۵. عوامل مؤثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری در بعد تکنولوژیک

#### ۴-۵- تحلیل پیشران‌های محیطی توسعه اخلاق مدار گردشگری

پیشران‌های محیط‌زیستی از اثرگذارترین ابعاد توسعه اخلاق مدار گردشگری محسوب می‌شوند؛ به گونه‌ای که اغلب مؤلفه‌های این بعد دارای میانگین اثرگذاری بالاتر از ۴ هستند. در میان آن‌ها، «توجه حداکثری به ظرفیت تحمل محیط‌زیست (برد اکولوژیکی) در توسعه مقاصد گردشگری روستایی» با میانگین اثرگذاری ۴٫۹۰، «فقدان ارزیابی‌های زیست‌محیطی در پروژه‌های گردشگری کشور» با میانگین ۴٫۸۷ و «نقش سازمان حفاظت محیط‌زیست و وزارت میراث فرهنگی در تدوین دستورالعمل‌های زیست‌محیطی» با میانگین ۴٫۷۷ بیشترین اثرگذاری را کسب کرده‌اند. این یافته نشان می‌دهد که آینده توسعه اخلاق مدار گردشگری بیش از هر چیز به کیفیت مدیریت منابع طبیعی، رعایت ظرفیت برد اکولوژیکی و استقرار نظام‌های مؤثر حفاظت محیط‌زیست وابسته است.

از منظر عدم قطعیت، «تغییرات اقلیمی جهانی» با میانگین ۴٫۰۷ بالاترین میزان عدم قطعیت را در میان تمامی پیشران‌های محیطی به خود اختصاص داده است. این موضوع بیانگر آن است که اگرچه تغییرات اقلیمی یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر آینده گردشگری اخلاق‌مدار است، اما روندهای آینده آن به شدت تحت تأثیر تحولات جهانی، سیاست‌های اقلیمی، تغییر الگوهای بارش، بحران منابع آب و افزایش رخدادهای حدی اقلیمی قرار دارد. سایر پیشران‌های محیطی اگرچه از اثرگذاری بالایی برخوردارند، اما به دلیل برخورداری از عدم قطعیت متوسط، بیشتر به عنوان عوامل مدیریتی و قابل کنترل شناخته می‌شوند.

بر اساس ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت، تنها «تغییرات اقلیمی جهانی» و «ظرفیت تحمل محیط‌زیست» در زمره پیشران‌های بحرانی قرار می‌گیرد؛ زیرا هم اثرگذاری بسیار بالا و هم عدم قطعیت زیادی دارد. در مقابل، «فقدان ارزیابی‌های زیست‌محیطی»، «سیاست‌های ملی حفاظت محیط‌زیست»، «تدوین سند ملی گردشگری مسئولانه» و «مشارکت جامعه محلی در حفاظت از محیط‌زیست» در گروه پیشران‌های راهبردی قرار می‌گیرند؛ زیرا اگرچه اثرگذاری بسیار بالایی دارند، اما میزان عدم قطعیت آن‌ها پایین‌تر بوده و از طریق سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و حکمرانی مناسب

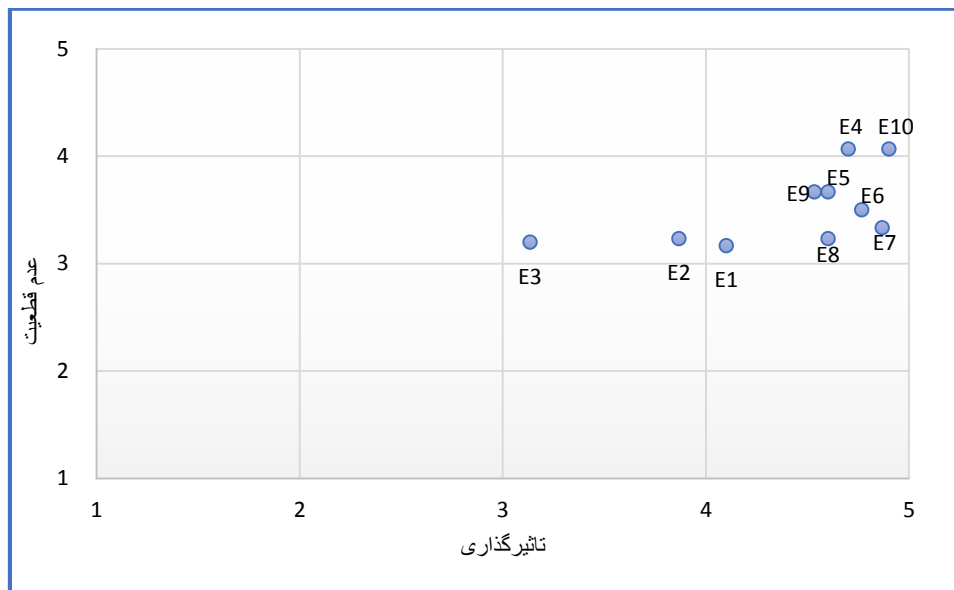
قابلیت مدیریت و کنترل دارند.

از منظر آینده‌پژوهی، یافته‌ها نشان می‌دهد که آینده گردشگری اخلاق‌مدار بیش از هر زمان دیگری تحت تأثیر تعامل میان تغییرات جهانی اقلیم و کیفیت حکمرانی محیط‌زیستی قرار دارد. در سطح بین‌المللی، تغییرات اقلیمی و تعهدات ناشی از توافق‌نامه‌های جهانی جهت‌گیری کلی توسعه را تعیین می‌کنند؛ در سطح ملی، سیاست‌های حفاظت محیط‌زیست، ارزیابی‌های زیست‌محیطی و تدوین اسناد راهبردی، نقش تعیین‌کننده در کاهش آسیب‌پذیری مقاصد گردشگری دارند؛ و در سطح محلی، مشارکت جامعه محلی و رعایت ظرفیت تحمل اکولوژیکی، زمینه تحقق گردشگری اخلاق‌مدار و حفاظت بلندمدت از منابع طبیعی را فراهم می‌سازند.

این الگو نشان می‌دهد که محیط‌زیست نه تنها یکی از ارکان اصلی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری، بلکه مهم‌ترین بستر تحقق آن محسوب می‌شود. در حالی که تغییرات اقلیمی جهانی مهم‌ترین پیشران بحرانی این بعد به شمار می‌رود، موفقیت آینده گردشگری اخلاق‌مدار در گرو استقرار حکمرانی محیط‌زیستی کارآمد، رعایت ظرفیت برد اکولوژیکی، نهادینه‌سازی ارزیابی‌های زیست‌محیطی و مشارکت فعال جوامع محلی در حفاظت از منابع طبیعی خواهد بود. از این رو، تحقق گردشگری اخلاق‌مدار مستلزم هم‌افزایی سیاست‌های ملی، تعهدات بین‌المللی و مدیریت محلی در راستای صیانت از سرمایه‌های طبیعی و میراث محیطی است.

