



Designing Sustainable Nature-Based Recreational Experiences: Bibliometric and Systematic Literature Review

Mojtaba Javdan *

Assistant Professor, Department of Tourism, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

Niloufar Abaspoor

Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Management, Kharazmi University, Tehran, Iran

Fatemeh Soltan Taghizadeh

MSc Student in Geography and Tourism Planning, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

Abstract

The purpose of this study is to expand the conceptual foundation for designing sustainable nature-based recreation experiences by bridging the knowledge gap between experience design and sustainability theory to address unsustainable and irresponsible trends. The research design follows a review approach combining a systematic literature review and scientometric analysis. The statistical population consists of 94 articles obtained from the Scopus and Web of Science databases

* Corresponding Author: mjavdan@khu.ac.ir

How to Cite: Javdan, M. , Abaspoor, N. and Taghizade, F. S. (2026). Designing Sustainable Nature-Based Recreational Experiences: Bibliometric and Systematic Literature Review. *Tourism Management Studies*, 21(73), 87 - 164. doi: [10.22054/tms.2026.90173.3153](https://doi.org/10.22054/tms.2026.90173.3153)

between 2008 and 2025, screened according to the PRISMA procedure. Data analysis was performed using VOSviewer and MAXQDA software.

The scientometric findings indicate that publications began emerging in 2008 and have reached their peak over the past five years. Furthermore, experience design, sustainable tourism, nature-based tourism, and satisfaction have formed the core keywords and thematic clusters. Key findings from the systematic literature review include the introduction of a proposed framework for designing sustainable experiences comprising antecedents (individual and destination drivers), process (value co-creation, interactive learning, environmental commitment, personalized experience, and innovation), and outcomes (meaningful visitor experiences and destination sustainability). The results show that value co-creation enhances local ecosystem sustainability, supports the creation of meaningful and memorable experiences, and addresses practical gaps in responsible management and sustainable behavior.

The value and originality of this study lie in presenting, for the first time, a system-based, structural framework for designing sustainable nature-based recreation experiences, grounded in three key drivers being, antecedents, process, and outcomes, and their associated categories.

Keywords: Sustainable experience design, recreation, bibliometric and systematic literature review

Extended Abstract

Introduction

Nature-based recreation has increasingly become a cornerstone of the global tourism industry, driven by growing demand for authentic, distinctive, and responsible experiences. This form of tourism addresses visitors' educational, aesthetic, recreational, and restorative needs while fostering deeper, transformative interactions with natural environments. However, rapid expansion has exposed destinations to

sustainability challenges, including overuse, overcrowding, high carbon emissions, and irresponsible stakeholder behavior. These challenges highlight the importance of a Sustainable Experience Design (SED) approach that aligns visitor experiences with ecological, social, and economic conservation to enhance both destination resilience and long-term visitor satisfaction.

SED is conceptually grounded in the experience economy, which prioritizes experience itself as the core of value creation rather than tangible products or services. Despite growing attention, literature reveals gaps: weak theoretical integration of sustainability and experience design, overrepresentation of developed regions (especially Scandinavia), focus on a narrow set of recreational activities, and the absence of operational, interdisciplinary frameworks.

This study aims to address these gaps by establishing a conceptual foundation for SED in nature-based recreation through a systematic literature review and bibliometric analysis. The research investigates publication trends, key scholars and journals, keyword co-occurrences, thematic clusters, and emerging frontiers, culminating in a synthesized framework to guide both theoretical inquiry and practical implementation of SED in high-demand natural destinations.

Research Methodology

A systematic review and bibliometric analysis were employed to map and interpret research trends. The review synthesized empirical evidence, while bibliometric analysis identified structural patterns in the literature. Data were retrieved from Scopus and Web of Science for the period 2008–2025, using keywords such as “sustainable experience design,” “visitor experience,” and “nature-based tourism.” From an initial 6,143 articles, the PRISMA protocol ensured transparent, rigorous selection, resulting in 94 articles for in-depth analysis. VOSviewer was used to visualize keyword co-occurrence and citation networks, and MAXQDA facilitated qualitative coding and content analysis. This mixed-method approach enabled

integration of quantitative mapping with qualitative interpretation, providing a multidimensional understanding of the evolution of SED research.

Research Findings

Bibliometric results show steady growth in publications, with a surge from 2020, reflecting intensified academic and managerial interest in sustainability and experience design. Leading scholars include Ballantyne and Tussyadiah, and the Journal of Sustainable Tourism emerges as the most influential outlet. Geographically, the United States and Australia dominate, with increasing attention in Asia and Europe.

Keyword co-occurrence analysis identified four thematic clusters: sustainable tourism, nature-based recreation, visitor satisfaction and behavior, and experience design and co-creation. Frequent keywords such as *satisfaction*, *participation*, *management*, *memorable experience*, and *pro-environmental behavior* illustrate the evolving integration of experiential quality and sustainability outcomes.

Methodologically, quantitative studies account for 47% of publications, qualitative for 37%, and mixed-method for 16%. Most research addresses visitor experience and sustainability outcomes, but rarely presents a systemic model linking antecedents, processes, and outcomes.

Conceptually, SED in nature-based recreation is a participatory value co-creation process that aligns natural experiences with visitors' motivations, environmental values, and learning objectives. It aims to generate meaningful, restorative experiences while promoting ecosystem protection across environmental, social, and economic dimensions. Five theoretical perspectives underpin SED:

1. Experience-based, addressing sensory, emotional, and cognitive engagement;
2. Participatory, emphasizing collaboration among stakeholders;
3. Integrative, linking natural and social systems;

4. Empathetic & Nature-oriented, highlighting emotional resonance and place attachment, emphasizing ecological appreciation
5. Sustainability-driven, prioritizing long-term balance between human, natural, and economic systems.

The proposed systemic model organizes SED into three interrelated dimensions: antecedents, processes, and outcomes.

- *Antecedents* include individual drivers (intrinsic motivation, environmental values, nature connectedness) and destination-level enablers (infrastructure, governance, environmental education).
- *Processes* involve participatory co-creation, interactive learning, experience personalization, environmental commitment, and innovation through digital and smart technologies.
- *Outcomes* comprise meaningful experiences, pro-environmental behaviors, and improved sustainability across ecological, socio-cultural, and economic domains.

Three propositions guide the model: antecedents influence the design process; antecedents directly affect outcomes; and the process mediates the link between antecedents and outcomes, converting motivations and resources into tangible sustainability results.

Conclusion

Findings confirm that SED functions as a dynamic system interlinking psychological, managerial, and ecological dimensions. Both individual and destination factors shape the design process, producing meaningful experiences and encouraging sustainable behaviors. By integrating antecedents, processes, and outcomes, the proposed framework provides a holistic, actionable framework for advancing theory and practice in sustainable tourism.

For managers, the framework enables: enhancing visitor engagement through co-creation; leveraging smart technologies for adaptive experiences; strengthening environmental awareness; managing carrying capacity; and promoting innovation and cross-sector collaboration.

Theoretically, the model advances the experience economy by embedding sustainability into the designed experience, integrating co-creation, transformative learning, and sustainability innovation into a unified conceptual structure.

This study contributes a comprehensive, evidence-based framework for SED, highlighting the field's maturity and remaining gaps, particularly in developing regions and diverse ecological contexts. Future research should empirically validate the model through longitudinal and cross-cultural studies; examine long-term behavioral and resilience impacts; explore digital innovation and AI in participatory design; and investigate the policy integration of SED into destination management.

Ultimately, aligning sustainability and experience design enriches visitor engagement while safeguarding ecological and socio-cultural integrity. Through this integration, nature-based tourism can serve as both an economic driver and a catalyst for environmental and human well-being.

Conflict of Interest

This article is derived from a master's thesis in Geography and Tourism Planning at Kharazmi University. The authors' contributions align with their roles as supervisor, advisor, and student, and therefore, no conflict of interest exists.



طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت: مرور نظام‌مند ادبیات و علم‌سنجی

استادیار گروه گردشگری، دانشکده علوم جغرافیا، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

مجتبی جاودان * 

استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

نیلوفر عباس‌پور 

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشکده علوم جغرافیا، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

فاطمه سلطان تقی‌زاده 

چکیده

هدف پژوهش، بسط شالوده مفهومی طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت است تا شکاف دانش برای تلفیق طراحی تجربه و نظریه پایداری برای مقابله با روندهای ناپایدار و غیرمسئولانه را پوشش دهد. طرح پژوهش، مروری و بر مبنای روش مرور نظام‌مند ادبیات و علم‌سنجی انجام شد. جامعه آماری شامل ۹۴ مقاله است که از دو پایگاه علمی اسکوپوس و وب‌آوساینس، طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۵، بر اساس غربالگری طبق رویه پرایسما، حاصل شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای وی‌اواس و یوئر و مکس کیودی‌ای، تحقق یافت. یافته‌ها در بخش علم‌سنجی، گویای آن است که انتشار مقالات از ۲۰۰۸ آغاز و طی پنج سال اخیر به اوج رسیده است. همچنین، طراحی تجربه، گردشگری پایدار، گردشگری مبتنی بر طبیعت و رضایت، واژگان و خوشه‌های کلیدی را شکل داده‌اند. یافته‌های مهم در بخش مرور نظام‌مند ادبیات، ارائه چارچوب پیشنهادی طراحی تجارب پایدار شامل پیشنهادها (محرك‌های فردی و مقصد)، فرآیند (هم‌آفرینی ارزش، یادگیری تعاملی، تعهد محیطی، تجربه شخصی‌سازی شده و نوآوری) و نتایج (تجارب معنادار بازدیدکننده و پایداری مقصد) است؛ نتایج حاصل از پژوهش، هم‌آفرینی ارزش برای تقویت پایداری اکوسیستم محلی و دستیابی به تجارب معنادار و به‌یادماندنی را تسهیل می‌کند و شکاف کاربردی در مدیریت مسئولانه و رفتار پایدار را نیز پوشش می‌دهد. ارزش و اصالت پژوهش آن است که برای نخستین بار، طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت را بر مبنای ساختاری سیستمی و بر اساس سه پیشران (پیشایند، فرآیند و نتایج) و مقوله‌های مرتبط، ارائه می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: طراحی تجارب پایدار، تفرج مبتنی بر طبیعت، پژوهش مروری نظام‌مند و علم‌سنجی.

مقدمه

صنعت گردشگری در اشکال گوناگون و به‌ویژه در زمینه تفرج مبتنی بر طبیعت با رشدی فزاینده مواجه است (Torsney et al., 2025)؛ تمایل روز افزون برای کسب تجارب اصیل و مسئولانه در گسترش و محبوبیت این نوع از گردشگری، نقشی اثربخش دارد (Kumar et al., 2023). تفرج مبتنی بر طبیعت اگر چه در ابتدا، به‌عنوان جایگزینی «سبزتر» برای گردشگری انبوه مطرح شد (Donici & Dumitras, 2024)، اما امروزه، به‌دلیل رفتارهای غیرمسئولانه ذی‌نفعان محلی و گردشگران به‌ویژه در مقصدهای پرتقاضا (Zhang et al., 2024) با چالش‌هایی نظیر ازدحام بازدیدکنندگان، فشار بر منابع طبیعی و فروسایي زنجیره ارزش اکوسیستم محلی، مواجه است (Li et al., 2024).

در واکنش به روندها و شرایط ناپایدار، «طراحی تجارب پایدار»^۱ بر مبنای رهیافتی کل‌نگر (محیط‌زیستی، اجتماعی- فرهنگی و اقتصادی) و تحول‌آفرین، درصدد خلق ارزش‌های مشترک، تعامل مشارکتی و رفتار مسئولانه میان ذی‌نفعان و گردشگران برای نیل به ارزش‌های پایدار و تجارب معنادار است (Mandić & McCool, 2023; Della Lucia & Lazic., 2024). مرور ادبیات موجود نشان می‌دهد که طراحی تجارب پایدار در سه زمینه اصلی مورد توجه واقع شده است. اول، هم‌آفرینی ارزش و مشارکت ذی‌نفعان: از این دیدگاه که مشارکت فعال ذی‌نفعان محلی و گردشگران در فرآیند طراحی تجربه، موجب تقویت حس دلبستگی مکان، رفتارها و عملکردهای پایدار می‌شود (Cavalcante et al., 2025). دوم، تجربه شخصی‌سازی‌شده^۲ و فناوری‌های هوشمند: بر این مبنا که فناوری‌های هوشمند امکان تنظیم فعالیت‌ها بر اساس ترجیحات گردشگران و اهداف پایداری را فراهم می‌آورند (Guerra & Gonçalves, 2024; Baghdadi & David, 2025). سوم، تأثیرگذاری عاطفی و تحول‌نگرشی: تعامل اثربخش و عاطفی با طبیعت، زمینه‌ساز بازاندیشی و تحول در نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتار شده و در نهایت نیز تجارب معنادار و خاطره‌انگیز را شکل می‌دهد (Uslu & Tosun, 2024).

1. Sustainable experience design

2. Personalized experience

شواهد گویای آن است که تلفیق سه زمینه مذکور در فرآیند طراحی تجارب پایدار ضروری بوده، می‌تواند افزون بر ارتقای کیفیت تجربه، یادگیری تعاملی در میان بازدیدکنندگان را تقویت نماید (Zhang et al., 2024) و در عین حال، ظرفیت‌های محیط‌زیستی و تاب‌آوری اکوسیستم‌ها را نیز بهبود بخشد (Silva et al., 2023). افزون بر این، به توانمندسازی جوامع میزبان، توزیع عادلانه منافع اقتصادی و ارتقای سرمایه اجتماعی نیز یاری می‌رساند (Chen & Wu, 2024; Onofri & Narain, 2025). همچنین، طراحی تجارب پایدار می‌تواند با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال و هوشمند، خدمات شخصی‌سازی شده و نوآورانه را بسط دهد (Parra-Sanchez & Viviescas, 2024). به سلامت روانی بازدیدکنندگان یاری رساند (Avecillas-Torres et al., 2025) و از طریق پایش مستمر ظرفیت مقصد، فشار بر محیط زیست را نیز کاهش دهد (Xu, 2023). افزون بر این، طراحی تجارب پایدار به عنوان پلی میان آگاهی و عمل، از طریق مشاهده و یادگیری از تجارب زیسته در طبیعت و تعامل با فرهنگ محلی، موجب تغییر بینش و رفتار به سوی ارزش‌های پایدار می‌شود (Nijssen & Jansen, 2025). همچنین، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که چنین تجاربی، با ایجاد خاطرات به یاد ماندنی و تقویت وفاداری نسبت به برند مقصد، می‌تواند پویایی و رقابت‌پذیری پایدار را نیز افزایش دهد (Mengkabayr et al., 2022).

با وجود پیشرفت‌های نظری، شکاف دانش در عرصه طراحی تجارب پایدار، وجود دارد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که پیوند میان طراحی تجربه و ارزش‌های پایدار به صورت کامل تبیین نشده و نیاز به چارچوب مفهومی منسجم در این زمینه وجود دارد (Fossgård, 2021; Fredman, 2019; Scuttari et al., 2021). ضمن اینکه دامنه کاربرد عملی طراحی تجارب پایدار در گردشگری مبتنی بر طبیعت طی ۱۵ سال گذشته همچنان محدود مانده است (Mandić & MacCool, 2022). توسیادیه (۲۰۱۴)، فقدان مدلی جامع برای ادغام اصول طراحی انسان‌محور با فرآیندهای پایدار را مانع توسعه این رهیافت به شمار آورده است. همچنین، اغلب مطالعات معطوف به تجارب پایدار، در کشورهای توسعه‌یافته انجام شده است (Godovykh & Tasci, 2020)؛ افزون بر این، بسیاری از مطالعات بر اشکال

خاصی از تفرج مبتنی بر طبیعت مانند دوچرخه‌سواری در کوهستان یا فعالیت‌های آبی محدود بوده است (Breiby et al., 2020). جرنساند و همکاران (۲۰۱۵)، نوآوری در طرح‌های پژوهش برای برجسته نمودن وجوه تجارب پایدار، فراتر از مطالعات محدود مشارکتی را ضروری دانسته‌اند، ضمن اینکه مندیچ و مک کول (۲۰۲۳)، ضرورت مطالعات میان‌رشته‌ای و انجام مطالعات مروری مفهومی برای انسجام‌بخشی به بنیان نظری طراحی تجارب پایدار در تفرج مبتنی بر طبیعت را یادآور شده‌اند.