جدول ۹- ارزیابی اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌های محیطی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در سطوح بین‌المللی، ملی و محلی

| سطح    | پیشران‌های محیطی                                                                                                                                                        | اثرگذاری | عدم قطعیت | وضعیت                    |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|--------------------------|
| بازرسی | E1 بروز بیماری‌های نوپدید و بازپدید، همه‌گیری‌هایی نظیر کووید-۱۹، آبله میمون و ... که بر گردشگری به شدت تأثیرگذار است                                                   | ۴,۱۰     | ۳,۱۷      | پیشران اثرگذار           |
|        | E2 امضا و تعهد به توافق‌نامه‌های جهانی زیست‌محیطی مانند کنوانسیون تنوع زیستی و توافق‌نامه پاریس که کشورها را به حفاظت از منابع طبیعی در فعالیت‌های گردشگری ملزم می‌کنند | ۳,۸۷     | ۳,۲۳      | اثرگذار متوسط            |
|        | E3 استانداردهای بین‌المللی اکوتوریسم و گردشگری پایدار که بر کاهش اثرات منفی گردشگری بر محیط‌زیست تأکید دارند.                                                           | ۳,۱۳     | ۳,۲۰      | اثرگذار متوسط            |
|        | E4 تغییرات اقلیمی جهانی که بر الگوهای گردشگری، منابع آبی، و پوشش گیاهی مناطق روستایی تأثیرگذار است.                                                                     | ۴,۷۰     | ۴,۰۷      | پیشران بحرانی            |
| بازرسی | E5 سیاست‌های ملی محیط‌زیستی در برنامه‌های توسعه گردشگری مانند حفاظت از منابع طبیعی، مدیریت پسماند و کنترل آلودگی در مناطق گردشگری.                                      | ۴,۶۰     | ۳,۶۷      | پیشران اثرگذار           |
|        | E6 نقش سازمان حفاظت محیط‌زیست و وزارت میراث فرهنگی کشور در تدوین دستورالعمل‌های زیست‌محیطی برای گردشگری روستایی.                                                        | ۴,۷۷     | ۳,۵۰      | پیشران اثرگذار بسیار قوی |
|        | E7 فقدان ارزیابی‌های زیست‌محیطی در بسیاری از پروژه‌های گردشگری کشور که منجر به تخریب منابع طبیعی می‌شود.                                                                | ۴,۸۷     | ۳,۳۳      | پیشران اثرگذار بسیار قوی |
|        | E8 تدوین برنامه/سند ملی گردشگری مسئولانه                                                                                                                                | ۴,۶۰     | ۳,۲۳      | پیشران اثرگذار           |
| بازرسی | E9 مشارکت جامعه محلی شهرستان در حفاظت از محیط‌زیست و میراث فرهنگی از طریق آموزش، نظارت، و فعالیت‌های داوطلبانه.                                                         | ۴,۵۳     | ۳,۶۷      | پیشران اثرگذار           |
|        | E10 توجه حداکثری به ظرفیت تحمل محیط زیست/برد اکولوژیکی در توسعه مقاصد گردشگری روستایی شهرستان طرجه شاندیز (کنترل تعداد گردشگران و ...)                                  | ۴,۹۰     | ۴,۰۷      | پیشران بحرانی            |



شکل ۶. عوامل موثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری در بعد محیطی

#### ۶-۴- تحلیل پیشران‌های قانونی توسعه اخلاق مدار گردشگری

بعد قانونی یکی از مهم‌ترین ابعاد توسعه اخلاق مدار گردشگری است؛ با این تفاوت که برخلاف بعد سیاسی، نقش تعیین‌کننده آن بیش از آنکه ناشی از وجود قوانین باشد، به کیفیت اجرا، ضمانت‌های اجرایی و هماهنگی نهادی وابسته است. در میان پیشران‌های این بعد، «فقدان ضمانت‌های اجرایی قوی برای رعایت اصول اخلاقی در گردشگری» با میانگین اثرگذاری ۴,۷۷ و عدم قطعیت ۴,۳۷، «تدوین و اجرای منشور اخلاق گردشگری محلی» با میانگین اثرگذاری ۴,۶۰، «نقش شوراهای اسلامی و دهیاری‌ها در هدایت و نظارت بر فعالیت‌های گردشگری» با میانگین ۴,۵۷ و همچنین «ایجاد نظام نظارت و ارزیابی اخلاقی-زیست‌محیطی» و «ارائه تعاریف و استانداردهای مشخص اخلاقی» با میانگین ۴,۵۰، مهم‌ترین عوامل حقوقی اثرگذار بر آینده گردشگری اخلاق مدار شناخته می‌شوند. این یافته نشان می‌دهد که آینده این نظام بیش از تصویب قوانین جدید، به کارآمدی نظام حقوقی، شفافیت مقررات و نظارت مؤثر بر اجرای آن‌ها وابسته است.

از منظر عدم قطعیت، «فقدان ضمانت‌های اجرایی اصول اخلاقی» با میانگین ۴,۳۷، «محدودیت‌های قانونی کشور در حوزه گردشگری بین‌المللی» با میانگین ۴,۰۳ و «هم‌افزایی میان سازمان‌های محیط‌زیست، گردشگری، میراث فرهنگی و وزارت کشور» با میانگین ۴,۰۰ بیشترین میزان عدم قطعیت را دارند. این موضوع بیانگر آن است که آینده حکمرانی حقوقی گردشگری اخلاق مدار به شدت تحت تأثیر اصلاحات قانونی، تحولات سیاست‌گذاری، هماهنگی نهادی و تعاملات بین‌المللی قرار دارد.

بر اساس ماتریس اثرگذاری-عدم قطعیت، سه عامل «فقدان ضمانت‌های اجرایی اصول اخلاقی»، «محدودیت‌های قانونی گردشگری بین‌المللی» و «هم‌افزایی میان دستگاه‌های مسئول» در زمره پیشران‌های بحرانی قرار می‌گیرند؛ زیرا هم اثرگذاری و هم عدم قطعیت بالایی دارند و می‌توانند مسیر آینده توسعه اخلاق مدار گردشگری را به طور اساسی تغییر دهند. در مقابل، «ایجاد نظام نظارت و ارزیابی اخلاقی زیست‌محیطی»، «ارائه استانداردها و دستورالعمل‌های اخلاقی»،

«نقش شوراها و دهیاری‌ها» و «تدوین منشور اخلاق گردشگری محلی» به عنوان پیشران‌های راهبردی شناخته می‌شوند که اگرچه از عدم قطعیت کمتری برخوردارند، اما ظرفیت بالایی برای ارتقای حکمرانی اخلاقی و کاهش مخاطرات توسعه گردشگری دارند. همچنین «تدوین چشم‌انداز و استراتژی‌های توسعه اخلاق مدار گردشگری» به دلیل برخورداری از عدم قطعیت نسبتاً بالا و اثرگذاری متوسط، در گروه پیشران‌های نامطمئن قرار می‌گیرد و مستلزم پایش مستمر و بازنگری در فرآیند سیاست‌گذاری است.

از منظر آینده‌پژوهی، یافته‌ها نشان می‌دهد که آینده گردشگری اخلاق مدار بیش از آنکه به کمبود قوانین وابسته باشد، به کارآمدی حکمرانی حقوقی، هماهنگی نهادی و اجرای مؤثر مقررات وابسته است. در سطح بین‌المللی، محدودیت‌های حقوقی و الزامات ناشی از اسناد جهانی، چارچوب کلی تعاملات گردشگری را شکل می‌دهند؛ در سطح ملی، کیفیت قوانین، ضمانت‌های اجرایی، نظام نظارت و هماهنگی میان نهادهای مسئول، مسیر تحقق گردشگری اخلاق مدار را تعیین می‌کنند؛ و در سطح محلی، شوراها و دهیاری‌ها و منشورهای اخلاقی محلی بستر اجرای عملی اصول اخلاقی و حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی را فراهم می‌آورند.