شکاف‌های دانش یاد شده، پیامدهای مهم مدیریتی نظیر ضعف در بنیان طراحی محصول پایدار، دشواری تصمیم‌گیری در تخصیص منابع و ناتوانی در ایجاد رفتار مسئولانه و طراحی تجارب معنادار برای گردشگران را نیز به همراه دارد (Đurić et al., 2025)؛ لذا، بر پایه شواهد و پوشش‌بخشی از شکاف دانش موجود، مطالعه حاضر، رویکردی تلفیقی مبتنی بر مرور نظام‌مند ادبیات و تحلیل علم‌سنجی را در دستور کار قرار داده است؛ مرور نظام‌مند ادبیات با گردآوری و ترکیب شواهد علمی، چارچوبی منسجم برای فهم رهیافت طراحی تجارب پایدار را فراهم نموده و هم‌زمان کاستی پژوهش‌های گذشته را نیز آشکار می‌سازد (Piras, 2024). از سوی دیگر، تحلیل علم‌سنجی با کمی‌سازی داده‌های علمی و شناسایی الگوهای استنادی، هم‌رخدادی واژگان و روندهای نوظهور، تصویری جامع از پویایی دانش در این حوزه را ترسیم می‌نماید (Khanra et al., 2021). ترکیب این دو روش، فرصت منحصربه‌فردی برای ارائه چارچوبی نظام‌مند و آینده‌نگر در زمینه طراحی تجارب پایدار را فراهم می‌نماید (Ercan et al., 2025)؛ بر این اساس، نوآوری و ارزش‌آفرینی پژوهش از آن جهت است که نه تنها فهم علمی از طراحی تجارب پایدار را تعمیق می‌بخشد، بلکه در عمل می‌تواند راهنمای ذی‌نفعان مقصدهای تفرج مبتنی بر طبیعت و پژوهشگران در آینده نیز باشد. پژوهش پیش رو، در تناسب با شکاف دانش شناسایی شده، پاسخ به چهار پرسش کلیدی زیر را هدف قرار داده است:

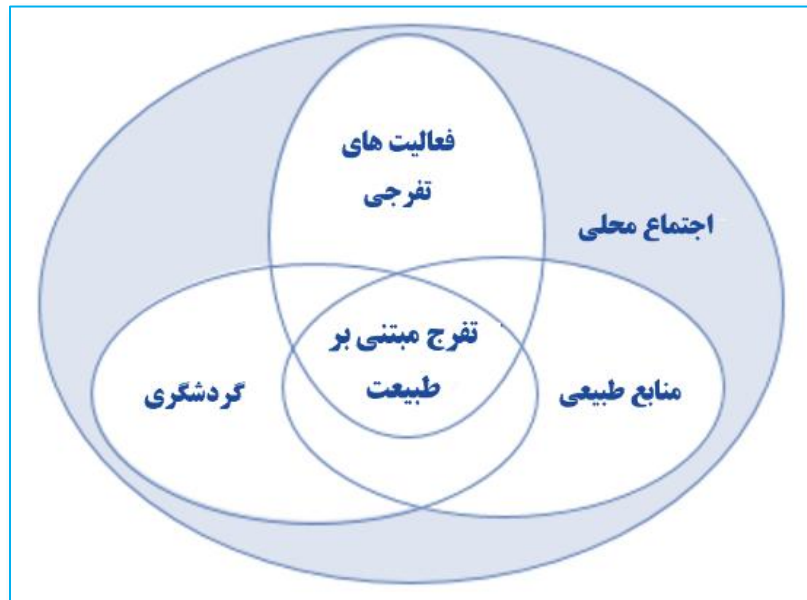
- روند تولید دانش و انتشار مقالات در زمینه طراحی تجارب پایدار چگونه است؟
- نویسندگان، مقالات و مجلات پیشرو در این حوزه کدام‌اند؟
- ابعاد نظری و مفهومی رهیافت طراحی تجارب پایدار چیست؟

- روندها و موضوعات نوظهور و مسیرهای آینده پژوهش در این حوزه کدام‌اند؟
- مرور ادبیات نظری، روش‌شناسی، یافته‌ها، بحث و نتیجه‌گیری، ارکان بعدی پژوهش برای تسهیل در دسترسی به هدف و پاسخ به سؤالات مذکور، خواهند بود.

پیشینه پژوهش

جذابیت و تقاضای فزاینده برای سفر به مقصدهای طبیعی، بهینه‌کاوی جهت عرضه تجارب منحصربه‌فرد با هدف ارتقای رقابت‌پذیری پایدار را اجتناب‌ناپذیر نموده است (Saldianovitta et al., 2024). تفرج مبتنی بر طبیعت به‌عنوان یکی از اشکال جایگزین گردشگری از دهه ۸۰ میلادی و به‌ویژه از هنگام طرح پارادایم توسعه پایدار در کانون توجه و رشد و توسعه واقع شده است (Worku, 2024). در جایگاه تعریف، به سفرهایی اطلاق می‌شود که بر اساس علاقه و انگیزه بازدیدکننده در زمینه‌های آموزش و یادگیری، کسب تجارب زیسته طبیعی و فرهنگی، تفریح و ماجراجویی انجام می‌شود (Sthapit et al., 2022). زیبایی مناظر طبیعی، شناخت تاریخ مقصدهای طبیعی، مشاهده انواع گونه‌های اکوسیستم طبیعی (گیاهی و جانوری)، بازدید از پدیده‌های ژئوتوریسمی، انواع فعالیت‌های هواگردی، کوهنوردی و پیاده‌روی در عرصه‌های طبیعی گوناگون از جمله مهم‌ترین منابع و فعالیت‌های تفرج مبتنی بر طبیعت به‌شمار می‌آید (Silva et al., 2023). تفرج مبتنی بر طبیعت (شکل ۱)، هم‌پیوندی میان عناصر گردشگری، منابع طبیعی، فعالیت‌های تفرجی و اجتماع محلی است (Calvén et al., 2025) و بر مبنای ادبیات، اهداف و کارکردهای گوناگونی چون مراقبت از یکپارچگی اکوسیستم، بهره‌بردار پایدار از منابع طبیعی، توانمندسازی اجتماعی - اقتصادی، مراقبت از ارزش‌های فرهنگی، آموزش، تفسیر و یادگیری و در نهایت، رفتار مسئولانه را در کانون توجه قرار داده است (Han et al., 2023; Ghasemi et al., 2024; Onofri & Narain, 2025)؛ علاوه بر این، رسالت مهم دیگر تفرج مبتنی بر طبیعت، فراهم‌سازی فرصت‌ها و تجارب منحصربه‌فرد برای بازدیدکنندگان است تا با طبیعت در ارتباط باشند، در فعالیت‌های گوناگون تفرجی مشارکت نموده و در نهایت نیز در قبال حفظ میراث طبیعی و فرهنگی، مسئولانه رفتار نمایند (Zhang et al., 2024).

شکل ۱. چارچوب مفهومی تفرج مبتنی بر طبیعت



منبع: (Calvén et al., 2025)

از دیدگاه بینکهورست و دکر (۲۰۰۹)، صنعت گردشگری از پیشگامان و بزرگ‌ترین منابع رو به رشد برای طراحی و عرضه تجربه به‌شمار می‌آید و حتی زاتوری و همکاران (۲۰۱۸)، تجربه را سنگ زیربنای توسعه گردشگری قلمداد نموده‌اند؛ زیرا گردشگران تجربه‌های خاطره‌انگیز و روایت‌های منحصر به فرد و مختص به خود در فرآیند بازدید از مقصد را می‌سازند و از سوی دیگر، نقشی شگرف در ارتقای عملکرد «اقتصاد تجربه»^۱ مقصد را بر عهده دارند (Deng et al., 2024). در نتیجه، این خط فکری به واسطه رقابت فزاینده میان خدمات وابسته به صنعت برای استمرار فعالیت، دسترسی به منافع و توسعه بازار، همواره نیازمند توجه برای توسعه و تکامل بوده است (Tao et al., 2022). بر مبنای رویکرد مرسوم، تجربه بازدیدکننده ترکیب پیچیده‌ای از مؤلفه‌های ذهنی و عینی است که احساسات و نگرش گردشگران نسبت به بازدیدشان را شکل می‌دهد (Câmara et al., 2023)؛ برخی از عوامل به نیازها، خواسته‌ها و انگیزه‌های گردشگر

1. Experience Economy

بستگی دارد، در حالی که عوامل دیگر به جنبه‌های مرتبط با مقصد مانند کیفیت محیط، محل اقامت، جاذبه‌ها و تعامل با اجتماع محلی وابسته است (Bernaki & Marso, 2023). در قلمرو تفرج مبتنی بر طبیعت، تجربه بازدیدکننده مجموع افکار، عواطف، احساسات، دانش و مهارت‌های شخصی است که از مشارکت در فعالیت مرتبط با تفرج شکل می‌گیرد؛ مطالعات متعدد نشان می‌دهد که تجربه تفرج، اغلب شامل چهار مؤلفه آموزش، زیبایی‌شناسی، سرگرمی و گریز است (Uesugi, 2023).

آینده صنعت گردشگری و تفرج مبتنی بر طبیعت، به ظرفیت پایدار آن برای پاسخگویی به تقاضای فزاینده بازدیدکنندگان بدون تحمیل فشار و فروسایي اکوسیستم محلی بستگی دارد (Kumar, 2024)؛ شواهد گویای آن است که به‌دلیل رشد سریع تقاضا، خطر انتشار ردپای کربن و روندهای ناپایدار همراه با رفتار غیرمسئولانه بازدیدکنندگان به‌ویژه در گستره مناطق طبیعی پرتقاضا، جدی به‌نظر می‌رسد (Mallikage et al., 2021)؛ بنابراین، ضرورت «طراحی تجارب پایدار» به‌گونه‌ای که به‌طور هم‌زمان «تجربه تحول‌آفرین و معنادار»^۱ بازدیدکننده را تسهیل نموده و از سوی دیگر، مروج و تأمین‌کننده ارزش‌ها و منافع پایدار برای ذی‌نفعان محلی نیز باشد، الزام‌آور تلقی می‌شود (koens et al., 2021).

«طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت»، مفهومی میان‌رشته‌ای است که طراحی تجربه، مدیریت مقصد و اصول توسعه پایدار را با هم پیوند می‌دهد تا تجارب معنادار بازدیدکنندگان و در عین حال، حفاظت از ارزش‌های محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی ذی‌نفعان مقصد نیز، برآورده شود (Mandić, 2023). این مفهوم، ریشه در تکامل ادبیات گردشگری دارد و نقطه عطف آن معطوف به طرح رهیافت اقتصاد تجربه توسط پاین و گیل‌مور (۱۹۹۹) است که تجربه را به‌عنوان هسته اصلی محصولات گردشگری معرفی و پیشنهاد دادند که طراحی تجربه باید بر اساس تعامل شخصی، عاطفی و معنادار با گردشگران باشد (Poltronieri & Dechechi, 2022). در زمینه تفرج مبتنی بر طبیعت، این مفهوم از دهه ۲۰۱۰ میلادی شتاب گرفت، زمانی که چالش‌های جهانی مانند تغییرات

1. Meaningful & transformative experience

اقلیمی و فشار بر اکوسیستم‌ها، نیاز به ادغام پایداری در طراحی تجربه را برجسته کرد (Volgger et al., 2021).

توسیادیه (۲۰۱۴)، چارچوب نظری برای طراحی تجربه در گردشگری را پیشنهاد داد و بر انسان‌محوری^۱ و فرآیند تکرارشونده^۲ تأکید کرد؛ فوسگارد و فردمن (۲۰۱۹)، مفهوم چشم‌انداز تجربه در گردشگری مبتنی بر طبیعت را توسعه دادند و بر روابط بین منابع طبیعی و محصولات گردشگری تأکید کردند. بری و همکاران (۲۰۲۰)، پایداری را به عنوان ابزاری برای ارتقای ارزش ادراک‌شده تجربه، معرفی نمودند. اسکاتاری و همکاران (۲۰۲۱)، پایداری را به عنوان یک پارادوکس به‌شمار آوردند که نیاز به نوآوری خلاقانه در چارچوب رهیافت طراحی مقصد^۳ دارد. چیریکو و همکاران (۲۰۲۲)، طراحی تجربه تحول‌آفرین با هدف دگرگونی در نگرش، ارزش و رفتار ذی‌نفعان و به‌ویژه گردشگران برای خودکاو و نیل به تجارب معنادار را در دستور کار قرار دادند. در نهایت، مندیگ و مک‌کول (۲۰۲۳)، طراحی تجربه پایدار بازدیدکننده در گردشگری مبتنی بر طبیعت را از منظر یک الزام نظری - عملی قابل تأمل و پیگیری دانسته و پایداری را در کانون تجارب بازدیدکننده قرار دادند.

در جایگاه تعریف مفهوم، طراحی تجربه، فرآیندی انسان‌محور و تکرارشونده از ارزش‌های پایدار برای کلیه ذی‌نفعان است که نیل به تجارب معنادار و خاطره‌انگیز را نیز تسهیل می‌کند (Tussyadiah, 2014). در بستر تفرج مبتنی بر طبیعت، طراحی تجربه پایدار به عنوان فرآیندی هم‌آفرین تعریف می‌شود که تجارب پایدار و معنادار گردشگران را با تمرکز بر حفظ و احیای اکوسیستم محلی در جوه محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی، پی‌ریزی می‌نماید (Gupta et al., 2024). نقش این مفهوم در مدیریت مقصد، ادغام ذی‌نفعان محلی در فرآیند طراحی است تا تعارض بین توسعه اقتصادی و حفاظت را حل کند (Wakil et al., 2021). افزون بر این، طراحی تجربه، نقش کلیدی در تبدیل تفرج مبتنی بر طبیعت از یک فعالیت مصرفی به یک ابزار حفاظتی ایفا می‌کند، جایی که طراحی

1. Human-centeredness

2. Iterative process

3. Destination design

تجارب پایدار، می‌تواند آگاهی محیط‌زیستی را افزایش دهد (Seočanac, 2022)؛ ضمن اینکه، تجربه را به عنوان یک سیستم پویا در نظر می‌گیرد که شامل تعامل انسانی، طبیعی و فرهنگی است (Arif et al., 2022).

از منظر کاربردی، کارکردهای کلیدی طراحی تجارب پایدار، شامل رفتار مسئولانه و طرفدار محیط‌زیست بازدیدکنندگان، تقویت ظرفیت نگهداشت مقصد در برابر فشار ناشی از ازدحام و ارتقای مشارکت ذی‌نفعان محلی در فرآیند هم‌آفرینی ارزش است (Maziliauske, 2024). همچنین بر پایه اصول انسان‌محور، گردشگران یا بازدیدکنندگان را در فرآیند طراحی پایدار مشارکت می‌دهد (Wu & Yao, 2025). علاوه بر این، طراحی تجربه پایدار می‌تواند به عنوان ابزاری برای تقویت داستان‌سرایی، آموزش و یادگیری محیط‌زیستی و تقویت مسئولیت‌پذیری عمل کند (Moscardo et al., 2023).