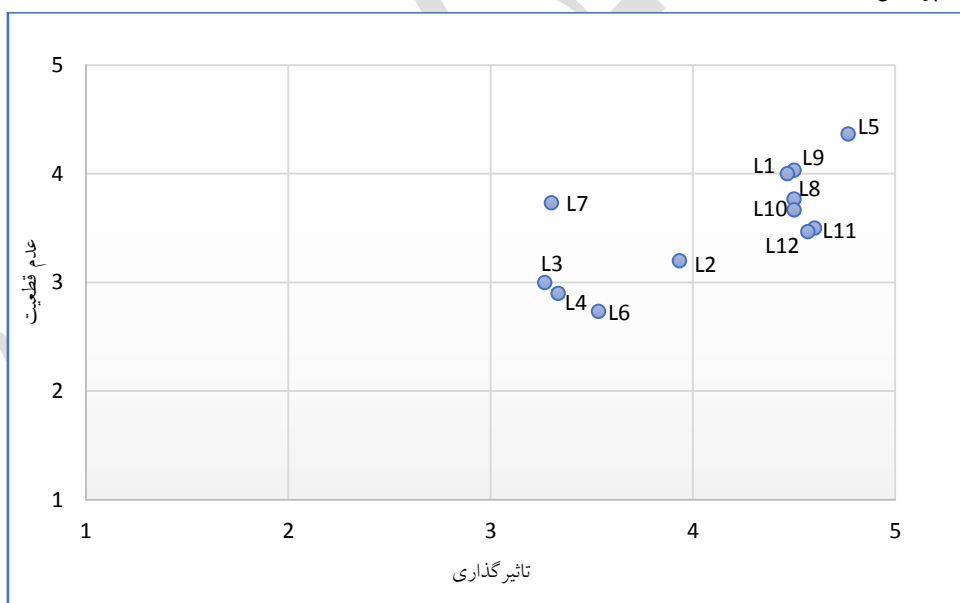
این الگو نشان می‌دهد که توسعه اخلاق مدار گردشگری صرفاً نیازمند قانون‌گذاری نیست، بلکه مستلزم حکمرانی حقوقی کارآمد است؛ حکمرانی‌ای که بر اجرای مؤثر قوانین، وجود ضمانت‌های اجرایی، هماهنگی میان نهادهای مسئول، نظارت مستمر و نهادینه‌سازی استانداردهای اخلاقی استوار باشد. اگرچه اسناد و چارچوب‌های حقوقی بین‌المللی جهت‌گیری کلی توسعه را مشخص می‌کنند، اما آینده گردشگری اخلاق مدار در ایران بیش از هر چیز به اصلاح نظام حقوقی داخلی، رفع خلأهای اجرایی و تقویت ظرفیت‌های نظارتی در سطوح ملی و محلی وابسته خواهد بود. این الگو همچنین نشان می‌دهد که تحقق گردشگری اخلاق مدار حاصل عملکرد یک سطح حکمرانی نیست، بلکه نتیجه برهم‌کنش الزامات حقوقی بین‌المللی، سیاست‌های ملی و سازوکارهای اجرایی محلی است؛ هرچند وزن نظام حقوقی و اجرایی ملی در هدایت و فعال‌سازی ظرفیت‌های محلی بیش از سایر سطوح است.

جدول ۱۰- ارزیابی اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌های قانونی توسعه اخلاق مدار گردشگری در سطوح بین‌المللی، ملی و محلی

| سطح        | پیشران‌های قانونی                                                                                                                                                                               | اثرگذاری | عدم قطعیت | وضعیت                |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|----------------------|
| بین‌المللی | L1. محدودیت‌های قانونی کشور ایران در مورد گردشگری بین‌المللی که دسترسی به مقاصد گردشگری روستایی و رشد این مقاصد را مشکل می‌کند.                                                                 | ۴,۵۰     | ۴,۰۳      | پیشران بحرانی        |
|            | L2 توجه و تاکید بر منشور جهانی اخلاق گردشگری (UNWTO) به عنوان سند مرجع برای تعیین اصول حقوقی رفتار گردشگر و میزبان، شامل احترام به فرهنگ‌های بومی، حفاظت از محیط‌زیست، و رعایت حقوق جوامع محلی. | ۳,۹۳     | ۳,۲۰      | پیشران اثرگذار متوسط |
|            | L3 وجود چارچوب‌های حقوقی بین‌المللی برای حمایت از حقوق جوامع بومی و محلی در برابر بهره‌کشی گردشگری.                                                                                             | ۳,۲۷     | ۳,۰۰      | پیشران اثرگذار متوسط |
| ملی        | L4 قوانین و مقررات ملی مرتبط با گردشگری و محیط‌زیست مانند قانون حفاظت و بهسازی محیط‌زیست، آیین‌نامه تأسیس اقامتگاه‌های بوم‌گردی، و دستورالعمل‌های وزارت میراث فرهنگی.                           | ۳,۳۳     | ۲,۹۰      | پیشران اثرگذار متوسط |
|            | L5 فقدان ضمانت‌های اجرایی قوی برای اجرا و رعایت اصول اخلاقی در                                                                                                                                  | ۴,۷۷     | ۴,۳۷      | پیشران بحرانی        |

|                          |      |      |                                                                                                                                          |
|--------------------------|------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                          |      |      | گردشگری                                                                                                                                  |
| پیشران اثرگذار متوسط     | ۲,۷۳ | ۳,۵۳ | L6 اعمال قوانین بازدارنده در برابر تخریب محیط زیست ناشی از گردشگری (آلودگی، پسماند، تغییر کاربری)                                        |
| پیشران نامطمئن           | ۳,۷۳ | ۳,۳۰ | L7 تدوین چشم انداز روشن، سیاست‌ها، برنامه‌ها و استراتژی‌های مشخص در زمینه توسعه اخلاق مدار گردشگری روستایی در کشور                       |
| پیشران اثرگذار بسیار قوی | ۳,۷۷ | ۴,۵۰ | L8 ارائه تعاریف و قوانین مشخصی برای «دستورالعمل‌های اخلاقی» و «استانداردهای اخلاقی» توسعه مقاصد گردشگری روستایی کشور                     |
| پیشران بحرانی            | ۴,۰۰ | ۴,۴۷ | L9 هم‌افزایی بین سازمان‌های محیط زیست، گردشگری و میراث فرهنگی و وزارت کشور در زمینه دستیابی به توسعه اخلاق مدار گردشگری در نواحی روستایی |
| پیشران اثرگذار بسیار قوی | ۳,۶۷ | ۴,۵۰ | L10 ایجاد نظام نظارت و ارزیابی اخلاقی- زیست‌محیطی در فعالیتهای گردشگری روستایی                                                           |
| پیشران اثرگذار بسیار قوی | ۳,۴۷ | ۴,۵۷ | L11 نقش شوراهای اسلامی روستا و دهیاری‌ها در هدایت و نظارت بر فعالیتهای گردشگری و پیگیری تخلفات اخلاقی و زیست‌محیطی                       |
| پیشران اثرگذار بسیار قوی | ۳,۵۰ | ۴,۶۰ | L12 تدوین و اجرای «منشور اخلاق گردشگری محلی» برای کنترل رفتار گردشگران و حفاظت از منابع فرهنگی و طبیعی در سطح شهرستان                    |

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۵



شکل ۷. عوامل موثر بر توسعه اخلاق مدار گردشگری در بعد قانونی

#### ۴-۷- تحلیل تلفیقی سطوح حکمرانی<sup>۱</sup>

نتایج تحلیل تلفیقی نشان می‌دهد که اگرچه پیشران‌های شناسایی شده در هر سه سطح محلی، ملی و بین‌المللی بر آینده توسعه اخلاق مدار گردشگری اثرگذار هستند، اما شدت اثرگذاری آن‌ها یکسان نیست. همان‌گونه که جدول ۱۱ نشان می‌دهد، سطح محلی با میانگین اثرگذاری ۴,۵۴ بیشترین نقش را در شکل‌دهی آینده گردشگری اخلاق‌مدار دارد.

<sup>۱</sup> . Cross-scale Analysis

این یافته بیانگر آن است که موفقیت این الگوی توسعه بیش از هر چیز به ظرفیت حکمرانی محلی، مشارکت جوامع روستایی، عملکرد دهیاری‌ها، مدیریت مقصد و نهادهای محلی وابسته است.

در مقابل، سطح ملی با میانگین اثرگذاری ۴,۳۴ در جایگاه دوم قرار دارد، اما هم‌زمان با میانگین عدم قطعیت ۳,۹۶ بیشترین میزان عدم اطمینان را نیز داراست. این وضعیت نشان می‌دهد که تغییرات سیاست‌های کلان، اصلاحات قانونی، شرایط اقتصادی کشور و تحولات مدیریتی می‌توانند مسیر آینده گردشگری اخلاق‌مدار را به‌طور جدی تحت تأثیر قرار دهند؛ از این رو، سطح ملی مهم‌ترین منشأ عدم قطعیت آینده این نظام محسوب می‌شود.

از سوی دیگر، سطح بین‌المللی با وجود آنکه کمترین میانگین اثرگذاری ۴,۰۵ را به خود اختصاص داده است، همچنان از نقش راهبردی برخوردار است؛ زیرا بسیاری از استانداردهای اخلاقی، الزامات زیست‌محیطی، روندهای اقلیمی، فناوری‌های نوظهور و چارچوب‌های حقوقی توسعه گردشگری از این سطح سرچشمه می‌گیرند و به صورت غیرمستقیم بر سیاست‌ها و اقدامات ملی و محلی اثر می‌گذارند.

در مجموع، یافته‌ها نشان می‌دهد که آینده توسعه اخلاق‌مدار گردشگری حاصل برهم‌کنش سه سطح حکمرانی است؛ با این حال، کانون اجرای تحول در سطح محلی، منشأ اصلی عدم قطعیت در سطح ملی و جهت‌گیری کلان تحول در سطح بین‌المللی قرار دارد. این الگو بیانگر آن است که تحقق گردشگری اخلاق‌مدار مستلزم حکمرانی چندسطحی و هماهنگی میان نهادهای محلی، سیاست‌گذاران ملی و چارچوب‌های بین‌المللی است.

جدول ۱۱- تحلیل مقایسه‌ای اثرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌ها در سطوح مختلف حکمرانی (محلی، ملی و بین‌المللی)

| علامت اختصاری     | سطح        | تعداد عامل | میانگین     |           |
|-------------------|------------|------------|-------------|-----------|
|                   |            |            | میزان تأثیر | عدم قطعیت |
| Local (L)         | محلی       | ۱۴         | ۴,۵۴        | ۳,۷۸      |
| International (I) | ملی        | ۲۵         | ۴,۳۴        | ۳,۹۶      |
| Global (G)        | بین‌المللی | ۱۷         | ۴,۰۵        | ۳,۷۹      |
| کل                |            | ۵۶         | ۴,۳۱        | ۳,۸۴      |

ماخذ: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۵

بدین ترتیب از میان ۵۶ عامل اولیه، ۱۸ عامل به‌عنوان مهم‌ترین پیشران‌های کلیدی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در شهرستان طر‌قه‌شاندیز شناسایی شدند. نتایج تحلیل توزیع پیشران‌های کلیدی در سطوح سه‌گانه حکمرانی (جدول ۱۲) نشان می‌دهد که از مجموع ۱۸ پیشران نهایی، ۵ پیشران (۲۸ درصد) در سطح محلی، ۶ پیشران (۳۳ درصد) در سطح ملی و ۷ پیشران (۳۹ درصد) در سطح بین‌المللی قرار می‌گیرند. این توزیع نشان می‌دهد که سطح بین‌المللی با ۳۹ درصد بیشترین سهم را در میان پیشران‌های کلیدی دارد و نشان‌دهنده تأثیرپذیری عمیق توسعه اخلاق‌مدار گردشگری از تحولات جهانی، استانداردهای بین‌المللی و الزامات فراملی است. در مقابل، سطح محلی با ۲۸ درصد کمترین سهم را به خود اختصاص داده است که بیانگر آن است که با وجود اهمیت بالای ظرفیت‌های محلی (همان‌گونه که در اثرگذاری بالای پیشران‌های محلی نظیر «ظرفیت تحمل اکولوژیکی» با ۴,۹۰ مشاهده می‌شود)، تعداد پیشران‌های محلی مؤثر بر آینده گردشگری اخلاق‌مدار نسبت به سطوح ملی و بین‌المللی کمتر است.

در بین پیشران های کلیدی، بالاترین اثرگذاری متعلق به «توجه حداکثری به ظرفیت تحمل محیط زیست/برد اکولوژیکی» با اثرگذاری ۴,۹۰ «پیوند اقتصاد محلی با اخلاق گردشگری» ۴,۸۳ و «فقدان ضمانت های اجرایی قوی» با ۴,۷۷ می باشد. در میان ابعاد شش گانه مورد بررسی، بعد محیطی با میانگین اثرگذاری ۴,۸ بیشترین تأثیر را بر توسعه اخلاق مدار گردشگری روستایی دارد. پس از آن به ترتیب ابعاد اقتصادی با میانگین ۴,۶۳، سیاسی با ۴,۶۲، قانونی با ۴,۵۸، تکنولوژیک با ۴,۵۳ و اجتماعی با ۴,۴۳ قرار می گیرند. این اولویت بندی نشان می دهد که خبرگان مسائل زیست محیطی را به عنوان یکی از حیاتی ترین عوامل در پایداری گردشگری منطقه تلقی می کنند.

از نظر میزان عدم قطعیت نیز نتایج نشان می دهد که پیشران های اقتصادی نظیر «کاهش سرمایه گذاری خارجی در ایران به دلیل تحریم های بین المللی» و «جذب منابع مالی بین المللی»، با میانگین عدم قطعیت ۴,۵۳، بالاترین سطح ابهام را در میان تمامی پیشران ها و همچنین عوامل سیاسی نظیر «ثبات سیاسی کشور» و «تعامل مسالمت آمیز با سایر کشورها و سازمان های بین المللی گردشگری» با عدم قطعیت ۴,۴۷، در زمره متغیرهایی قرار می گیرند که علاوه بر اثرگذاری بالا (۴,۵۷)، دارای عدم قطعیت قابل توجهی بوده و می توانند سناریوهای متفاوتی را برای آینده گردشگری اخلاق مدار رقم زنند. در مقابل، پیشران محیطی اگرچه از نظر اثرگذاری در بالاترین سطح، اما از عدم قطعیت نسبتاً کمتری (۴,۰۷) برخوردارند که نشان می دهد اگرچه تغییرات اقلیمی و محدودیت های اکولوژیکی به عنوان تهدیدهای قطعی برای گردشگری روستایی شناخته می شوند، اما ماهیت تدریجی و روندی این تغییرات، آن ها را نسبت به شوک های ناگهانی اقتصادی و سیاسی، قابل پیش بینی تر ساخته است.

براساس ماتریس اثرگذاری- عدم قطعیت، مهم ترین پیشران های توسعه اخلاق مدار گردشگری روستایی عبارت اند از: سرمایه گذاری خارجی و منابع مالی بین المللی، ثبات سیاسی و تعاملات بین المللی، ضمانت های اجرایی قوانین گردشگری، تغییرات اقلیمی جهانی و توانمندسازی اقتصادی و کارآفرینی روستایی. بر این اساس، دستیابی به گردشگری پایدار در شهرستان طرهبه شاندیز مستلزم اتخاذ رویکردی یکپارچه است که در آن مدیریت و حفاظت منابع طبیعی به ویژه ظرفیت های اکولوژیکی، تقویت ضمانت های اجرایی قوانین، پیوند اقتصاد محلی با اصول اخلاقی گردشگری، ارتقای حکمرانی محلی، توانمندسازی جوامع روستایی و توسعه زیرساخت های فناوری و ارتباطی به صورت هم زمان مورد توجه قرار گیرد.

**تطبیق پیشران های کلیدی با زمینه فضایی مطالعه:** به منظور بررسی میزان زمینه مندی پیشران های کلیدی شناسایی شده و پاسخ به این پرسش که آیا پیشران های استخراج شده صرفاً واجد ماهیت نظری و عمومی هستند یا در سطوح مختلف فضایی، به ویژه در شهرستان طرهبه شاندیز، دارای مصداق عینی و نهادی اند، پیشران های نهایی در سه سطح بین المللی، ملی و محلی مورد بازبینی قرار گرفتند. در این مرحله، برای هر پیشران، شواهد و مستندات موجود در سطح متناظر بررسی و میزان ارتباط آن با شرایط مقصد مورد مطالعه مشخص شد. منظور از «ارتباط با شهرستان طرهبه شاندیز» در این تحلیل، لزوماً منحصر به فرد بودن پیشران برای شهرستان نیست؛ بلکه وجود شواهدی از تحقق، اثرگذاری یا ظرفیت اثرگذاری آن در شرایط نهادی، اقتصادی، اجتماعی، محیطی و گردشگری شهرستان است. همچنین، پیشران های ملی بر اساس قوانین، سیاست ها، برنامه های توسعه و روندهای حاکم بر بخش گردشگری کشور بررسی شدند. این تفکیک امکان تمایز میان پیشران های زمینه مند محلی، پیشران های ناشی از ساختارها و سیاست های ملی و نیروهای فراملی را

فراهم می‌کند.