مطالعات نشان داده‌اند که تعاملات هدایت‌شده در بستر طبیعت می‌تواند منجر به افزایش آگاهی و رفتارهای طرفدار محیط‌زیست در درازمدت شود (Soga & Gaston, 2024). علاوه بر این، هم‌زمان با حفظ اکوسیستم‌ها، ارزش اقتصادی برای جوامع محلی نیز ایجاد می‌نماید (Gupta et al., 2023). تسهیل در دستیابی به تجارب معنادار و خاطره‌انگیز و به تبع آن افزایش سطح رضایتمندی، دل‌بستگی مکان و وفاداری از جمله کارکردهای مهم آن تلقی می‌شود (Godovykh & Tasci, 2020).

سه دیدگاه غالب در طراحی تجربه در ادبیات، مورد اشاره واقع شده است: اول، دیدگاه طراحی مبتنی بر هم‌آفرینی ارزش: توصیه می‌کند که ذی‌نفعان محلی، کسب‌وکارها و بازدیدکنندگان در فرآیند طراحی مشارکت فعال داشته باشند تا تجارب باثبات و پذیرفتنی شکل گیرد (Astrid & Yuliya, 2024)؛ دوم، دیدگاه اکوسیستم‌محور: بر مفاهیمی مانند ظرفیت نگهداشت، حساسیت محیط‌زیستی و فاصله‌گذاری محیط‌زیستی و فضایی تأکید می‌کند و می‌کوشد چارچوب‌های طراحی را با محدودیت‌های محیط‌زیستی مقصد تنظیم نماید (de Angelis et al., 2025)؛ سوم، دیدگاه دگرگونی رفتار: از نظریه‌های یادگیری و گردشگری تحول‌آفرین بهره می‌برد تا

طراحی فعالیت‌ها، تفسیر محیطی و نشانه‌گذاری را به گونه‌ای تنظیم کند که رفتارهای پایدار بازدیدکننده تقویت شوند (Johansen et al., 2025).

به طور کلی، طراحی تجارب پایدار بر مبنای سیستمی یکپارچه از سرمایه‌های طبیعی و فرهنگی همراه با هم‌آفرینی ارزش مشارکتی توسط کلیه ذی‌نفعان محلی و از جمله گردشگران برای کارکردی سه‌گانه ترجمان نظری و عملی یافته است: اول، هم‌آفرینی ارزش و طراحی مشارکتی با ذی‌نفعان محلی و از جمله بازدیدکنندگان (Moscato & Hughe, 2023)؛ دوم، تفسیر هدفمند و آموزش بازدیدکننده برای تغییر نگرش، ارزش و رفتار (Juma & Khademi-Vidra, 2022) و سوم، مدیریت ظرفیت نگهداشت و نظارت بر پیامدها که برآیند این موارد، به تجربه‌ای معنادار و پایدار منتج می‌شود (Qiu et al., 2021).

بدین اعتبار، پیاده‌سازی طراحی تجربه پایدار نیازمند تطبیق سازوکاری است که در چارچوب آن پیشایندها، فرآیندها و نتایج تجربه پایدار از منظر ذی‌نفعان مقصد و بازدیدکنندگان به شکلی هم‌زمان و توانمند هدف‌گذاری شود، تحول‌آفرینی برای خلق ارزش‌های مشترک، تضمین‌کننده آن است که به جای تقابل میان تجربه و حفاظت، هم‌افزایی میان آن‌ها ایجاد و گسترش یابد (Godovykh, 2024; Guerra & Gonçalves; 2024).

روش‌شناسی

هدف کانونی پژوهش نیل به شالوده مفهومی قابل اتکا از طراحی تجارب پایدار از یک سو و روند تولید دانش و عرصه‌های نوظهور درآینده است؛ لذا، طرح پژوهش مروری و روش تلفیقی مرور نظام‌مند ادبیات و تحلیل علم‌سنجی مبنا واقع شده است؛ «مرور نظام‌مند ادبیات» به عنوان یک روش معتبر، برای گردآوری و خلاصه‌سازی پژوهش‌ها در یک زمینه موضوعی مشخص (شکاری، ۱۴۰۲) و یا سازماندهی شالوده مفاهیم نوظهور شناخته شده است (Madeira et al., 2023). بازبینی‌های نظام‌مند، از فرآیندی قابل تکرار، علمی و شفاف پیروی می‌کنند که با جست‌وجوی جامع در متن‌های علمی، سوگیری را کاهش

می‌دهد و مسیر روشن تصمیم‌گیری‌ها، روش‌ها و نتایج را فراهم می‌نماید (Matos et al., 2021).

علم‌سنجی، مطالعه کمی پژوهش‌های منتشرشده یا واحدهای کتاب‌شناختی برای ارزیابی و رتبه‌بندی اطلاعات علمی در زمینه‌های گوناگون است (اسدیان‌اردکانی، ۱۴۰۴)؛ تحلیل علم‌سنجی می‌تواند به درک بهتر روند تولید دانش و توسعه علمی، شناسایی مفاهیم نوظهور و هدایت پژوهش‌های آینده کمک کند (Ivasciuc et al., 2024). در علم‌سنجی دو گونه از تحلیل عملکرد (شناسایی سهم هر یک از عناصر پژوهش نظیر نویسندگان، مجله‌ها، دانشگاه‌ها و کشورها) و ترسیم نقشه علم (شناسایی روابط میان اجزاء و شبکه رخداد مفاهیم و همکاری‌ها) در دستور کار واقع می‌شود (شکاری، ۱۴۰۱).

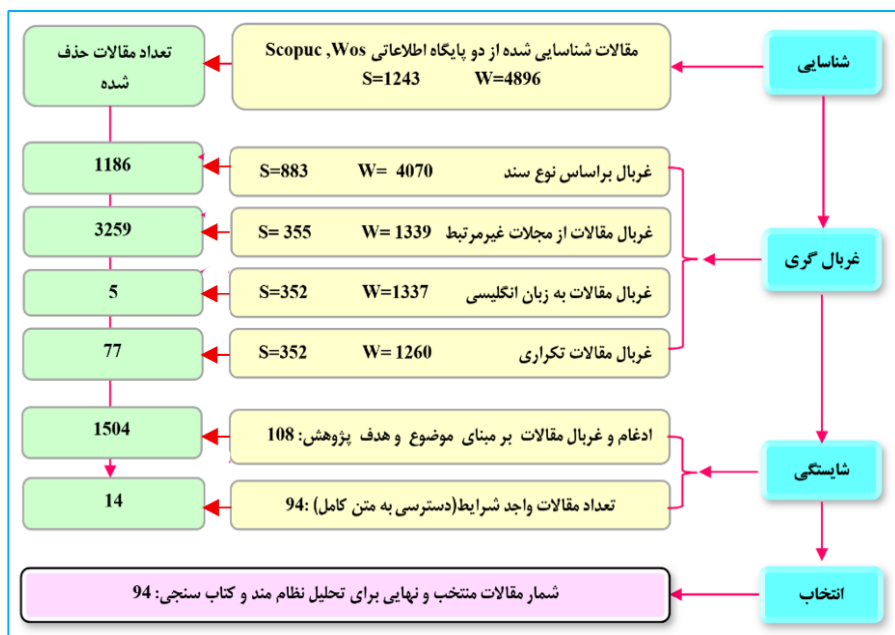
برای انجام مطالعه، در ابتدا راهبرد جست‌وجو تعریف شد که شامل عناصر کلیدی پایگاه‌های علمی مرجع (وب‌آوساینس و اسکوپوس) برای کاوش مقالات، کلیدواژگان جست‌وجو، معیارهای ورود و معیارهای خروج برای غربال مقالات در تناسب با موضوع مورد مطالعه و رویه مرسوم در مطالعات مروری است (جدول ۱). جست‌وجو در تاریخ ۲۱ دی‌ماه ۱۴۰۳ انجام شد؛ جست‌وجوی اولیه بدون محدودیت زمانی شامل ۶۱۴۳ مقاله از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۵ از دو پایگاه علمی مذکور، بوده است؛ در فرآیند غربال و بر اساس معیارهای ورود و خروج، تعداد ۴۹۵۳ مقاله علمی (مقالات کامل) و مروری، پذیرش و ۱۱۹۰ رکورد از مقالات کنفرانسی، یادداشت‌های پژوهشی، یادداشت‌های سردبیری، معرفی و نقد فصل‌های کتاب و مطالعات منتشرنشده، طبق معیارهای خروج، از بررسی خارج شدند. در نهایت و در گام پایانی، فرآیند غربالگری، تعداد ۹۴ مقاله که شرایط لازم برای گنجاندن در مرور نظام‌مند و تحلیل علم‌سنجی را داشتند، شناسایی شدند. انتخاب این تعداد از مقالات اجازه داد تا مروری دقیق و جامع برای واکاوی متن‌ها و تحلیل علم‌سنجی از موضوع پژوهش، انجام شود.

جدول ۱. راهبرد جست‌وجو در فرآیند مطالعه مروری (نظام‌مند و علم‌سنجی)

معیار شمول		زمینه جست‌وجو	توضیح
هدف جست‌وجو		بسط شالوده مفهومی و آشکارسازی روند تولید دانش در زمینه طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت	
معیار ورود	پایگاه‌های داده	Web of Science و Scopus	
	واژگان کلیدی و زمینه موضوعی جست‌وجو	visitor sustainable experience design AND design thinking OR destination design AND nature based tourism experience OR visitor sustainable experience AND Tourism experience design	
	سال	بدون محدودیت زمانی	
	نوع سند	مقالات مروری، مقالات علمی کامل	
	منبع سند: زمینه‌ها و مجلات موضوعی مرتبط	گردشگری و میهمان‌نوازی، گردشگری مبتنی بر طبیعت و گردشگری، تفرج و اوقات فراغت و گردشگری پایدار	
	زبان	انگلیسی	
	نوع دسترسی	مقالات دارای دسترسی آزاد	
معیار خروج	- سایر مجلات گردشگری، به استثنای گردشگری و میهمان‌نوازی، گردشگری مبتنی بر طبیعت، تفرج، اوقات فراغت و گردشگری رویداد و اکوتوریسم		
	- مقالات نمایه‌شده در سایر پایگاه‌ها و موتورهای علمی جست‌وجو به استثنای اسکوپوس و وب‌آوساینس		
	- مقالات همایشی، کتاب، فصل‌های کتاب و نقد کتاب		
	- مقالات تکراری		
ابزارهای تحلیل	- عدم ارتباط موضوعی با مفهوم و هدف طراحی تجارب پایدار در تفرج مبتنی بر طبیعت		
	- عدم دسترسی به متن کامل مقاله		
	پروتکل پرایسما برای غربال مقالات، تحلیل محتوا برای واکاوی متن‌ها در قالب نرم‌افزار مکس کیودی‌ای، تحلیل و ترسیم نقشه تولید دانش در بستر نرم‌افزار وی‌اواس ویوئر		
مستندسازی فرآیند	ثبت کامل مراحل جست‌وجو، فیلتر، حذف و انتخاب در نمودار پرایسما ^۱ ۲۰۲۰ برای تضمین شفافیت و اعتبار		
جامعه آماری مقالات پس از غربال		۹۴	

واژه «نظام‌مند» به پروتکل پژوهش برای تضمین شفافیت، اعتبار، اطمینان و کیفیت اشاره دارد که در چارچوب مراحل سازمان‌یافته شامل تعریف هدف مطالعه، تعیین سؤالات ویژه پژوهش، تعیین راهبرد و معیارهای ورود و خروج برای غربالگری، ارزیابی کیفیت مطالعات و روش استخراج و ترکیب داده‌ها است (Li et al., 2023). پرایسما^۱ از جمله معتبرترین پروتکل‌های مروری است که برای پایش و غربالگری مقالات و مستندات علمی، مبنا واقع می‌شود و غالباً مبتنی بر یک نمودار چهار مرحله‌ای، به نمایش گذاشته می‌شود (Piras, 2024) در پژوهش حاضر نیز از پروتکل پرایسما برای غربالگری مقالات طبق نمودار ۱، استفاده شده است. برای تحلیل کتاب‌سنجی، نرم‌افزار وی‌اواس ویوئر^۲ (نسخه ۱.۶.۲۰) مبنا واقع شد.

نمودار ۱. فرآیند غربال مقالات بر مبنای پروتکل پرایسما



منبع: (با استفاده از: Li et al., 2023)

1. PRISMA-ScR
2. VOSviewer

در مرحله کد گذاری، گزاره‌های کلامی از مقالات منتخب در محیط نرم افزار مکس کیودی ای (ورژن ۲۴.۶)، وارد شدند و با استفاده از روش تحلیل محتوای متن‌ها، مفاهیم کلیدی و کدهای اولیه استخراج شدند. سپس با بهره‌گیری از ابزارهایی مانند نمایشگر ماتریس کدها و نمایشگر روابط میان کدها، فراوانی، همپوشانی‌ها و در نهایت، چارچوب مفهومی طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت در قالب نظامی سه سطحی از کدهای باز، مقوله‌های فرعی و مقوله‌های اصلی تعیین شدند.

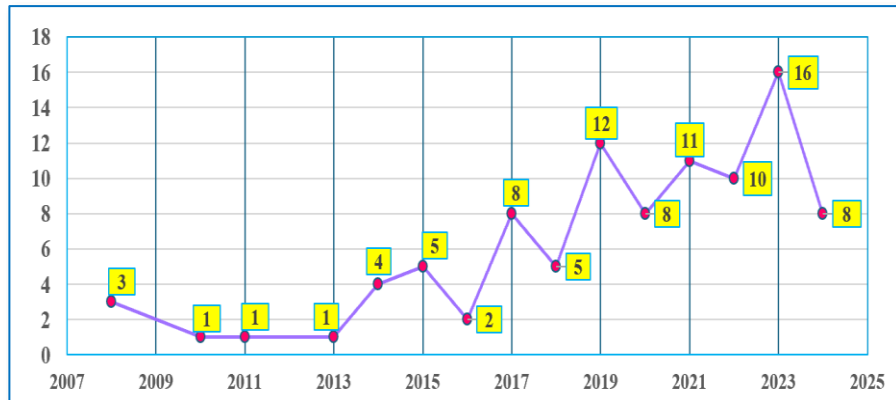
یافته‌ها

یافته‌های پژوهش بر مبنای رویکرد مروری تلفیقی در ابتدا بر مبنای معیارهای تحلیل علم‌سنجی در زمینه روند زمانی انتشار مقالات، نویسندگان و مجلات برتر، هم‌رخدادی واژگان و در نهایت، روند زمانی هم‌رخدادی واژگان ارائه می‌شود و سپس خروجی‌های تحلیل محتوای متن‌ها در زمینه اجزای نظری طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت، تشریح می‌شود.

■ روند زمانی انتشار مقالات

بررسی روند سالانه انتشار مقالات در زمینه طراحی تجربه پایدار طی سال‌های ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۵، در نمودار ۲ بازتاب یافته است؛ نقطه عطف مطالعات مربوط به سال ۲۰۰۸ است که با ارائه چارچوب بازطراحی مقصدهای مبتنی بر طبیعت، ترویج گردشگری مسئولانه (Franch et al., 2008)، طراحی خدمات و محصولات گردشگری مبتنی بر طبیعت (Hammer & Siegrist, 2008) و مدیریت پایدار در جهت تأمین دو هدف حفاظت از منابع طبیعی و فرهنگی و ارائه تجارب بهینه (Huang et al., 2008)، آغاز شده است. این روند از سال ۲۰۱۳ به بعد تغییر می‌کند و نشان از افزایش قابل توجه انتشار مقاله در این زمینه دارد (نمودار ۲). اوج انتشار در سال‌های اخیر و به‌ویژه بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ مشاهده می‌شود. توجه روزافزون به این موضوع نشان‌دهنده افزایش آگاهی و اهمیت بیشتر طراحی تجربه پایدار در پژوهش‌ها و کاربردهای عملی است؛ از سوی دیگر، می‌توان نتیجه گرفت که طراحی تجربه پایدار از حوزه‌های مفهومی نوظهور به‌شمار می‌آید.