جدول ۱۲. پیشران‌های کلیدی و تطبیق هر یک با سطح فضایی و شواهد زمینه‌ای

| بُعد    | سطح        | پیشران نهایی                                                                                                                                    | تاثیرگذاری | عدم قطعیت | مصدق/شاهد زمینه‌ای در طبقه‌بندی یا ایران                                                                                                                           | وضعیت شواهد            |
|---------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| اجتماعی | محلی       | ارتقای مهارت‌های کارآفرینی<br>اخلاق‌محور و اشتغال‌سبز در روستاها                                                                                | ۴,۶۳       | ۴,۴۳      | وجود ظرفیت فعالیت‌های گردشگری<br>روستایی، بوم‌گردی و خدمات گردشگری<br>در روستاهای شهرستان و ضرورت ارتقای<br>مهارت ساکنان برای مشارکت مسئولانه در<br>زنجیره گردشگری | مستقیم - محلی          |
|         | شهر        | نقش نهادهای مدنی و فرهنگی در<br>ترویج گردشگری اخلاق‌مدار؛ مانند<br>انجمن‌های بوم‌گردی، سازمان‌های<br>مردم‌نهاد و مراکز فرهنگی                   | ۴,۲۳       | ۴,۲۷      | نقش تشکلهای مدنی، انجمن‌های حرفه‌ای<br>و نهادهای فرهنگی در ترویج گردشگری<br>مسئولانه و اخلاق‌مدار در سطح کشور                                                      | مستقیم - ملی           |
|         | محلی       | پیوند اقتصاد محلی با اخلاق<br>گردشگری و ترویج اخلاق‌مداری در<br>زنجیره ارزش گردشگری روستایی<br>شهرستان                                          | ۴,۸۳       | ۴,۰۰      | وابستگی بخشی از فعالیت‌های اقتصادی<br>روستاهای گردشگری شهرستان به<br>گردشگری، خدمات، اقامت، پذیرایی و<br>عرضه محصولات و خدمات محلی                                 | مستقیم - محلی          |
| اقتصادی | شهر        | کاهش سرمایه‌گذاری خارجی در ایران<br>به دلیل تحریم‌های بین‌المللی                                                                                | ۴,۶۷       | ۴,۵۳      | محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها و کاهش<br>دسترسی کشور به سرمایه و منابع مالی<br>بین‌المللی، با پیامد برای توسعه زیرساخت<br>و سرمایه‌گذاری گردشگری                     | مستقیم - ملی           |
|         | بین‌المللی | جذب منابع مالی بین‌المللی؛ مانند<br>صندوق‌های توسعه پایدار و کمک‌های<br>سازمان‌های بین‌المللی (UNDP،<br>UNEP) برای پروژه‌های گردشگری<br>روستایی | ۴,۶۰       | ۴,۵۳      | دسترسی بالقوه به سازوکارها و منابع مالی<br>بین‌المللی مرتبط با توسعه پایدار، حفاظت<br>محیط‌زیست و توسعه جوامع محلی                                                 | فراملی - مؤثر در ایران |
|         | محلی       | تقویت توان اقتصادی خانوارهای<br>روستایی برای مشارکت در گردشگری<br>اخلاق‌مدار؛ مانند سرمایه‌گذاری در<br>اقامتگاه‌های بوم‌گردی یا خدمات محلی      | ۴,۵۷       | ۴,۰۰      | امکان مشارکت مستقیم خانوارهای<br>روستایی طبقه‌بندی‌شده در اقامتگاه‌های<br>بوم‌گردی، خدمات گردشگری،<br>صنایع دستی، محصولات محلی و<br>فعالیت‌های مکمل                | مستقیم - محلی          |
|         |            |                                                                                                                                                 |            |           |                                                                                                                                                                    |                        |

|        |                                                                                                                           |      |      |                                                                                                                                                       |                        |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
|        | تأثیر نوسانات اقتصادی جهانی؛ مانند تورم جهانی، بحران‌های مالی یا رکود اقتصادی بر تقاضای گردشگری روستایی                   | ۴,۵۰ | ۴,۴۰ | اثرپذیری تقاضای گردشگری و قدرت خرید گردشگران از شرایط اقتصادی و نوسانات اقتصاد جهانی                                                                  | فراملی - مؤثر بر ایران |
| فناوری | محدودیت دسترسی به اینترنت در ایران در مقایسه با رقبای همسایه و کاهش فرصت‌های بازار گردشگری کشور                           | ۴,۵۳ | ۴,۴۳ | محدودیت‌ها و اختلالات دسترسی به اینترنت و پلتفرم‌های دیجیتال در کشور که بر بازاریابی، معرفی مقصد، رزرو و ارتباط با گردشگران اثر می‌گذارد              | مستقیم - ملی           |
| سیاسی  | نقش مؤثر مدیریت شهرستان و فرمانداری طرهبه‌شاندیز در توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در نواحی روستایی                             | ۴,۷۰ | ۴,۶۰ | نقش مدیریت شهرستان، فرمانداری، شهرداری‌ها و دهیاری‌ها در سیاست‌گذاری، هماهنگی بین دستگاه‌ها، مدیریت گردشگری و ساماندهی فعالیت‌های گردشگری روستایی     | مستقیم - محلی          |
|        | باور مقامات و نهادهای تصمیم‌گیر کشور به نقش گردشگری در کاهش تنش‌های سیاسی و افزایش صلح و دوستی میان کشورها                | ۴,۶۷ | ۴,۲۷ | جایگاه گردشگری در سیاست‌های ملی به‌عنوان ابزار تعامل فرهنگی، ارتباط میان ملت‌ها و تقویت روابط بین‌المللی                                              | م                      |
|        | پیوستن به کنوانسیون‌ها و منشورهای بین‌المللی اخلاق گردشگری (UNWTO)، (UNEP)، (UNESCO)                                      | ۴,۶۷ | ۴,۰۳ | چارچوب‌ها، اصول و تعهدات بین‌المللی مرتبط با گردشگری مسئولانه، میراث فرهنگی و حفاظت محیط‌زیست که می‌توانند بر سیاست‌گذاری گردشگری ایران اثرگذار باشند | فراملی - مؤثر بر ایران |
|        | تثبات سیاسی در کشور و تعامل مسالمت‌آمیز با سایر کشورها و سازمان‌های بین‌المللی گردشگری                                    | ۴,۵۷ | ۴,۴۷ | وابستگی جریان گردشگران، همکاری‌های گردشگری و تعاملات بین‌المللی به شرایط سیاسی و روابط خارجی کشور                                                     | فراملی - مؤثر بر ایران |
|        | وجود چارچوب‌های اخلاقی و زیست‌محیطی سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، مانند اصول گردشگری مسئولانه و منشور جهانی اخلاق گردشگری | ۴,۴۷ | ۴,۰۰ | وجود چارچوب‌ها و اصول بین‌المللی برای هدایت گردشگری به سمت مسئولیت‌پذیری اجتماعی، فرهنگی و محیط‌زیستی                                                 | فراملی - مؤثر بر ایران |
| قانونی | فقدان ضمانت‌های اجرایی قوی برای اجرا و رعایت اصول اخلاقی در گردشگری                                                       | ۴,۷۷ | ۴,۳۷ | وجود مقررات و سیاست‌های مرتبط با گردشگری در کشور و چالش اجرای مؤثر برخی اصول مسئولیت‌پذیری و اخلاقی در سطح مقصد                                       | مستقیم - ملی           |

|                                                                                                                                                    |      |      |                                                                                                                                   |            |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| تأثیر مقررات ورود و خروج، محدودیت‌های تعاملات بین‌المللی و شرایط حقوقی کشور بر جریان گردشگران خارجی                                                | ۴,۰۳ | ۴,۵۰ | محدودیت‌های قانونی کشور ایران در مورد گردشگری بین‌المللی که دسترسی به مقاصد گردشگری روستایی و رشد این مقاصد را مشکل می‌کند        | بین‌المللی |             |
|                                                                                                                                                    | ۴,۰۰ | ۴,۴۷ | هم‌افزایی بین سازمان محیط‌زیست، گردشگری و میراث فرهنگی و وزارت کشور در زمینه دستیابی به توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در نواحی روستایی | محلی       |             |
| آسیب‌پذیری مقصدهای روستایی در برابر تغییرات دما، کاهش منابع آب و تغییر شرایط محیطی؛ با قابلیت اثرگذاری بر جاذبه‌ها و فصل‌پذیری گردشگری طبقه‌شاندیز | ۴,۰۷ | ۴,۷۰ | تغییرات اقلیمی جهانی که بر الگوهای گردشگری، منابع آبی و پوشش گیاهی مناطق روستایی تأثیرگذار است                                    | بین‌المللی | طرقه‌شاندیز |
| ضرورت کنترل حجم ورود گردشگران، ترافیک، فشار بر منابع طبیعی، پسماند و خدمات محیطی در نقاط پرتردد گردشگری شهرستان متناسب با ظرفیت محیطی مقصد         | ۴,۰۷ | ۴,۹۰ | توجه حداکثری به ظرفیت تحمل محیط‌زیست/برد اکولوژیکی در توسعه مقاصد گردشگری روستایی شهرستان طبقه‌شاندیز                             | محلی       |             |

ماخذ: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۵

## ۵. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد آینده‌پژوهی و چارچوب تحلیل محیطی PESTEL، به شناسایی و تحلیل پیشران‌های کلیدی توسعه اخلاق‌مدار گردشگری در روستاهای شهرستان طرقه‌شاندیز در افق ۱۴۱۵ پرداخت. نتایج نشان داد که آینده گردشگری اخلاق‌مدار بیش از آنکه تحت تأثیر یک عامل منفرد باشد، محصول برهم‌کنش مجموعه‌ای از پیشران‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فناورانه، محیط‌زیستی و قانونی در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی است. این یافته، ماهیت پیچیده، چندسطحی و میان‌بخشی حکمرانی گردشگری را آشکار می‌سازد و نشان می‌دهد که توسعه اخلاق‌مدار گردشگری نیازمند هماهنگی هم‌زمان میان سیاست‌های کلان، ظرفیت‌های محلی و روندهای جهانی است. بررسی میزان اثرگذاری و عدم‌قطعیت پیشران‌ها نشان داد که ابعاد سیاسی، اقتصادی، محیط‌زیستی و قانونی بیشترین نقش را در شکل‌دهی آینده گردشگری اخلاق‌مدار ایفا می‌کنند. در بعد سیاسی، کیفیت حکمرانی، ثبات سیاسی، سیاست‌گذاری راهبردی و تعاملات بین‌المللی، مهم‌ترین نیروهای تعیین‌کننده آینده محسوب می‌شوند. در بعد اقتصادی، توانمندسازی اقتصاد محلی، سرمایه‌گذاری مسئولانه، دسترسی به منابع مالی و توزیع عادلانه منافع گردشگری، مهم‌ترین الزامات توسعه اخلاق‌مدار هستند. یافته‌های بعد اجتماعی نیز بیانگر آن است که ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، توانمندسازی جامعه محلی، آموزش اخلاق گردشگری و افزایش مشارکت ذی‌نفعان، زیربنای تحقق گردشگری اخلاق‌مدار را تشکیل می‌دهد. در بعد فناورانه، اگرچه فناوری به‌تنهایی پیشران اصلی آینده نیست، اما توسعه زیرساخت‌های ارتباطی، کاهش شکاف دیجیتال و استقرار سامانه‌های هوشمند مدیریت مقصد، نقش توانمندساز و

تسهیل‌کننده توسعه اخلاق‌مدار را بر عهده دارند. همچنین، در بعد محیط‌زیستی و قانونی، حفاظت از منابع طبیعی، توجه به ظرفیت تحمل اکولوژیک، تقویت ضمانت‌های اجرایی قوانین، تدوین استانداردها و منشورهای اخلاقی و ایجاد نظام‌های نظارتی، به‌عنوان مهم‌ترین پیشران‌های آینده شناسایی شدند. در میان ابعاد شش‌گانه، بعد محیطی با میانگین اثرگذاری ۸۰٪، اقتصادی با ۶۳٪، سیاسی با ۶۲٪، قانونی با ۵۸٪، تکنولوژیک با ۵۳٪ و اجتماعی با ۴۳٪ به‌ترتیب بیشترین تأثیر را بر توسعه اخلاق‌مدار گردشگری روستایی داشته‌اند.

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای این پژوهش، تحلیل هم‌زمان پیشران‌ها در سه مقیاس حکمرانی (محلی، ملی و بین‌المللی) است. برخلاف بسیاری از مطالعات که تنها به عوامل درون‌مقصودی توجه کرده‌اند، نتایج این پژوهش نشان داد که اگرچه بیشترین میزان اثرگذاری متعلق به پیشران‌های محلی است، اما بیشترین عدم قطعیت در سطح ملی مشاهده می‌شود؛ موضوعی که بیانگر نقش تعیین‌کننده سیاست‌های کلان، ثبات نهادی و کیفیت حکمرانی در فعال‌سازی ظرفیت‌های محلی است. از سوی دیگر، پیشران‌های بین‌المللی اگرچه اثرگذاری مستقیم کمتری دارند، اما از طریق استانداردهای جهانی، تعهدات بین‌المللی، تغییرات اقلیمی و روندهای فناوری، مسیر آینده گردشگری اخلاق‌مدار را هدایت می‌کنند. بنابراین، توسعه این نوع گردشگری مستلزم استقرار حکمرانی چندسطحی، شبکه‌ای و مشارکتی است که بتواند میان الزامات جهانی، سیاست‌های ملی و ظرفیت‌های محلی پیوند مؤثر برقرار کند.

در این راستا، نتایج نشان می‌دهد که اخلاق گردشگری بیش از آنکه مسئله‌ای مبتنی بر رفتارهای فردی باشد (Smith & Duffy, 2003)، با مفاهیم کلان ساختاری همچون عدالت توزیعی و حکمرانی محلی پیوند خورده است. این امر با تغییر بنیادین در ادبیات جهانی از هنجارهای رفتاری به سمت عدالت اجتماعی و حکمرانی مقاصد (Jamal, 2021; Danby & Patrick, 2021) و ضرورت حکمرانی مشارکتی در مناطق روستایی (Valderrama & Polanco, 2024) کاملاً همسو است. از سوی دیگر، تحلیل تطبیقی نشان می‌دهد که این مطالعه با عبور از تمرکز سنتی پژوهش‌های داخلی بر رفتار گردشگران یا پیامدهای اخلاق‌محوری (مانند تاج‌آبادی و اردیبهشت، ۱۳۹۶؛ رحمانی تیرکلایی، ۱۳۹۹)، گامی فراتر در جهت شناسایی پیشران‌های ساختاری و عدالت در حکمرانی مقصد (Fennell, 2015) برداشته است؛ امری که برای گذار از مدل‌های سنتی به توسعه پایدار و اخلاق‌مدار در مقاصد ایران ضروری است.

از منظر نظری، پژوهش حاضر با تلفیق آینده‌پژوهی، چارچوب PESTEL و مفهوم گردشگری اخلاق‌مدار، چارچوبی برای شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های مؤثر بر گذار به گردشگری اخلاق‌مدار در مقصد روستایی فراهم می‌کند. زمینه‌مند کردن پیشران‌ها در شهرستان طرقله‌شاندیز و تفکیک آنها در سطوح محلی، ملی و بین‌المللی، امکان تمایز میان عوامل قابل مداخله در سطح مقصد و عوامل زمینه‌ای و بالادست را فراهم ساخته است. همچنین، ارزیابی هم‌زمان میزان تأثیرگذاری و عدم قطعیت پیشران‌ها، مبنایی برای تشخیص عواملی فراهم می‌کند که می‌توانند در شکل‌دهی به مسیرهای آینده گردشگری اخلاق‌مدار اهمیت بیشتری داشته باشند. از منظر سیاستی، یافته‌ها بر ضرورت تقویت هماهنگی نهادی، مشارکت جامعه محلی، مسئولیت‌پذیری ذی‌نفعان، حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی و توجه به ظرفیت‌های فناورانه در مدیریت گردشگری روستایی تأکید دارد.