نمودار ۲. روند زمانی انتشار مقالات در زمینه موضوعی طراحی تجربه پایدار



■ تشریح مقالات، نویسندگان و مجلات برتر

در جدول ۳، مشخصات ده مقاله برتر با تأکید بر طراحی تجربه پایدار، بازتاب داده شده است؛ برجسته‌ترین مقاله با عنوان «خاطرات بازدیدکنندگان از گردشگری حیات وحش: پیامدهایی برای طراحی تجارب تفسیری» با مجموع ۳۵۹ استناد و میانگین سالانه ۲۵/۶۴ استناد، در مجله مدیریت گردشگری و توسط «بالانتیان و همکاران (۲۰۱۱)»، نگارش و انتشار یافته است؛ در مرتبه بعد، مقاله «به سوی یک بنیان نظری برای طراحی تجربه در گردشگری» با مجموع ۲۰۶ استناد و میانگین سالانه به میزان ۱۸/۷۳ استناد قرار دارد که در «مجله پژوهش‌های سفر» و توسط «توسیادی (۲۰۱۴)»، انتشار یافته است. هشت مقاله برتر دیگر بر حسب شمار و میانگین سالانه استناد در زمینه موضوعی هم‌پیوند با تجربه بازدیدکننده و طراحی تجربه پایدار که در مقاطع زمانی متفاوت از ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۱، توزیع شده‌اند که در جدول ۳، قابل مشاهده است.

جدول ۳. ده مقاله برتر و پراستناد در قلمرو طراحی تجربه پایدار

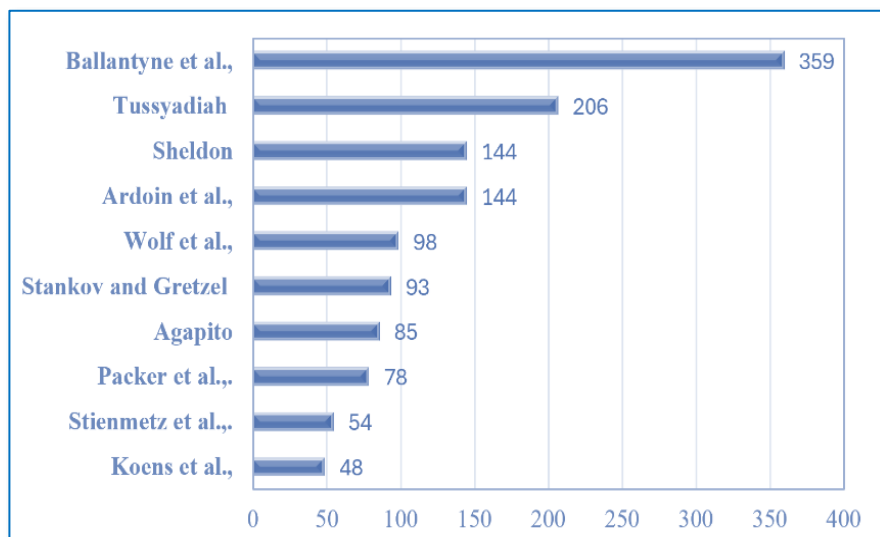
ردیف	نویسنده	مجلات	عنوان مقاله	سال انتشار	تعداد استناد	میانگین در سال
۱	Ballantyne et al.	Tourism Management	Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences	۲۰۱۱	۳۵۹	۲۵.۶۴
۲	Tussyadiah	Journal of travel Research	Toward a Theoretical Foundation for Experience Design in Tourism	۲۰۱۳	۲۰۶	۱۸.۷۳
۳	Ardoin et al.	Journal of Sustainable Tourism	Nature-based tourism's impact on environmental knowledge, attitudes, and behavior: a review and analysis of the literature and potential future research	۲۰۱۵	۱۴۴	۱۴.۴
۴	Sheldon	Annals of Tourism Research	Designing tourism experiences for inner transformation	۲۰۲۰	۱۴۴	۲۸.۸
۵	Wolf et al.	Journal of Sustainable Tourism	Transformative travel as a sustainable market niche for protected areas: a new development, marketing and conservation model	۲۰۱۷	۹۸	۹.۶۳

ادامه جدول ۳.

ردیف	نویسنده	مجلات	عنوان مقاله	سال انتشار	تعداد استناد	میانگین در سال
۶	Stankov and Gretzel	Information Technology & Tourism	Tourism 4.0 technologies and tourist experiences: a human-centered design perspective	۲۰۲۰	۹۳	۱۸.۶
۷	Agapito	Annals of Tourism Research	The senses in tourism design: A bibliometric review	۲۰۲۰	۸۵	۱۷
۸	Packer et al.	Tourism Management	Chinese and Australian tourists' attitudes to nature, animals and environmental issues: Implications for the design of nature-based tourism experiences	۲۰۱۴	۷۸	۷.۰۹
۹	Stienmetz et al.	Journal of Destination Marketing and Management	Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design	۲۰۲۱	۵۴	۱۳.۵
۱۰	Koens et al.	Journal of Destination Marketing Management	The Smart City Hospitality Framework: Creating a foundation for collaborative reflections on overtourism that support destination design	۲۰۲۱	۴۸	۱۲

بر اساس نمودار ۳، به ترتیب ده نویسنده برتر و بر مبنای مجموع استناد سالانه توزیع شده‌اند که سه نفر از برترین‌ها در بالای لیست مربوط به «بالانتیان و همکاران (۲۰۱۱)» با ۳۵۹ استناد، «توسیادیه (۲۰۱۴)» با ۲۰۶ و «شلدون (۲۰۲۰) و آردوین و همکاران (۲۰۱۵)» با ۱۴۴ استناد است؛ سه نفر واقع در پایین لیست به ترتیب از کمترین استناد معطوف به «کونز و همکاران (۲۰۲۱)» با ۴۸ استناد، «استینمتز و همکاران (۲۰۲۱)» با ۵۴ استناد و در نهایت، «پاکر و همکاران (۲۰۱۴)» با ۷۸ استناد می‌باشند.

نمودار ۳. توزیع نویسندگان برتر در زمینه موضوعی هم‌پیوند با طراحی تجربه پایدار



برترین مجلات علمی به لحاظ تعداد مقالات منتشر شده در زمینه طراحی تجارب پایدار، مجموع استناد و در نهایت ضریب تأثیر، در ابتدا معطوف به مجله «پایداری» است که شامل ۷ مقاله با مجموع ۱۱۶ استناد و ضریب تأثیر ۳/۳ است. همچنین، «مجله گردشگری پایدار» با ۶ مقاله، ۲۸۴ استناد و ضریب تأثیر ۶/۹ در سال ۲۰۲۳ و ۹/۰ در سال ۲۰۲۴، از جمله پیشگازان در این حوزه شناخته می‌شوند. در مراتب بعدی، «مجله مدیریت گردشگری» با ۵ مقاله و ۷۴۲ استناد و همچنین مجله «اکوتوریسم» با ۵ مقاله و ۱۸ استناد قرار دارند؛ شش مجله بعدی نیز به ترتیب در جدول ۴، بازتاب داده شده است.

جدول ۴. توزیع مقالات منتشر شده به تفکیک در ده مجله برتر علمی به لحاظ تعداد انتشار و میزان استناد

ردیف	عنوان مجلات	تعداد		مجموع استناد	ضریب تأثیر		زمینه موضوعی
		مقالات			۲۰۲۳	۲۰۲۴	
۱	Sustainability	۷		۱۱۶	۳.۳	-	علوم زیست محیطی، علم و فناوری سبز و پایدار
۲	Journal of Sustainable Tourism	۶		۲۸۴	۶.۹	۹.۰	علوم زیست محیطی، علم و فناوری سبز و پایدار، مهمان نوازی، اوقات فراغت، ورزش و گردشگری
۳	Tourism Management	۵		۷۴۲	۱۰.۹	۱۲.۷	اقتصاد کسب و کار، اکولوژی علوم محیطی، سایر موضوعات علوم اجتماعی
۴	Journal of Ecotourism	۵		۱۸	۲.۴	-	مهمان نوازی، اوقات فراغت، ورزش و گردشگری
۵	Annals of Tourism Research	۴		۳۱۷	۱۰.۴	۱۳.۲	مهمان نوازی، اوقات فراغت، ورزش و گردشگری، جامعه شناسی
۶	Tourism Review	۳		۳۷	۷.۳	۷.۱	مهمان نوازی، اوقات فراغت، ورزش و گردشگری، علوم اجتماعی
۷	International Journal of Tourism Cities	۲		۰	۳	-	مهمان نوازی، اوقات فراغت، ورزش و گردشگری، علوم اجتماعی

ادامه جدول ۴.

ردیف	عنوان مجلات	تعداد		مجموع استناد	ضریب تأثیر		زمینه موضوعی
		مقالات			۲۰۲۳	۲۰۲۴	
۸	Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development	۲		۱۷	۱.۱	-	علم و فناوری سبز و پایدار
۹	Journal of Destination Marketing Management	۲		۱۰۲	۸.۹	-	اقتصاد کسب و کار، سایر موضوعات علوم اجتماعی
۱۰	Journal of Hospitality and Tourism Insights	۲		۲۳	۴.۸	-	علوم اجتماعی

■ هم‌رخدادی واژگان و خوشه‌های کلیدی

برای تحلیل هم‌رخدادی واژگان، حداقل تکرار هر کلیدواژه، ۴ بار در نظر گرفته شد؛ بدین ترتیب، شبکه‌ای حاصل از ۳۸ کلیدواژه تشکیل شده است؛ مهم‌ترین کلیدواژه‌ها با تعداد رخداد و قدرت ارتباطی بالا به ترتیب در جدول ۶، نشان داده شده است. کلیدواژه «رضایت» در رتبه اول با ۱۴ رخداد و قدرت ارتباطی ۷۱ می‌باشد؛ بعد از آن کلیدواژه‌های «گردشگری مبتنی بر طبیعت» با ۱۳ رخداد و ۶۲ قدرت ارتباطی و همچنین، کلیدواژه «مدیریت» با ۱۰ رخداد و ۵۸ قدرت ارتباطی در مرتبه دوم و سوم قرار گرفته‌اند. پس از سه واژه کلیدی مذکور به ترتیب، واژگان گردشگری پایدار، پایداری، رفتار، مقصد گردشگری و رفتار پایدار قرار دارند.

برای درک بهتر ارتباط میان شبکه هم‌رخدادی واژگان، خوشه‌های همگن نیز در معرض شناسایی واقع می‌شود؛ در پژوهش حاضر، چهار خوشه و کلیدواژه‌های متعلق به هر یک، در شکل ۱، بازتاب یافته است: خوشه ۱، گردشگری پایدار؛ خوشه ۲، گردشگری مبتنی بر طبیعت؛ خوشه ۳، رضایت و خوشه ۴، شامل طراحی تجربه است (شکل ۱).

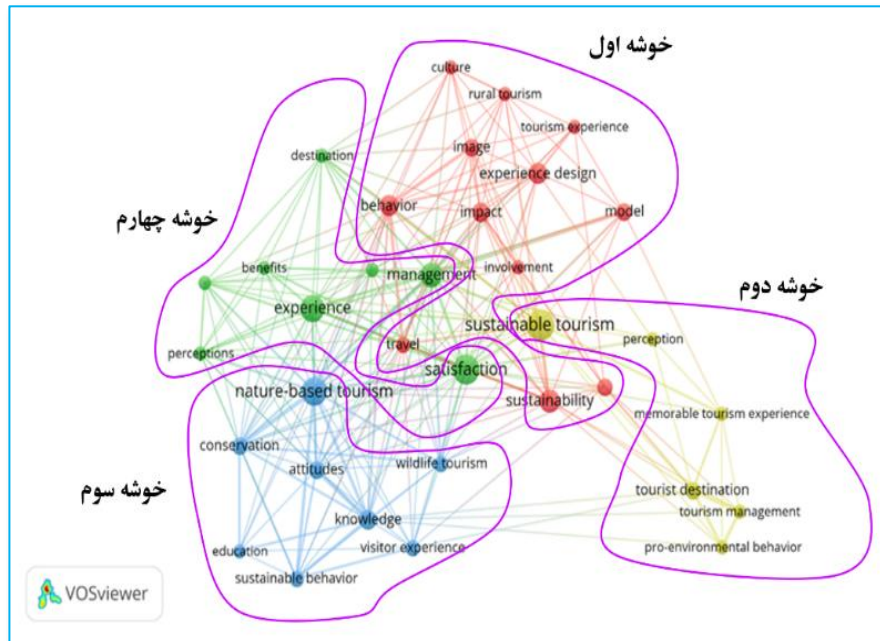
جدول ۶. شمار رخداد واژگان برتر ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۵

کلیدواژه	تعداد رخداد	قدرت پیوند کلی
رضایت	۱۴	۷۱
گردشگری مبتنی بر طبیعت	۱۳	۶۲
مدیریت	۱۰	۵۸
گردشگری پایدار	۱۵	۵۷
طراحی تجربه پایدار	۹	۴۶
پایداری	۸	۴۱
رفتار	۸	۳۵
مقصد گردشگری	۶	۳۲
رفتار پایدار	۵	۲۷

برای درک بهتر ارتباط میان شبکه هم‌رخدادی واژگان، خوشه‌های همگن نیز در معرض شناسایی واقع می‌شود؛ در پژوهش حاضر، چهار خوشه و کلیدواژه‌های متعلق به هر یک، در شکل ۱، بازتاب یافته است: خوشه ۱، گردشگری پایدار؛ خوشه ۲، گردشگری مبتنی بر طبیعت؛ خوشه ۳، رضایت و خوشه ۴، شامل طراحی تجربه است (شکل ۱).

جدول ۷، چهار خوشه حاصل را بر مبنای فهرست واژگان کلیدی هر یک نشان می‌دهد؛ خوشه اول که در شکل ۱ به رنگ قرمز مشاهده می‌شود، دارای بیشترین کلیدواژه (۱۱ مورد) است که هر کلیدواژه با توجه به وزن آن، گره بزرگ‌تری در شبکه دارد و تعداد خطوط منشعب از گره، قدرت ارتباطی بالاتر آن را نشان می‌دهد. در این خوشه، بزرگ‌ترین گره‌ها به کلیدواژه‌های طراحی تجربه، پایداری، آثار و رفتار اختصاص دارد؛ کلیدواژه طراحی تجربه با ۹ رخداد و قدرت پیوند ۴۶، کلیدواژه کانونی این خوشه به‌شمار می‌آید.

شکل ۱. شبکه هم‌رخدادی واژگان مرتبط با طراحی تجربه پایدار



خوشه دوم، به رنگ زرد و متشکل از شش کلیدواژه، نشان می‌دهد که «گردشگری پایدار» با دایره بزرگ‌تر و تعداد ۱۵ رخداد و قدرت پیوند کلی ۳۷، اهمیت بیشتر و نقش گهری در این خوشه دارد؛ پس از گردشگری پایدار، واژگانی مانند مقصد گردشگری، تجربه خاطره‌انگیز و در مراحل بعد کلیدواژه رفتار طرفدار محیط‌زیست و ادراک، قرار گرفته است.