با وجود این، پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی مواجه است. نخست، نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی و اتکای تحلیل به قضاوت ۳۰ خبره، موجب می‌شود یافته‌ها قابلیت تعمیم آماری به تمامی متخصصان گردشگری یا سایر مقاصد را

نداشته باشند. اگرچه برای کاهش این محدودیت، خبرگان از حوزه‌های دانشگاهی، اجرایی، مدیریت محلی و بخش خصوصی و با تأکید بر شناخت مستقیم از شهرستان طرهبه‌شان‌دیز انتخاب شدند، نتایج همچنان بازتاب‌دهنده ارزیابی تخصصی این گروه است. دوم، بخشی از پیشران‌ها در سطح ملی و بین‌المللی قرار دارند و خارج از اختیار مستقیم مدیریت شهرستان هستند؛ از این رو، باید آنها را عوامل زمینه‌ای اثرگذار بر مقصد تلقی کرد. سوم، پویایی شرایط سیاسی، اقتصادی، فناوری و محیطی می‌تواند اهمیت و عدم قطعیت پیشران‌ها را در طول زمان تغییر دهد.

بر این اساس، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی، یافته‌های خبرگان با داده‌های عینی و شاخص‌های قابل اندازه‌گیری، از جمله شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، محیطی و گردشگری، اعتبارسنجی شود و دیدگاه گروه‌های مختلف ذی‌نفع، به‌ویژه جوامع محلی، فعالان اقتصادی، مدیران و گردشگران، نیز مورد بررسی قرار گیرد. همچنین، می‌توان با استفاده از روش‌های تحلیل ساختاری و شبکه‌ای، روابط متقابل میان پیشران‌ها را بررسی کرد و در ادامه، بر مبنای پیشران‌های کلیدی، سناریوهای مختلف آینده گردشگری اخلاق‌مدار در طرهبه‌شان‌دیز را تدوین و ارزیابی نمود.

در نهایت، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که گذار به گردشگری اخلاق‌مدار صرفاً به توسعه زیرساخت‌های گردشگری وابسته نیست، بلکه به کیفیت حکمرانی، انسجام نهادی، ظرفیت مشارکت اجتماعی و توان نظام برنامه‌ریزی در مدیریت هم‌زمان پیشران‌های کلیدی وابسته است. از این منظر، تحقق گردشگری اخلاق‌مدار در افق مورد مطالعه مستلزم حرکت از مدیریت بخشی و واکنشی به سوی حکمرانی آینده‌نگر، مشارکتی و اخلاق‌محور است؛ رویکردی که بتواند میان منافع اقتصادی، حفاظت از محیط‌زیست، عدالت اجتماعی و صیانت از ارزش‌های فرهنگی تعادل برقرار کند.

#### منابع:

۱. احمدی، سعید، نادری، مهدی. (۱۴۰۰). ژئومورفولوژی کاربردی مناطق کوهستانی ایران. انتشارات سمت.
۲. ایمانی، بهرام، رضوی، سید مختار. (۱۳۹۹). شناسایی پیشران‌های مؤثر بر وضعیت آینده گردشگری پایدار با رویکرد آینده پژوهی مورد مطالعه: روستاهای بخش مرکزی شهرستان سرعین. برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۳)، ۷۱-۹۰.
۳. بندری، محمد، تارووردی زاده، داوود. (۱۴۰۳). تحلیل کیفی سیاست‌های توسعه پایدار در مناطق روستایی: مطالعه ای بر مبنای دیدگاه ذی نفعان محلی. جغرافیا برنامه ریزی منطقه‌ای، دوره: ۱۴، شماره: ۵۵، ص ۲۹۶-۳۱۱.
۴. تاج آبادی، حسین و اردیبهشت، فاطمه. (۱۳۹۶). تاثیر اخلاق محوری در گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار با محوریت شرکت‌های هواپیمایی ایران، میراث و گردشگری، دوره ۲، شماره ۶، ص ۱۵۵-۱۷۹.
۵. خراسانی، محمدامین، حیدری، قاسم. (۱۳۹۸). مدیریت راهبردی توسعه گردشگری تفرجی شهرستان شهریار با اتکا به مدل PESTEL، گردشگری شهری، دوره ۶، شماره: ۴، ص ۷۳-۹۴.
۶. راسخی، پرستو. (۱۳۹۳). برنامه ریزی توسعه گردشگری جهت توانمندسازی اقتصاد گردشگری نمونه مورد مطالعه: شهر تاریخی دزفول، کارشناسی ارشد شهرسازی گرایش برنامه ریزی منطقه‌ای، دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد.
۷. رحمانی تیرکلایی، حسین. (۱۳۹۹). چارچوب اصول اخلاقی در آسیب شناسی مدیریت و برنامه ریزی توسعه پایدار مقاصد گردشگری ایران: مطالعه موردی استان گیلان، فصلنامه علمی و پژوهشی جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای) سال دهم، شماره ۳، ص ۸۹۵-۹۱۶.
۸. رحیمی پور، بهاره، ظاهری، محمد و کریم زاده، حسین. (۱۳۹۹). شناسایی و تحلیل پیشرانهای کلیدی مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری روستایی با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری شهرستان سقز). فصلنامه علمی-پژوهشی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۹(۳۵)، ص ۹۰-۱۱۱.

۹. رضوانی، محمدرضا و لباف خانیکی، مجید. (۱۳۹۳). اخلاق گردشگری مدرن رویکردی انتقادی به ابعاد، اصول و آثار اخلاق گردشگری مدرن. نشریه گردشگری شهری، ۱۱(۱)، ص ۴۷-۶۱.
۱۰. شایان، حمید. (۱۴۰۰). بررسی و تحلیل سطح مسئولیت پذیری کارآفرینان گردشگری روستایی (مطالعه موردی: شهرستان بینالود). فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۶(۵۴)، ۴۱-۷۳.
۱۱. شیخی، داود و پازکی، معصومه. (۱۳۹۹). تحلیل شاخص ها و کدهای اخلاق گردشگری. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری، ۱۵(۲)، ۲۹-۳۶.
۱۲. صادقی‌ده‌چشمه، قائد، امینی‌هارونی. (۱۳۹۹). شناسایی اثرات منفی فرهنگی گردشگری بر جامعه میزبان (مورد مطالعه: روستای ده چشمه). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۲)، ۲۶۵-۳۱۲.
۱۳. صالحی، زلیخا. (۱۳۹۹). تحلیل گردشگران خارجی از کدهای جهانی اخلاقی بر میزان تعهدات متصدیان گردشگری برای توسعه اکوتوریسم در منطقه بیستون، کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، دانشکده علوم جغرافیایی.
۱۴. عنابستانی، علی اکبر و تجویدی، الهه. (۱۴۰۴). تحلیل پیشران‌های کلیدی شکل‌گیری برند گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد آینده پژوهی (مطالعه موردی: شهرستان زبرخان). جغرافیا (نشریه انجمن جغرافیایی ایران)، ۲۳(۸۷)، ۱-۲۶.
۱۵. فعال جلالی، امین، قاسمی مریم. (۱۴۰۰). تحلیل و ارزیابی کاربری های گردشگری در نواحی روستایی شهرستان بینالود. دو فصلنامه توسعه پایدار و محیط جغرافیایی، سال سوم، شماره ۴، بهار و تابستان ۱۴۰۰، ۳۸-۴۸.
۱۶. قاسمیان، علی اصغر. (۱۳۹۷). پای بندی گردشگران ساحلی به کدهای اخلاقی مطالعه موردی: گردشگران سواحل مازندران، ساری، بابلسر و نور، پایان نامه ی دوره کارشناسی ارشد در رشته اکوتوریسم، دانشگاه مازندران.
۱۷. لاریجانی، مریم و فخرایی، حسین (۱۳۹۸). اخلاق محیط زیست، تهران: نشر تالاب.
۱۸. مظفری، زهرا، قاسمی، مریم. (۱۴۰۴). شناسایی و تحلیل پیشران های کلیدی مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری روستایی با رویکرد آینده نگاری (مطالعه موردی: شهرستان نیشابور). پژوهش های برنامه و توسعه، ۱۵(۱)، ۴۱-۷۷.
۱۹. ناصری، یاسر (۱۳۹۸). بررسی تاثیر ابعاد اخلاق گردشگری بر گردشگری سبز (مورد مطالعه: گردشگران چشمه‌های آب گرم دهلران)، کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی باختر ایلام، دانشکده مدیریت و حسابداری.
۲۰. ویسی، فرزاد، صفیاری، رسول، منوچهری، سوران. (۱۳۹۸). پیشران های مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری نواحی روستایی با تأکید بر آینده پژوهی (مورد مطالعه: بخش اورامان شهرستان سروآباد). دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال هفتم، شماره چهاردهم، پاییز و زمستان ۱۳۹۸، ص ۴۷-۷۲.
۲۱. یاراحمدی، میترا. سجاسی قیداری، ح.، شایان، ح. و سیفی، س. (۱۴۰۴). تحلیل زمینه‌ها و علل شکل‌گیری تعارض در مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: شهرستان طرکبه و شاندیز). برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱۴(۵۴)، ص ۷-۳۷.
۲۲. سازمان برنامه و بودجه کشور. (۱۴۰۳). سالنامه اماری استان خراسان رضوی.
23. Becker, C. U. (2012). *Sustainability ethics and sustainability research*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-2288-0>
24. Bishop, P. C., Hines, A., & Collins, T. (2007). The current state of scenario development: An overview of techniques. *Foresight*, 9(1), 5–25. <https://doi.org/10.1108/14636680710727516>
25. Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>
26. Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595–616. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.10.004>
27. Chen, M. (2025). From "effectiveness" to "access": Rethinking the logic of technology-enhanced language learning. *Studies in Technology Enhanced Learning*. <https://doi.org/10.21428/8c225f6e.6cf3a869>
28. Christou, E., & Sharpley, R. (۲۰۱۹). *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Channel View Publications.
29. Cruise Malloy David, David A Fennell (1998) Codes of ethics and tourism: An exploratory content analysis *turism Management*, Vol. 19, No. 5, pp. 453- 461, 1998
30. Dangi, T. B., & Petrick, J. F. (2021). Augmenting the Role of Tourism Governance in Addressing Destination Justice, Ethics, and Equity for Sustainable Community-Based Tourism. *Tourism and Hospitality*, 2(1), 15–42. <https://doi.org/10.3390/tourhosp2010002>

31. Dator, J. (2009). Alternative futures at the Manoa School. *Journal of Futures Studies*, 14(2), 1–18.
32. Fennell, D. A. (2006). *Tourism ethics*. Channel View Publications.
33. Fennell, D. A. (2015). *Ethics in tourism*. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer.
34. Fennell, D. A. (2019). Sustainability ethics in tourism: The imperative next imperative. *Tourism Recreation Research*, 44(1), 117–130. <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1548090>
35. Fennell, D. A. (2020). Tourism ethics and responsible tourism. In D. A. Fennell (Ed.), *The Routledge handbook of tourism ethics* (pp. 1–16). Routledge.
36. Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869–883. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1301721>
37. Gheorghe, G., Tudorache, P., & Roșca, I. M. (2023). The contribution of green marketing in the development of a sustainable destination through advanced clustering methods. *Sustainability*, 15(18), 13691. <https://doi.org/10.3390/su151813691>
38. Godet, M., & Durance, P. (2011). *Strategic foresight for corporate and regional development*. UNESCO.
39. Gössling, S., & Hall, C. M. (2023). Tourism and global environmental change: Ecological, social and governance challenges. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(8), 1721–1738.
40. Graham, J., Amos, B., & Plumptre, T. (2003). *Principles for good governance in the 21st century*. Institute on Governance.
41. Grimwood, B. S. R., Caton, K., Nicholas, L., & Hanna, P. (2018). New ethical frontiers in tourism: Toward more-than-human and posthumanist ethics. *Tourism Recreation Research*, 43(4), 377–390. <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1455943>
42. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). Sage Publications.
43. Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R: A Workbook*. Springer.
44. Jamal, T. (2020). Tourism ethics: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 221–224.
45. Jamal, T. (2019). *Justice and ethics in tourism*. Routledge.
46. Jamal, T., & Camargo, B. A. (2014). Sustainable tourism, justice and an ethic of care: Toward the just destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(1), 11–30. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.786084>
47. Jamal, T., Higham, J., Camargo, B. A., et al. (2021). Justice and ethics: Towards a new platform for tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2–3), 143–157. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835933>
48. Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). *Exploring corporate strategy* (8th ed.). Pearson Education.
49. Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – Towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>
50. Lin, J. S.-S. (2018). Syntactic and lexical approaches to reading comprehension. In *Proceedings of the 5th Workshop on NLP for Educational Applications* (pp. 11–19). <https://doi.org/10.18653/v1/W18-3702>
51. Macbeth, J. (2005). Towards an ethics platform for tourism. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 962–984.
52. Makoondlall-Chadee, T., & Bokhoree, C. (2024). Understanding the influencing factors of pro-environmental behavior in the hotel sector of Mauritius Island. *Tourism and Hospitality*, 5(4), 942–976. <https://doi.org/10.3390/tourhosp5040052>
53. Munir, A., & Akhtar, J. (2025). Bridging tradition and modernity: Islamic ethical guidelines for sustainable tourism in Pakistan. In E. Bayraktaroglu & B. Çıvık (Eds.), *Modern social challenges impacting tourism: Ethics, societal disruption, and intimacy* (pp. 1–26). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8794-8.ch009>
54. Nicolaides, A. (2020). Sustainable ethical tourism (SET) and rural community involvement. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), 1–16.
55. Pazhuhan, M., Moradpour, N., Beishami, B., Värnik, R., Parra-Acosta, Y. K., Skominas, R., Pour, M., & Azadi, H. (2023). Do inhabitants' perceptions support tourism sustainability? The case of Khorramabad in Iran. *Sustainability*, 15(14), 10926. <https://doi.org/10.3390/su151410926>
56. Smith, M., & Duffy, R. (2003). *The ethics of tourism development*. Routledge.
57. United Nations World Tourism Organization. (2020). *Global Code of Ethics for Tourism*. UNWTO.
58. Valderrama, E. L., & Polanco, J. A. (2024). Understanding how collaborative governance mediates rural tourism and sustainable territory development: a systematic literature review. *Tourism Recreation Research*, 49(4), 888–904.
59. Van der Duim, R., & Caalders, J. (2002). Biodiversity and tourism: Impacts and interventions. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 743–761. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00087-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00087-1)
60. Yeoman, I., & McMahon-Beattie, U. (2022). The future of tourism: Innovation, resilience and

sustainability.

61. Zheng, S. Y., Han, J. N., Gandolfi, F., Alturise, F., & Alkhalaf, S. (2025). Fostering eco - conscious tourists: How sustainable marketing drives green consumption behaviors. *Acta Psychologica*, 255, 104900. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104900>
62. Zheng, X., Lin, Y., Cheng, X., Ahn, Y. - j., & Chi, X. (2025). An investigation into the formation of tourists' pro - environmental behavior in geotourism: Balancing tourism and ecosystem preservation. *Sustainability*, 17(4), 1422. <https://doi.org/10.3390/su17041422>
63. [www.unwto.org](http://www.unwto.org)