در خوشه سوم به رنگ آبی، ۹ واژه کلیدی وجود دارد که از مجموع واژگان این خوشه، «گردشگری مبتنی بر طبیعت» با تعداد ۱۳ رخداد و قدرت پیوند کلی ۴۷، وزن بیشتری را به خود اختصاص داده است؛ در مرتبه بعد واژگان نگرش، دانش، حفاظت، گردشگری حیات وحش، آموزش، رفتار پایدار، تجربه بازدیدکننده و آموزش وجود دارد. در خوشه چهارم به رنگ سبز، «رضایت» با ۱۴ رخداد و قدرت پیوند ۷۱، مهم‌ترین واژه خوشه به‌شمار می‌آید؛ پس از آن، واژگان تجربه و مدیریت و در نهایت نیز واژگان مقصد، منافع و ادراک قرار دارند. همچنان که مشاهده می‌شود، در زمینه تفرج مبتنی بر

طبیعت، تجارب پایدار و رضایت گردشگر، مطالعات زیادی صورت گرفته است و در مقابل، مطالعات کمی در زمینه طراحی، وجود دارد.

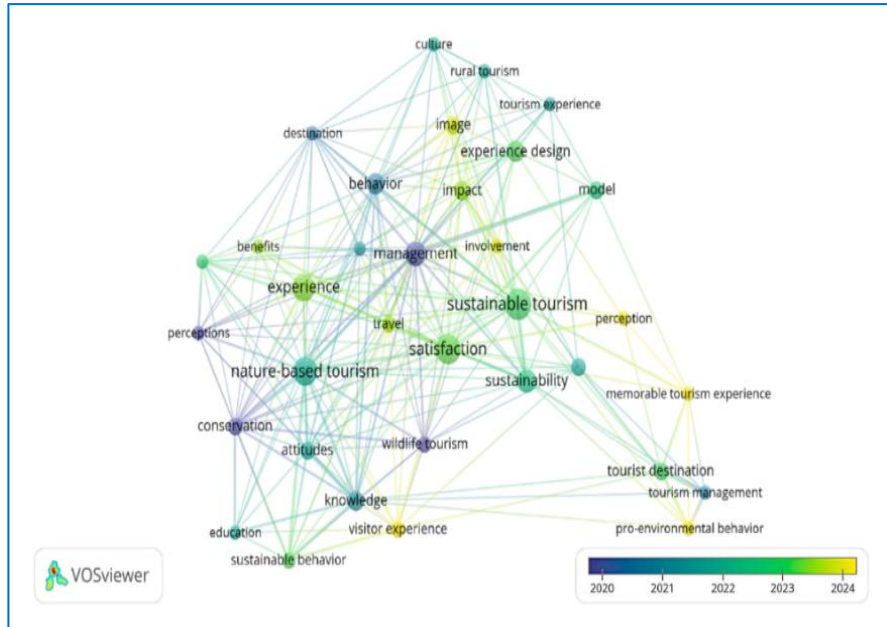
جدول ۷. دسته‌بندی خوشه‌های شبکه هم‌رخدادی کلیدواژگان مرتبط

نام خوشه	توزیع واژگان کلیدی
خوشه اول:	طراحی تجربه، رفتار، مدل، پایداری، آثار، تجربه گردشگر، تصویر، سفر، تداخل، فرهنگ، گردشگری روستایی
خوشه دوم:	گردشگری پایدار، ادراک، مدیریت گردشگری، رفتار طرفدار محیط‌زیست، تجربه به‌یاد ماندنی، مقصد گردشگری
خوشه سوم:	گردشگری مبتنی بر طبیعت، نگرش، دانش، آموزش، حفاظت، رفتار پایدار، گردشگری حیات وحش، تجربه بازدیدکننده، ادراکات
خوشه چهارم:	رضایت، مدیریت، مقصد، منافع، تجربه و ادراکات

▪ روند زمانی هم‌رخدادی واژگان

شبکه روند زمانی هم‌رخدادی واژگان مشخص می‌نماید که بیشترین رخداد هر کلیدواژه در چه زمانی رخ داده است؛ گره‌های به رنگ بنفش نشانگر قدیمی‌ترین کلیدواژه‌ها و گره‌های زرد رنگ، گویای کلیدواژگان داغی است که اخیراً بیشترین تکرار را در ادبیات مرتبط داشته‌اند؛ در سطح اول، کلید واژگان «تجربه خاطره‌انگیز، تجربه دیدارکننده، رفتار طرفدار محیط‌زیست، ادراک و مشارکت» از جمله کلیدواژگان نوظهور و داغی به‌شمار می‌آیند که می‌توانند هم‌پیوند با مفهوم طراحی تجربه پایدار برای پژوهش‌های آینده، مورد توجه واقع شوند.

شکل ۴. شبکه روند زمانی هم‌رخدادی واژگان



■ رهیافت‌های روش‌شناسی در مطالعات

واکاوی و تحلیل محتوای ۹۴ مقاله به‌عنوان جامعه آماری پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات انجام‌شده در زمینه مرتبط با طراحی تجارب پایدار (تجربه بازدیدکننده، تجربه پایدار، طراحی تجربه و طراحی تجربه پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت) در سه گروه از طرح‌های روش‌شناسی کمی، کیفی و ترکیبی، قابل طبقه‌بندی و شناسایی است. یافته‌ها گویای آن است که نزدیک به نیمی از پژوهش‌ها (۴۷ درصد)، متمرکز بر روش‌شناسی کمی بوده‌اند؛ در اولویت بعدی، روش‌شناسی کیفی (۳۷ درصد) و در نهایت، روش‌های ترکیبی (۱۶ درصد) قرار دارند. در حوزه نوظهوری همچون رهیافت طراحی تجارب پایدار که نیاز به بسط و تکامل در زمینه مفهومی و عملیاتی دارد، پژوهش‌های بعدی می‌باید متوجه طرح‌های روش‌شناسی کیفی و ترکیبی باشند.

جدول ۸. طبقه‌بندی و توزیع روش‌شناسی‌های مورد عمل در مطالعات منتخب طراحی تجربه پایدار

روش‌شناسی	نویسندگان / سال	تعداد	درصد
کمی	Bhandari et al., 2024; Lengieza et al., 2023; Yen, 2022; Lawson et al., 2021; Alazaizeh et al., 2019; Kim et al., 2018; Kirillova and Kehto, 2016; Rahmafitria & Kaswanto, 2024; Long & Chan, 2024; Shen et al., 2023; Huang & Lin, 2023; Aschauer & Egger, 2023; Młynkowiak, 2023; Przybysz et al., 2024; Ng et al., 2022; Theiri & Alareeni, 2023; Giachino et al., 2022; Abdurahman et al., 2021; Moliner-Tena et al., 2021; Khanh & Phong, 2020; Dell'Eva et al., 2020; Dias & Dias, 2019; Lee & Jan, 2019; Cretu, 2018; Hofman & Hughes, 2018; Lim et al., 2017; Moyle et al., 2017; Buonincontri et al., 2017; Ayachi & Jaouadi, 2017; Liao, 2015; Packer et al., 2014; Tyrväinen et al., 2014; Franch et al., 2008; Buning & Lulla, 2020; Ball, 2023	۳۴	۴۷٪
کیفی	Nguyen et al., 2023; Nautiyal et al., 2023; Sivakami et al., 2023; Huang et al., 2008; Chen & Wu, 2024; Lin et al., 2024; Neuhofer, 2024; Lestar & Hancock, 2024; Bueddefeld & Winkle, 2023; Justino et al., 2023; Zhou et al., 2023; Mandic & Mccool, 2023; Santos-Lacueva et al., 2022; Spring, 2023; Cervený, 2022; Branstrator et al., 2022; Tessema et al., 2022; Lukoseviciute et al., 2021; Chen et al., 2021; Koens et al., 2021; Stienmetz et al., 2021; Volo, 2021; Stankov & Gretzel, 2020; Agapito, 2020; Sheldon, 2020; Breiby et al., 2020; Hakio & Mattelmäki, 2019; Chatkaewnapanon & Kelly, 2019; Landon et al., 2019; Kalafatov, 2019; Filopoulos & Frittella, 2019; Rodrigues et al., 2019; Coroş et al., 2017; Mazilu et al., 2017; Rodríguez et al., 2017; Wolf et al., 2017; Ardoin et al., 2015; Huang et al., 2016; Colavitti & Usai, 2015; Dogan, 2015; Tussyadiah, 2014; Ballantyne et al., 2011; Wielenga, 2023; Guillén-Peñafiel et al., 2022	۴۳	۳۷٪

ادامه جدول ۸.

روشناسی	نویسندگان / سال	تعداد	درصد
ترکیبی	Kubota et al., 2024; Çakar & Seyitoğlu, 2023; Rezapouraghdam et al., 2023; Wang et al., 2019; Peñafiel et al., 2022; Seeler et al., 2021; Akin et al., 2022; Robles et al., 2021; Arbogast et al., 2020; Anastasiou, 2019; Force et al., 2018; Petric & Mandic, 2014; Mustika et al., 2012; Hammer & Siegrist, 2008; Mantas et al., 2022	۱۵	۱۶٪
مجموع		۹۴	۱۰۰٪

■ برداشت مفهومی و تعاریف

با عنایت به مفاهیم سازمان‌دهنده رهیافت طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت، فصل مشترک تعاریف موجود در جامعه آماری مقالات منتخب، در چهار گروه تجربه بازدیدکننده، طراحی تجربه، تجربه پایدار و طراحی تجربه پایدار، در معرض متن کاوی واقع شده است؛ یافته‌ها در خصوص تعاریف ارائه شده در زمینه هر یک از مفاهیم مذکور در قالب جدول ۹ بازتاب یافته است؛ بر اساس تحلیل محتوای صورت گرفته، جامع‌ترین تعریف در زمینه طراحی تجارب پایدار بازدیدکننده در تفرج مبتنی بر طبیعت، عبارت از «فرآیندی است که با هم‌آفرینی ارزش مشارکتی و یکپارچه‌سازی اهداف توسعه تفرج در طبیعت، تجارب معنادار بازدیدکننده و مراقبت از اکوسیستم محلی (طبیعی، اجتماعی و اقتصادی) را به‌شکلی هم‌زمان، در کانون توجه و اقدام قرار می‌دهد». این طراحی، با ارزیابی ظرفیت‌های مقصد و ترکیب اثربخش عناصر طبیعی و فرهنگی، دستیابی به تجارب معنادار و خاطره‌انگیز برای بازدیدکننده را فراهم نموده و به تحول پایدار برای حصول به ارزش‌های جایگزین، احیا و مراقبت از اکوسیستم محلی برای ذی‌نفعان مقصد نیز، باور و تعهد به عمل دارد.

جدول ۹. طبقه‌بندی تعاریف و مفاهیم هم‌پیوند با زمینه موضوعی طراحی تجربه پایدار

منابع	تعاریف	زمینه موضوعی
Weng et al., 2023; Stienmetz et al., 2021; Tussyadiah, 2014; Buonincontri et al., 2017; Nguyen et al., 2023	تجربه بازدیدکننده در تفرج مبتنی بر طبیعت به‌عنوان افکار، عواطف، احساسات، دانش و مهارت‌های شخصی حاصل در اثر مشارکت در فعالیت‌های تفرج تعریف می‌شود؛ در چارچوب تفرج مبتنی بر طبیعت، این تجربه به‌طور مفهومی چهار وجه آموزشی، زیبایی‌شناختی، سرگرمی و رهایی را هدف قرار داده، بر نگرش و رفتار مسئولانه محیط‌زیستی تأثیر گذارند.	تجربه بازدیدکننده
Fragidis et al., 2022; Mandić & McCool, 2023; Yen, 2022; Breiby et al., 2020; Tussyadiah, 2014	طراحی تجربه، به‌عنوان یک روش در فرآیند طراحی محصولات، خدمات، رویدادها و محیط‌ها با تمرکز بر مشارکت و کیفیت تجارب مشتریان و بازدیدکنندگان، تعریف می‌شود.	طراحی تجربه
Carvalho et al., 2021; Breiby et al., 2020; Shen et al., 2023; Buonincontri et al., 2017	تجربه پایدار در گردشگری به معنای ایجاد تجارب تحول‌آفرین با تمرکز بر نیازها و ارزش‌های زیستی و کیفی گردشگران، به جای محصولات و خدمات ساده است؛ در نتیجه، تجربه‌ای است که نگرش‌ها، ارزش‌ها، رفتار و خاطرات به‌یاد ماندنی و معنادار را برمی‌انگیزد تا به نحوی تسهیل‌کننده مشارکت گردشگران در فرآیند هم‌آفرینی ارزش‌های توسعه پایدار مقصد نیز باشد.	تجربه پایدار
Mandić & McCool, 2023; Hassan et al., 2024; Seočanac, 2020; Petric & Mandic, 2014; Spring, 2023; Fragidis et al., 2022; Packer et al., 2014; Babris et al., 2023	طراحی تجربه پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت فرآیندی است که با هم‌آفرینی ارزش مشارکتی و یکپارچه‌سازی اهداف توسعه تفرج در طبیعت، تجارب معنادار بازدیدکننده و مراقبت از اکوسیستم محلی (طبیعی، اجتماعی و اقتصادی) را به شکلی هم‌زمان، در کانون توجه و اقدام قرار می‌دهد. این طراحی با ارزیابی ظرفیت‌های مقصد و ترکیب اثربخش عناصر طبیعی و فرهنگی، دستیابی به تجارب معنادار و خاطره‌انگیز برای بازدیدکننده را فراهم نموده و به تحول پایدار برای حصول ارزش‌های جایگزین، احیا و مراقبت از اکوسیستم محلی برای ذی‌نفعان مقصد نیز، باور و تعهد به عمل دارد.	طراحی تجربه پایدار بازدیدکننده (در گردشگری مبتنی بر طبیعت)

▪ رویکردهای نظری در زمینه طراحی تجارب پایدار

بر اساس واکاوی متن‌های مقالات منتخب، پنج رویکرد نظری در زمینه طراحی تجارب پایدار به شرح جدول ۱۰، شناسایی شده که به اختصار تشریح می‌شود:

رویکرد طراحی تجربه‌محور: این رویکرد با تمرکز بر انسان و تجربه زیسته گردشگر، بر خلق تعامل حسی، شناختی و عاطفی تأکید دارد (Scott et al., 2024). تجربه در این چارچوب، فرآیندی پویا و تکرارشونده است که معنا و لذت را از میان تعامل فرد و محیط می‌سازد (Rodrigues & Costa, 2024). این شیوه از طراحی، ضمن افزایش وفاداری و درگیری احساسی گردشگران، به ارتقای ارزش‌های مقصد کمک می‌کند (Zhou et al., 2024)، هرچند سنجش ابعاد ذهنی تجربه و وابستگی به داده‌های کاربر، چالش‌آفرین است (Lee et al., 2025).

رویکرد طراحی مشارکتی: در این رویکرد، تجربه گردشگر حاصل همکاری و گفت‌وگو میان ذی‌نفعان متنوع از جمله جوامع محلی، ارائه‌دهندگان خدمات و گردشگران است (Jernsand et al., 2015). طراحی مشارکتی با اتکا بر تعامل و یادگیری جمعی، به خلق تجارب اصیل و متناسب با زمینه فرهنگی منجر می‌شود (Bernaki & Marso, 2023). این فرآیند حس تعلق و مالکیت را تقویت نموده، پایداری اجتماعی را نیز افزایش می‌دهد (Donici & Dumitras, 2024). با این حال، هماهنگی میان گروه‌ها و زمان‌بر بودن فرآیند، از محدودیت‌های آن به‌شمار می‌رود (MDPI, 2022).

رویکرد طراحی یکپارچه و چندرشته‌ای: این رویکرد با هدف مواجهه با پیچیدگی گردشگری معاصر، بر هم‌افزایی میان طراحی تجربه، برنامه‌ریزی مقصد و فناوری تکیه دارد (Erschbamer & Olbrich, 2024). لذا، از طریق همدلی با کاربر، نمونه‌سازی و آزمون مداوم، بستری نظام‌مند برای نوآوری را فراهم نموده (Scuttari et al., 2021) و در نهایت، با استفاده از فناوری‌های داده‌محور هم‌ترازی عرضه و تقاضا و ارتقای پایداری اجتماعی - اقتصادی را تسهیل می‌نماید (Zhu et al., 2025). با وجود این، نیاز به منابع بالا و دشواری ارزیابی میان‌رشته‌ای، از چالش‌های کلیدی آن به‌شمار می‌رود (Fesenmaier & Xiang, 2017).

رویکرد طراحی طبیعت‌محور و همدلانه: بر اساس پیوند احساسی و اخلاقی انسان و طبیعت شکل می‌گیرد و از همدلی به عنوان ابزار طراحی بهره می‌برد (Fossgard & Fredman, 2019). کاربرد روایت، شبیه‌سازی و داستان‌سرایی به برانگیختن همدلی محیط‌زیستی و رفتار مسئولانه می‌انجامد؛ این تجربه، آگاهی و پیوند عاطفی گردشگران با طبیعت را تعمیق می‌کند (Breiby et al., 2020; Delamontano et al., 2025). در عین حال، سنجش اثرات احساسی و نیاز به داده‌های قوم‌نگارانه، از چالش‌های پژوهشی این رویکرد است (Perrino & Burmester, 2020).

رویکرد طراحی هم‌آفرین و پایدار: به عنوان نگرشی کل‌نگر، تلفیقی از اصول پایداری محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی در طراحی تجربه است (Mandić & McCool, 2023). تجربه گردشگر در این دیدگاه فرصتی برای یادگیری و مسئولیت‌پذیری تلقی می‌شود (Smartourism, 2025). هم‌آفرینی میان طراحان، گردشگران و جوامع محلی، به خلق ارزش‌های مشترک و کاهش اثرات منفی می‌انجامد (Breiby et al., 2020). بهره‌گیری از فناوری‌های نو و طراحی روایت‌محور، پایداری مقصد را تقویت می‌کند، اما ارزیابی چندبعدی آن مستلزم داده‌ها و ابزارهای تحلیلی نسبتاً گسترده است (Fossgard & Fredman, 2019).

جدول ۱۰. رویکردهای نظری طراحی تجربه پایدار

نام رویکرد نظری	برداشت مفهومی	گزاره‌ها و وجوه کلیدی	ارجاعات درون‌متنی
طراحی تجربه‌محور (انسان‌محور)	فرآیندی انسان‌محور و تکراری برای خلق تجارب جامع با تمرکز بر ارزش‌های عاطفی، شناختی، حسی و رفتاری	- انسان‌محور بودن - فرآیند تکراری (کاوش، تولید، ارزیابی) - تجربه جامع (عاطفی، شناختی و رفتاری) - هم‌آفرینی ارزش - پایداری به عنوان پایه	Pine & Gilmore (1998), Tussyadiah (2014), Godovykh & Tasci (2020), Breiby et al. (2020), Fossgard & Fredman (2019)

ادامه جدول ۱۰.

نام رویکرد نظری	برداشت مفهومی	گزاره‌ها و وجوه کلیدی	ارجاعات درون‌متنی
طراحی همدلانه و طبیعت‌محور	طراحی تجارب با همدلی و تعامل فعال با طبیعت برای رفتارهای پایدار	- نقش منابع طبیعی - تعامل فعال - همدلی با طبیعت - رفتار پایدار - گناه اکولوژیک	Fossgard & Fredman (2019), Fredman & Tyrväinen (2010), Blythe (2021), Tussyadiah (2014),
طراحی یکپارچه و چندرشته‌ای	تلفیق خلاقانه تفکر طراحی، طراحی مقصد و تجربه برای حل مسائل پیچیده پایداری	- همدلی با کاربران - ایده‌پردازی خلاقانه - پروتوتایپینگ و آزمایش - انعطاف‌پذیری - پایداری جامع	Brown (2008), Scuttari et al. (2021), Fesenmaier & Xiang (2017), Smartourism (2025), Tussyadiah, (2014)
طراحی مشارکتی	گردشگران به‌عنوان شرکای فعال در طراحی و مدیریت تجربه	- گردشگر شریک فعال - تکرار و نمونه‌سازی - پیوسته - ضرورت بازخورد مستمر - هم‌آفرینی در کلیه مراحل طراحی	Bernaki & Marso (2023); Yang et al. (2023); Sylvain & Chaniaud (2023); Smit et al. (2024); Ristau (2023); Ibadi & Ramdhani (2024); Fazil et al. (2024) Tussyadiah, (2014)
طراحی هم‌آفرین و پایدار	خلق ارزش‌های مشترک در زمینه تجارب پایدار، معنادار و شخصی‌سازی شده همراه با احیا و حفظ تعادل اکوسیستم محلی (محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی)	- تعامل با محیط - پایداری جامع - ارزش ادراک شده - مدیریت و رفتار پایدار - هم‌آفرینی ارزش	Breiby et al. (2020), Fossgard & Fredman (2019), Mandić, & McCool (2023)

■ مقوله‌های اصلی، فرعی و کدهای پایه طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت

واکاوی و تحلیل متن‌های مقالات منتخب (۹۴ مقاله) منتج به ساختار نظام‌یافته‌ای از پیشران‌های تجربه پایدار در قالب سه سطح از مقوله‌های اصلی، مقوله‌های فرعی و کدهای پایه به شرح زیر شده است:

پیشایندها^۱

پیشایندها، مبنای آغازین ورود عوامل فردی - اجتماعی و محرک‌های کششی مقصد به سیستم طراحی تجربه شناخته می‌شوند (Carvalho et al., 2023). در سطح فردی - اجتماعی، انگیزه‌هایی چون گرایش به ماجراجویی، نیاز به شکوفایی استعدادها و وضعیت‌های روانی - هیجانی به‌عنوان محرک‌های درونی بر انتخاب تجارب پایدار اثر گذارند (Buonincontri et al., 2017; Nguyen et al., 2023). همچنین، تجارب قبلی، پیشینه فرهنگی و ترجیحات شخصی به‌عنوان بخشی از نیروهای پیشران فردی، در فرآیند تصمیم‌گیری گردشگران عمل می‌کنند (Shen et al., 2023; Kirillova & Kehto, 2016). از سوی دیگر، ویژگی‌ها و جذابیت‌های مقصد مانند اصالت، چشم‌اندازها و زیرساخت‌های مطلوب و محصول منحصربه‌فرد، نقش نیروی کششی را ایفا نموده و انگیزه حضور و مشارکت بازدیدکنندگان را تقویت می‌کنند (Buning & Lulla, 2020; Lukoseviciute et al., 2021).

فرآیند^۲

فرآیند، هسته عملیاتی سیستم طراحی تجربه پایدار است که در بستر آن هم‌آفرینی ارزش میان بازدیدکنندگان و ذی‌نفعان محلی شکل می‌گیرد و منجر به هم‌افزایی در ارزش‌ها و انتظارات می‌شود (Jiang et al., 2025). این فرآیند مبتنی بر مشارکت تعاملی است و در سطوح متعدد، تعامل میان گردشگران، راهنمایان، جوامع محلی و عرضه‌کنندگان خدمات

1. Antecedents
2. Process

برای طراحی تجارب معنادار و مسئولانه را فراهم می‌نماید (Abdurahman et al., 2021; Arbogast et al., 2020). یادگیری تعاملی و افزایش آگاهی محیط‌زیستی از طریق تجربه مستقیم با عناصر طبیعی و فرهنگی، تعهد محیط‌زیستی و رفتارهای پایدار را نیز تقویت می‌کند (Cervený, 2022; Petrić & Mandić, 2014). همچنین، نوآوری و فناوری‌های نوظهور، با بسط فرصت‌ها برای شخصی‌سازی خدمات، انگیزه مشارکت برای نیل به تجربه شخصی‌سازی‌شده و رضایت بازدیدکنندگان را نیز فراهم می‌سازد (Landon et al., 2019; Ball, 2023).

نتایج^۱

نتایج حاصل از طراحی تجارب پایدار، پایداری محیط‌زیستی و اجتماعی - اقتصادی برای مقصد و تجارب معنادار و خاطره‌انگیز برای بازدیدکنندگان است؛ این پیامدها می‌تواند جهت‌گیری نیات رفتاری آینده بازدیدکنندگان را نیز سامان دهد (Esawe et al., 2024). طراحی موفق تجارب پایدار تغییراتی در نگرش، ارزش‌ها و رفتار بازدیدکنندگان نسبت به محیط و مکان ایجاد می‌کند؛ تجارب معنادار به افزایش رضایت، دل‌بستگی به مکان و تمایل به بازدید مجدد نیز منجر می‌شود (Bhandari et al., 2024; Lengieza et al., 2022). علاوه بر این، توانمندسازی فردی و بهزیستی، از دیگر نتایج مثبت طراحی تجارب پایدار تلقی می‌شود (Fragidis et al., 2022; Spring, 2022). در نهایت، رفتار پایدار و توصیه مقصد به دیگران و از سوی دیگر، حفاظت و حمایت از بازآفرینی اکوسیستم محلی (محیط‌زیستی، فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی)، از نتایج کلیدی این طراحی محسوب می‌شوند (Buonincontri et al., 2017; Kim et al., 2018). جدول ۱۱، توزیع مقوله‌های اصلی، فرعی و کدهای پایه براساس تحلیل محتوی متن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱۱. مقوله‌های اصلی، مقوله‌های فرعی و کدهای پایه طراحی تجارب پایدار

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای پایه	نویسندگان	فراوانی
پیشایندها	تمایلات و محرک‌های فردی	انگیز های درونی - فردی (ماجراجویی، شکوفایی استعداد، شرایط روحی- روانی و جسمی)	Buonincontri et al.,2017; Nguyen et al., 2023; Rezapouraghdam et al., 2023; wolf et al.,2017; Force et al.,2018; Shen et al.,2023, Yen,2022; Volo, 2021; Packer et al., 2014; Mlynkowiak,2023	۱۰
		تجارب پیشین	Shen et al.,2023; Nguyen et al., 2023;	۲
		پیشینه فرهنگی	Kirillova and Kehto,2016; Sheldon, 2020; Sivakami et al., 2022	۳
		ترجیحات شخصی	Landon et al., 2019; Çakar & Seyitoğlu,2021; Cervený,2022; Kirillova & Kehto,2016; Lukoseviciute et al.,2021; Mlynkowiak,2023; Moyle et al.,2017; Yen,2022; Force et al.,2018	۹
	منابع فردی (زمان، پول، دانش، مهارت، تجارب زیسته)	Neuhofer,2024; Kim et al., 2018	۲	
محرک‌ها و ویژگی‌های مقصد		چشم‌انداز پایدار و حفاظت (توسعه پایدار)	Buning & Lulla,2020; Przybysz et al.,2024; Spring, 2022; Breiby et al., 2020; Abdurahman et al.,2021; Ball,2023; Branstrator et al.,2022; Kim et al., 2018; Lukoseviciute et al.,2021; Shen et al.,2023	۱۰
		جذابیت (اصالت، شهرت، قدمت)	Çakar & Seyitoğlu,2021; Yen,2022	۲

ادامه جدول ۱۱.

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای پایه	نویسندگان	فراوانی
پیشایندها	محورها و ویژگی‌های مقصد	کیفیت زیر ساخت، خدمات و محصول	Landon et al., 2019; Ng et al., 2022; Koens et al., 2021; Wielenga, 2023; Zhou et al., 2023; Bhandari et al., 2024; Force et al., 2018; Lukoseviciute et al., 2021; Wang et al., 2019; Tussyadiah, 2014; Alazaizeh et al., 2019; Abdurahman et al., 2021; Buning & Lulla, 2020; Petric and Mandic, 2014; Rodrigues et al., 2019;	۱۵
		مسئولیت ذی‌نفعان و مدیریت بازدید (برنامه‌ریزی، بازاریابی، هماهنگی و همکاری، کنترل و نظارت)	Chung et al., 2019; Hammer & Siegrist, 2008; Tussyadiah, 2014; Stienmetz et al., 2021; Bhandari et al., 2024; Force et al., 2018; Lukoseviciute et al., 2021; Wang et al., 2019; Alazaizeh et al., 2019; Tessema et al., 2022	۱۰
فرآیند	هم‌آفرینی ارزش مشترک (مشارکت)		Abdurahman et al., 2021; Arbogast et al., 2020; Ayachi & Jaouadi, 2017; Branstrator et al., 2022; Cervený, 2022; Chen & Wu, 2024; Guillén-Peñafiel et al., 2022; Hammer & Siegrist, 2008; Koens et al., 2021; Petric and Mandic, 2014; Przybysz et al., 2024; Shen et al., 2023; Tyrväinen et al., 2014; Sheldon, 2020	۱۴
	یادگیری تعاملی		Landon et al., 2019; Guillén-Peñafiel et al., 2022; Lengieza et al., 2022; Nguyen et al., 2023; Rezapouraghdam et al., 2023; Zhou et al., 2023; Spring, 2022; Sheldon, 2020	۸

ادامه جدول ۱۱.

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای پایه	نویسندگان	فراوانی
فرآیند		تعهد محیطی	Cerveny,2022; Petrić and Mandic,2014; Rodrigues et a, 2019; Breiby et al., 2020; Sheldon, 2020; Buonincontri et al.,2017; Landon et al., 2019; Ball,2023; Dahanayake et al.,2022; Aschauer & Egger,2023; Hofman & Hughes,2018; Long & Chan,2024; Rezapouraghdam et al., 2023; Yen,2022; Ballantyne et al., 2011; Abdurahman et al.,2021; Branstrator et al.,2022; Kim et al.,2018; Lukoseviciute et al.,2021; Shen et al.,2023	۲۰
			Landon et al., 2019; Çakar & Seyitoğlu,2021; Cerveny,2022; Kirillova & Kehto,2016; Lukoseviciute et al.,2021; Mlynkowiak,2023; Moyle et al.,2017; Yen,2022; Force et al.,2018; Rodrigues & Costa, 2024	۹
			Ball,2023; Branstrator et al.,2022; Buning & Lulla,2020; Chung et al.,2019; Koens et al.,2021; Lim et al.,2017; Mantas et al.,2022; Nautiyal et al.,2023	۸
نتایج	نتایج برای بازدیدکننده	تعالی شخصیت	Sheldon, 2020; Neuhofer,2024	۲
		توانمندی و موفقیت فردی	Spring, 2022; Lengieza et al.,2022	۲
		کیفیت و ارزش ادراک شده	Fragidis et al., 2022; Breiby et al., 2020; Spring, 2022	۳

ادامه جدول ۱۱.

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای پایه	نویسندگان	فراوانی
نتایج	نتایج برای بازدیدکننده	رفاه ذهنی و شادکامی	Mlynkowiak,2023; Lengieza et al.,2022	۲
		تجربه معنادار و خاطره‌انگیز	Bhandari et al.,2024; Lengieza et al.,2022 Neuhofer,2024; wolf et al.,2017; Spring, 2022; Rezapouraghdam et al., 2023; Breiby et al., 2020	۷
		رفتار پایدار	Buonincontri et al.,2017; Cervený,2022; Aschauer & Egger,2023; Kim et al.,2018; Lukoseviciute et al.,2021; Rezapouraghdam et al., 2023 Khanh & Phong, 2020; Lengieza et al.,2022; Przybysz et al.,2024; Shen et al.,2023; Ballantyne et al.,2011 ;Alazaizeh et al., 2019	۱۲
		رضایتمندی	Landon et al., 2019; Arbogast et al., 2020; Buonincontri et al.,2017; Lawson et al.,2021; Mustika et al.,2012; Shen et al.,2023; Alazaizeh et al., 2019	۷
		دلبستگی مکان	Buonincontri et al.,2017; Dahanayake et al.,2022; Nguyen et al., 2023	۳
		تعهد و اعتماد به برند	Bhandari et al.,2024; Lukoseviciute et al.,2021; Ng et al.,2022; wolf et al.,2017	۴
		رقابت‌پذیری مقصد	Mazilu et al., 2017; Breiby et al., 2020; Koens et al., 2021; Tussiadeh, 2014; Stienmetz et al 2021	۵
		قصد بازدید مجدد	Landon et al., 2019; Bhandari et al.,2024; Ng et al.,2022; Rezapouraghdam et al., 2023	۴

ادامه جدول ۱۱.

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای پایه	نویسندگان	فراوانی
نتایج	نتایج برای بازدیدکننده	تمایل به توصیه دیگران	Landon et al., 2019; Bhandari et al., 2024; Ng et al., 2022; Rezapouraghdam et al., 2023	۴
		تصویر ذهنی مثبت	Ng et al., 2022; Landon et al., 2019	۲
		پایداری مقصد	Abdurahman et al., 2021; Ball, 2023; Buning & Lulla, 2020; Przybysz et al., 2024; Spring, 2022; Breiby et al., 2020	۶
مجموع				۱۸۷

■ مؤلفه‌های مبنایی طراحی تجربه پایدار بازدیدکننده

بر پایه یافته‌های حاصل از واکاوی متن‌ها، مؤلفه‌های مبنایی طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت در قالب شش مؤلفه به شرح زیر، شناسایی شده است (جدول ۱۲):

هم‌آفرینی ارزش مشارکتی: هم‌آفرینی ارزش از جمله مؤلفه‌های کلیدی است که بر مشارکت فعال همه ذی‌نفعان محلی و بازدیدکنندگان در فرآیند طراحی و روایت تجربه تأکید دارد (Bernaki & Marso, 2023). در چارچوب این مؤلفه، بازدیدکننده تنها مصرف‌کننده تجربه نیست، بلکه از طریق ابزارهایی نظیر طرح‌ریزی برنامه سفر، توسعه محصول و بسط خدمات سفارشی، در شکل‌گیری ارزش مشترک با ارائه‌دهنده خدمات، مشارکت دارد (Johnson & Buhalis, 2023).

یادگیری تعاملی: یادگیری تعاملی بر طراحی تجربه چندحسی و به‌کارگیری فناوری دیجیتال در بستر آموزش و یادگیری تمرکز دارد؛ یادگیری تعاملی متوجه همه ذی‌نفعان در سطح محلی و همچنین، گردشگران در تعامل با هم برای اشتراک‌گذاری دانش و تجربه زیسته برای درس گرفتن از روندهای گذشته و بهبود شرایط و ارزش‌های پایدار در آینده است (Zhou & Wang, 2024). طراحی‌های داستان‌محور نیز در ایجاد تجربه عمیق و پایدار نقش مؤثری ایفا می‌کنند (Spring, 2022; Smit et al., 2024).

تعهد محیط‌زیستی: تعهد محیط‌زیستی نیز از جمله مؤلفه‌های کلیدی طراحی تجربه پایدار است. مطالعات نشان داده‌اند که توجه به ظرفیت برد مقصد، کاهش اثرات منفی محیطی و طراحی چندسطحی متناسب با الزامات پایداری، درک بلندمدت‌تری از تعهد به عمل محیط‌زیستی ایجاد می‌کند (Poltronieri Junior & Dechechi, 2022). اهمیت بیشتر در این است که تعهد به عمل و مسئولیت‌پذیری محیط‌زیستی، زمینه‌ساز تحول‌آفرینی در ارزش‌ها، نگرش، رفتار و عملکرد برای نیل به رفتار پایدار و از سوی دیگر، حصول تجارب معنادار برای بازدیدکننده و احیا و مراقبت از اکوسیستم محلی برای مقصد است (Koens et al., 2021).

نوآوری و پویایی: از طریق بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال، واقعیت افزوده و طراحی‌های روان‌شناختی غوطه‌ور، فرصت برای به اشتراک‌گذاری خلاقیت‌ها، ابتکارات و نوآوری‌های فردی، نهادی و سیستمی می‌شود (Blumenthal, 2020)؛ فرصت نوینی که روایت، چالش و تعامل اجتماعی را با اهداف آموزشی و ابتکارات محیط‌زیستی تلفیق می‌کنند. همچنین، تجربه بازدید را از حالت منفعل به حالت فعال، عمیق و آگاهانه ارتقا می‌دهد، ضمن اینکه تمرکز بر رویکرد نوآوری باز، امکان تبادل دانش، منابع و ابتکارات میان ذی‌نفعان برای تنوع‌سازی محصول و تجارب پایدار را ممکن و مقدور می‌سازد (Recupero et al., 2019).

شخصی‌سازی سیستم تجربه: شخصی‌سازی سیستم تجربه یکی از روندهای رو به رشد در طراحی تفرج مبتنی بر طبیعت محسوب می‌شود (Kim & van Rompay, 2023). در این رویکرد، عرضه‌کنندگان خدمات با استفاده از فناوری‌های دیجیتال و هوشمند درصدد انطباق محتوای تجربه با ترجیحات فردی و خدمات سفارشی بازدیدکننده هستند (Tomej et al., 2020). هدف از این فرآیند، افزایش درگیری شناختی و احساسی بازدیدکننده از طریق طراحی مبتنی بر ترجیحات فردی و پیش‌بینی رفتارهای آینده اوست (Amoruso, 2024).

جدول ۱۲. مؤلفه‌های مبنایی طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت

مؤلفه‌ها	نویسندگان	شمار	درصد
هم‌آفرینی ارزش مشارکتی	Abdurahman et al.,2021; Arbogast et al., 2020; Ayachi & Jaouadi,2017; Branstrator et al.,2022; Cervený,2022; Chen & Wu,2024; Guillén-Peñafiel et al.,2022; Hammer & Siegrist,2008; Koens et al.,2021; Petrić and Mandić,2014; Przybysz et al.,2024; Shen et al.,2023; Tyrväinen et al.,2014; Sheldon, 2020	۱۴	۳۱٪
یادگیری تعاملی	Landon et al., 2019; Guillén-Peñafiel et al.,2022; Lengieza et al.,2022; Nguyen et al., 2023; Rezapouraghdam et al., 2023; Zhou et al.,2023; Spring, 2022; Sheldon, 2020	۸	۱۷.۸٪
تعهد محیط‌زیستی	Cervený,2022; Hofman & Hughes,2018; Kim et al.,2018; Petrić and Mandić,2014; Rodrigues et al, 2019; Breiby et al., 2020; Sheldon, 2020	۷	۱۵.۶٪
نوآوری و پویایی	Ball,2023; Branstrator et al.,2022; Buning & Lulla,2020; Chung et al.,2019; Koens et al.,2021; Lim et al.,2017; Mantas et al.,2022; Nautiyal et al.,2023	۸	۱۷.۸٪
شخصی‌سازی سبب‌مندی تجربه	Landon et al., 2019; Çakar & Seyitoğlu,2021; Cervený,2022; Kirillova & Kehto,2016; Lukoseviciute et al.,2021; Mlynkowiak,2023; Moyle et al.,2017; Yen,2022	۸	۱۷.۸٪
مجموع			۱۰۰٪

▪ چارچوب مفهومی پیشنهادی طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت

چارچوب پیشنهادی بر مبنای واکاوی متن‌ها (جامعه آماری ۹۴ مقاله منتخب)، شبکه‌ای سازمان‌یافته از پیشران‌ها همسو با مدل فرآیند سیستمی (پیشایند، فرآیند و نتایج) را ارائه می‌نماید که برای ادراک و تحلیل ارتباط ارگانیک میان ارکان سیستم تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت، ضروری است (شکل ۷) و با برخی از مطالعات پیشین در سایر زمینه‌های صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی در پژوهش‌های مروری، همسو است (Vlahovic-
Mlakar & Ozretic-Dosen, 2022; John & Supramaniam, 2024).

(Buonincontri et al., 2017; Nguyen et al., 2023). شناخت اهداف، انتظارات و وضعیت ذهنی گردشگران، زمینه ایجاد تجارب شخصی سازی شده را فراهم می آورد؛ تجاربی که به صورت هم زمان رشد فردی، رفاه ذهنی و تعهد محیط زیستی را ارتقا می دهد (Lengieza, 2022; Volo, 2021). بنابراین، محرک های فردی نه تنها نقش نیروی محرک در خلق تجارب پایدار را ایفا نموده، بلکه پیوندی ساختاری میان رضایت شخصی و تعهد به حفظ محیط زیست را برقرار می سازد.

P2. تأثیر ویژگی های مقصد بر فرآیند تجربه پایدار

ویژگی های مقصد، مناظر طبیعی اصیل و سیاست های حفاظتی، تجارب بازدیدکنندگان در راستای اهداف پایداری را هدایت نموده و سطح آگاهی محیط زیستی آنان را نیز افزایش می دهد (Mandić & McCool, 2023; Shen et al., 2023). همچنین، ترکیب هدفمند عناصر طبیعی و فرهنگی در طراحی تجربه، فرصت تأمل، خودکاوی و درک عمیق تر از تنوع فرهنگی و زیستی را فراهم می نماید (Lengieza, 2022; Spring, 2022). علاوه بر این، اصالت ادراک شده، میراث فرهنگی و شهرت مقصد نیز از عوامل کلیدی در افزایش رضایت و وفاداری گردشگران به شمار آمده و از طریق تقویت پیوند عاطفی با مکان، به پایداری بلندمدت کمک می نماید (Cheng, 2023; Yen, 2022). در نهایت، سیاست های مشارکتی و همکاری میان ذی نفعان محلی، تعادلی میان حفاظت از منابع و رضایت بازدیدکنندگان ایجاد می نماید که برای پایداری بلندمدت مقصدها ضروری است (Stienmetz et al., 2021; Alazaizah et al., 2019).

P3. تأثیر فرآیند تجربه بر نتایج فردی گردشگر

مشارکت فعال، یادگیری تعاملی و آگاهی محیط زیستی سه عامل محوری در بهبود نتایج فردی گردشگران به شمار می آید، این عوامل حس مالکیت و رشد شخصی را تقویت نموده و زمینه ساز توانمندسازی روان شناختی می شوند (Sheldon, 2020). محیط های یادگیری تعاملی با افزایش خودآگاهی و اعتماد به نفس، کیفیت ادراک شده، تجربه و رفاه روان شناختی گردشگر را بهبود می بخشد (Fragidis et al., 2022). از سوی دیگر،

تجاری که بر بنیان ارزش‌ها و فرهنگ محلی طراحی می‌شوند، علاوه بر معنابخشی، سطح دلبستگی مکان و میزان رضایت پایدار را نیز افزایش می‌دهد (Wolf et al., 2017; Bhandari et al., 2024).

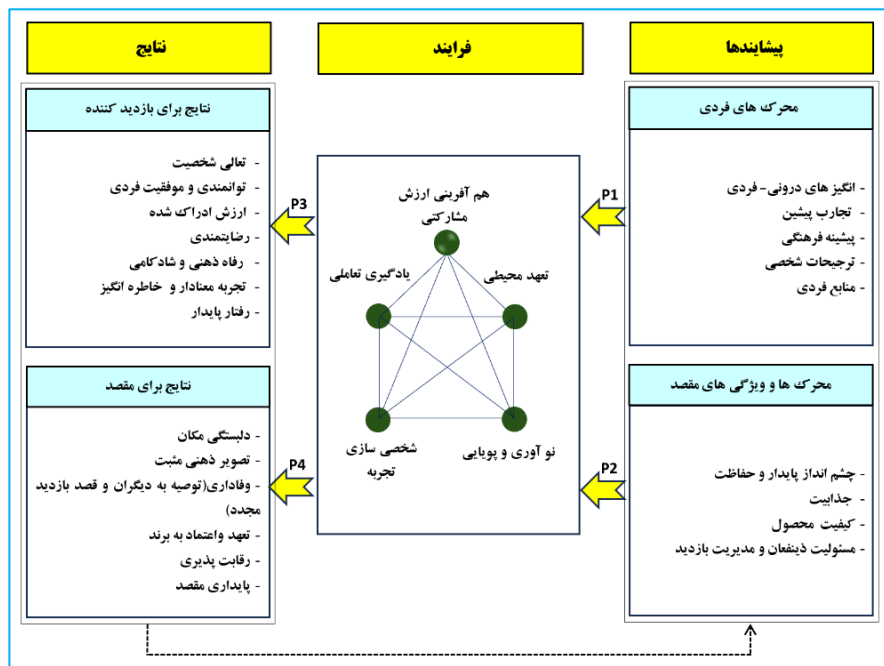
شخصی‌سازی خدمات و انطباق تجربه با ارزش‌های فردی، پیوند میان این ارزش‌ها و رفتارهای پایدار را تقویت می‌کند (Çakar & Seyitoğlu, 2021). افزون بر آن، فناوری‌های هوشمند از طریق خلق تجارب غوطه‌ور و داده‌محور، رشد فردی و پایداری را هم‌افزا می‌سازند (Neuhofer, 2015; Gretzel, 2020; Ball, 2023). در نتیجه، فرآیند طراحی تجربه، سازوکاری تحول‌محور است که یادگیری، خودتغییری و ارتقای تعهد محیط‌زیستی را حتی پس از سفر نیز استمرار می‌بخشد.

P4. تأثیر فرآیند تجربه بر حصول نتایج پایدار برای مقصد

طراحی تجارب پایدار، فراتر از تأثیرگذاری بر فرد، پیامدهای گسترده برای مقصد در زمینه‌های مختلف و از جمله ارتقای مزیت رقابتی را به همراه دارد (Mazilu et al., 2021; Koens et al., 2017). عناصری مانند هم‌آفرینی ارزش، شخصی‌سازی، نوآوری و تعهد محیط‌زیستی، علاوه بر افزایش رضایت گردشگران، از طریق افزایش وفاداری و تبلیغ دهان‌به‌دهان، ارتقای پایداری اجتماعی - اقتصادی مقصد را ممکن می‌سازد (Nguyen et al., 2023). افزون بر این، سطح بالای رضایت گردشگر با دلبستگی مکان و بروز رفتارهای پایدار، رابطه‌ای مستقیم دارد (Bhandari et al., 2024).

فناوری‌های دیجیتال و هوشمند از طریق یکپارچه‌سازی منابع و ارتقای اکوسیستم خدمات، سطح یادگیری و شخصی‌سازی را افزایش داده و بدین ترتیب، تجربه گردشگر را غنی‌تر می‌سازند (Rodrigues & Costa, 2024). در مجموع، فرآیند طراحی تجارب پایدار با ادغام فناوری، تعامل انسانی و تعهد محیط‌زیستی، چرخه‌ای هم‌افزا از رضایت، وفاداری و پایداری برای مقصد را پی‌ریزی می‌نماید (شکل ۸) (Aschauer & Egger, 2023).

شکل ۸. چارچوب مفهومی طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت



بحث و نتیجه گیری

رشد تولید دانش در زمینه طراحی تجارب پایدار از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۵، نشان دهنده گذار از رویکردهای سنتی کالامحور به طراحی انسانمحور و پایدار است. در این چارچوب، تجربه بازدیدکننده نه تنها به عنوان خروجی مصرفی، بلکه به عنوان فرآیندی تحول آفرین برای تقویت رفتار مسئولانه و احیای اکوسیستم محلی تفسیر می شود (Tussyadiah, 2014; Pine & Gilmore, 2019). اوج انتشار مقالات در سالهای ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ (مانند ۱۶ مقاله در سال ۲۰۲۳) به عنوان پاسخی به چالش های جهانی نظیر تغییرات اقلیمی و فشار بر منابع طبیعی تفسیر می شود که تقاضا برای تجارب پایدار را افزایش داده است (Scott & Gössling, 2022; Skinit et al., 2024). این یافته ها با مطالعه «فوسگارد و فردمن (۲۰۱۹)»، هم راستا است که بر ادغام حفاظت محیطی با طراحی تجربه تأکید دارد. با این حال، تمایز پژوهش حاضر در استفاده از تحلیل علم سنجی برای کمی سازی روندهای

نوظهور و پیشنهاد برای پژوهشگران آینده است (Zha et al., 2020; Breiby et al., 2020; Godovykh & Tasci, 2020).

خوشه‌بندی هم‌رخدادی واژگان با چهار خوشه اصلی (گردشگری پایدار، گردشگری مبتنی بر طبیعت، رضایت و طراحی تجربه) نشان‌دهنده پیوند ارگانیک میان رفتار پایدار، رضایت بازدیدکننده، تجارب معنادار و مدیریت مقصد برای احیا و مراقبت از اکوسیستم محلی (محیط‌زیستی، فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی) است که ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای تحول‌آفرین و پایدار را نیز برمی‌انگیزد (Kirtil & Aşkun, 2021; Uslu & Tosun, 2024). این یافته با مطالعه «بریبی و همکاران (۲۰۲۰)»، همخوانی دارد که پایداری را ابزاری برای ارتقای ارزش ادراک‌شده تجربه می‌داند. تفاوت بارز پژوهش حاضر در تحلیل روند زمانی هم‌رخدادی است که واژگان نوظهور مانند «مشارکت ذی‌نفعان، طراحی تجربه، تجربه خاطره‌انگیز و رفتار پایدار» را برجسته می‌کند که می‌تواند به‌عنوان حوزه‌های داغ آینده نیز به‌شمار آیند (Scuttari et al., 2021; Khanra et al., 2021).

رویکردهای نظری شناسایی‌شده (تجربه‌محور، مشارکتی، یکپارچه و همدلانه طبیعت‌محور و طراحی هم‌آفرین و پایدار) چارچوب‌هایی کل‌نگر برای هم‌آفرینی ارزش تجربه را ارائه می‌دهند که با ادغام همدلی، نوآوری و پایداری، رفتار و تجارب پایدار را تسهیل می‌کنند (Brown, 2008; Mandić & McCool, 2023). این رویکردها با مطالعه «اسکاتاری و همکاران (۲۰۲۱)»، در تأکید بر نوآوری خلاقانه هم‌راستا است؛ اما، تمایز اصیل پژوهش حاضر در آشکارسازی رویکرد هم‌آفرین و پایدار بر مبنای مشارکت در خلق ارزش توسط کلیه ذی‌نفعان محلی و گردشگران و از سوی دیگر، پیوند آن با مدل سیستمی در فرآیند طراحی تجارب پایدار است (Fesenmaier & Xiang, 2017; Jernsand et al., 2015).

مشارکت نظری و سهم نوآورانه پژوهش در تمایز با ادبیات پیشین، در ارائه چارچوبی سیستمی نهفته است که با سازماندهی و پیوند ارگانیک میان سه رکن پیشنهادها (محرک‌های فردی و ویژگی‌های مقصد)، فرآیند (هم‌آفرینی ارزش، یادگیری تعاملی،

تعهد محیطی، شخصی سازی تجربه و نوآوری و پویایی) و نتایج (تجارب معنادار بازدیدکننده و پایداری مقصد)، شکاف نظری در پیوند میان طراحی تجربه و پایداری را پوشش می دهد و طراحی تجارب را به فرآیندی تکرارشونده و مشارکتی تبدیل می نماید (Vlahovic-Mlakar & Ozretic-Dosen, 2022; Mandić & McCool, 2023;) (Tussyadiah, 2014; John & Supramaniam, 2024). این مدل، بر گسترش رویکردهای پیشین مانند طراحی انسان محور و هم آفرینی ارزش تأکید دارد (Fossgard & Fredman, 2019; Breiby et al., 2020). تحلیل علم سنجی نیز با شناسایی واژگانی نوظهور مانند مشارکت ذی نفعان، طراحی تجربه، تجربه خاطره انگیز و رفتار پایدار، پویایی های علمی در این حوزه برای ترکیب مفاهیم داغ در پژوهش های آینده را آشکار می سازد (Khanra et al., 2021; Scuttari et al., 2021).

مشارکت کاربردی پژوهش در ارائه راهبرد برای مدیران مقصدهای تفرج مبتنی بر طبیعت است که با تمرکز بر شخصی سازی تجربه و نوآوری دیجیتال، رضایت، تجارب معنادار و رفتار پایدار را ارتقا دهند (Guerra & Gonçalves, 2024; Wu et al., 2024). استفاده از فناوری هوشمند برای مدیریت ظرفیت نگهداشت و کاهش ردپای کربن (Xu, 2023; Gössling et al., 2020) و همچنین، تسهیل در فرآیند هم آفرینی ارزش به منظور توزیع عادلانه منافع اجتماعی - اقتصادی و حمایت از ارزش های پایدار، بخشی دیگر از رهنمودهای مؤثر به شمار می آیند (Onofri & Narain, 2025; Cavalcante et al., 2025).

محدودیت های پژوهش شامل تمرکز بر مقالات انگلیسی زبان و نمایه شده در پایگاه های اسکوپوس و وب آوساینس است که سایر منابع علمی و مطالعات غیرانگلیسی یا منتشر نشده را حذف نموده است. همچنین، تأکید بر داده های کمی و یا کیفی مروری، ممکن است جنبه های کیفی عمیق تر و برآمده از مناطق جغرافیایی گوناگون را نادیده گرفته باشد (Madeira et al., 2023; Matos et al., 2021).

علاوه بر این، واکاوی محتوای نظام مند ۹۴ مقاله منتخب در حوزه طراحی تجارب پایدار، نشان می دهد که ادبیات این حوزه به تدریج از رویکردهای صرفاً توصیفی به جانب

رویکردهای طراحی محور، تحول آفرین و مبتنی بر هم آفرینی ارزش میان ذی نفعان مختلف بازجهت گیری شده است. این تحول، زمینه نظری و عملی مؤثر برای جهت گیری دستور کار پژوهش های آینده در خصوص طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت بر مبنای تقدم زمانی و برآمده از مقالات شاخص، شرح عرصه های پیشنهادی زیر را فراهم می سازد: طراحی هدفمند تجربه گردشگری به منظور تأثیرگذاری بر انگیزش، یادگیری و رفتارهای پایدار بازدیدکنندگان، یکی از محوری ترین جهت گیری های پژوهشی آینده محسوب می شود. پژوهش ها تأکید دارند که می باید تجاربی را طراحی کرد تا حساسیت گردشگران نسبت به حفاظت از گونه ها و زیست بوم های طبیعی را تقویت نماید (Ardoin et al., 2015)؛ ضمن اینکه، مدیریت واستمرار فرآیند یادگیری گردشگران از طریق فناوری های وب محور و شبکه های اجتماعی، به عنوان مسیرهایی مکمل و اثرگذار برای پژوهش های آینده معرفی شده اند (Ballantyne et al., 2011). همچنین، بخش قابل توجهی از ادبیات بر کمبود مطالعات تجربی عمیق تأکید دارد؛ به ویژه پژوهش هایی که بتواند روابط علی میان تجربه بازدیدکننده، دلبستگی مکان، واکنش های عاطفی و رفتارهای پایدار در مقصدهای طبیعی را تحلیل کنند (Kirillova & Kehto, 2016; Buinoncontri et al., 2017).

از منظر گردشگری پایدار، پژوهش های آینده باید نقش گردشگران آگاه و مسئول در حفاظت و بازآفرینی منابع مقصد و نیز تأثیر رهبری تحول آفرین در سازمان ها و کسب و کارهای گردشگری را مورد توجه قرار دهند (Sheldon, 2020). افزایش آگاهی گردشگران نسبت به پیامدهای اجتماعی و محیط زیستی سفر و طراحی فرصت هایی برای تجارب پایدار، از مسیرهای کلیدی پژوهش های آینده به شمار می رود (Breiby et al., 2020). در این میان، تحلیل رابطه میان مسئولیت اجتماعی، نوآوری های محیط زیستی و ویژگی های زمینه ای گردشگران می تواند به درک عمیق تری از شکل گیری رفتارهای پایدار منجر شود (Chung et al., 2019). در همین راستا، ارزیابی پیامدهای فعالیت های گردشگری بر منابع مقصد و بررسی چگونگی ادغام ابعاد محیط زیستی، اجتماعی و

اقتصادی در فرآیندهای مدیریت پایدار مقصد، همچنان از زمینه‌های اولویت‌دار پژوهش تلقی می‌شوند (Ballantyne et al., 2011).

استفاده از داده‌های بزرگ و سیستم‌های اشتراکی (نظیر حمل‌ونقل هوشمند) از عرصه‌های نوظهور برای ارتقای تجارب پایدار است (Buning & Lulla, 2020). همچنین، استفاده از داده‌های طولی و مطالعات تطبیقی بین‌کشوری و بین‌منطقه‌ای می‌تواند ضمن افزایش قابلیت تعمیم نتایج، به توسعه و بومی‌سازی شاخص‌های ارزیابی پایداری کمک کند (Khanh & Phong, 2020 ; Foronda-Robles et al., 2020). افزون بر این، نقش باورها و احساسات گردشگران در شکل‌گیری رفتار مسئولانه محیط‌زیستی، همچنان نیازمند پژوهش‌های گسترده‌تر است (Kim et al., 2018).

تمرکز فزاینده ادبیات بر تجارب پایدار و به‌یاد ماندنی، توجه به هم‌آفرینی ارزش با مشارکت همه ذی‌نفعان محلی را برجسته ساخته است (Koens et al., 2021). تعمیق درک از پیوند عاطفی بازدیدکنندگان با محیط‌های طبیعی در فرآیند طراحی تجارب گردشگری (Mandić & McCool, 2023)، بهره‌گیری از مفهوم سفر پایدار بازدیدکننده (Fragidis et al., 2022) و طراحی تجارب دیجیتال و تحول‌آفرین با تمرکز بر پیامدهای بلندمدت آن‌ها (Neuhofer, 2024)، از دیگر جهت‌گیری‌های مهم پژوهشی آینده به‌شمار می‌روند.

پژوهش‌های آینده همچنین می‌باید، نقش عوامل فرهنگی، تفاوت‌های زمینه‌ای و میزان مشارکت ذی‌نفعان در شکل‌دهی رفتار پایدار را بررسی نموده (Rezapouraghdam et al., 2023) و از سوی دیگر، تأثیر شبکه‌های اجتماعی در ارزیابی، اشتراک‌گذاری و سازماندهی تجارب سفر را مورد تحلیل قرار دهد (Stienmetz et al., 2021). بررسی چارچوب‌های نهادی و محدودیت‌های قانونی حاکم بر تجربه بازدیدکنندگان، به‌ویژه در تفرج مبتنی بر طبیعت و مناطق حفاظت‌شده نیز از دیگر مسیرهای مهم پژوهشی آینده است (Spring, 2022).

از منظر روش‌شناختی، تأکید بر رویکردهای ترکیبی، مطالعات موردی و تمرکز بر مقصدهای گردشگری نوظهور، می‌تواند به غنای فرهنگی و جغرافیایی ادبیات این حوزه

کمک کند (Mandić & McCool, 2023; Fossgard & Fredman, 2019). در نهایت، پیاده‌سازی چارچوب مفهومی پیشنهادی از طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت حاصل از پژوهش حاضر، می‌تواند مبنایی عملیاتی برای اعتبارسنجی مدل پیشنهادی به‌طور ویژه در ایران و راهنمایی مؤثر برای پژوهشگران آینده نیز باشد. بیانیه نهایی پژوهش آن است که طراحی تجارب پایدار، فرآیند هم‌آفرینی ارزش برای تحول در نگرش‌ها، ارزش‌ها و رفتار ذی‌نفعان با هدف احیا و پایداری اکوسیستم محلی (محیط‌زیستی، اجتماعی و اقتصادی) و از سوی دیگر، نیل به تجارب معنادار برای بازدیدکنندگان در زمینه تفرج مبتنی بر طبیعت با تأکید بر مقصدهای طبیعی پرتقاضا، به‌شمار می‌آید.

تعارض منافع

از دیدگاه نویسندگان، تعارض منافع وجود ندارد؛ زیرا، مقاله، مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری دانشگاه خوارزمی است که سهم نویسندگان به تناسب جایگاه در نقش استادان راهنما - مشاور و دانشجو به‌ترتیب، بازتاب داده شده است.

ORCID

Mojtaba Javdan

 <https://orcid.org/0000-0002-4283-3057>

Nilofar Abaspoor

 <https://orcid.org/0000-0001-7965-0492>

Fateme Soltan Taghizade

 <https://orcid.org/0009-0001-1971-0710>

منابع

۱. اسدیان‌اردکانی، فائزه (۱۴۰۴). تحلیل رضایت گردشگران از منظر هوش مصنوعی: یک مطالعه کتاب‌سنجی. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۰(۷۱)، ۲۵۳-۲۹۴. DOI: [10.22054/tms.2025.83370.3012](https://doi.org/10.22054/tms.2025.83370.3012)
۲. شکاری، فاطمه (۱۴۰۲). ارائه چارچوب مفهومی چندوجهی برای تجربه گردشگران مذهبی: مرور نظام‌مند. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۸(۶۳)، ۱۰۵-۱۴۸. DOI: [10.22054/tms.2023.74621.2848](https://doi.org/10.22054/tms.2023.74621.2848)

۳. شکاری، فاطمه (۱۴۰۱). گردشگری و هویت ملی - قومی: تحلیل کتاب‌سنجی. فصلنامه

مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۷(۶۰)، ۷۹-۱۱۵. DOI: [10.22054/tms.2023.71904.2797](https://doi.org/10.22054/tms.2023.71904.2797)

4. Abang Abdurahman, A. Z., Md Nasir, S. A., Wan Yaacob, W. F., Jaya, S., & Mokhtar, S. (2021). Spatio-temporal clustering of Sarawak Malaysia total protected area visitors. *Sustainability*, 13(21), 11618. <https://doi.org/10.3390/su132111618>
5. Agapito, D., Kronenburg, R., & Pinto, P. (2023). A review on destination social responsibility: Towards a research agenda. *Current Issues in Tourism*, 26(4), 554–572. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2091432>
6. Akin, M. H., Ozturk, Y., & Karamustafa, K. (2022). A comparative perspective on destination competitiveness through visitors' and stakeholders' perceptions in the region of Cappadocia. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(5), 966–986. <https://doi.org/10.1108/jhti-01-2021-0015>
7. Alaminos-Rodríguez, R. M., Pulido-Fernández, J. I., & Rodríguez-Herrera, I. M. (2017). The tourism product in Magic Towns of Mexico: A critical analysis of its components. *Revista de Estudios Regionales*, (109), 125–163.
8. Alazaizeh, M. M., Jamaliah, M. M., Mgonja, J. T., & Ababneh, A. (2019). Tour guide performance and sustainable visitor behavior at cultural heritage sites. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(11), 1708–1724. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1658766>
9. Amoruso, G. (2024). Design for cultural cooperation. Interaction, experience, and heritage awareness. In *Proceedings of the International Congress for Heritage Digital Technologies and Tourism Management - HEDIT2024*, Valencia, Spain (pp. 20–21). <https://doi.org/10.4995/hedit2024.2024.17512>
10. Anastasiou, M. (2019). Mapping international students' expectations from the Cy hospitality and tourism higher education: An early dropout indicator. *Tourism and Hospitality Management*, 25(2), 269–290. <https://doi.org/10.20867/thm.25.2.2>
11. Antunes, M., Dias, Á., Gonçalves, F., Sousa, B., & Pereira, L. (2023). Measuring sustainable tourism lifestyle entrepreneurship orientation to

- improve tourist experience. *Sustainability*, 15(2), 1201. <https://doi.org/10.3390/su15021201>
12. Arbogast, D., Butler, P., Faulkes, E., Eades, D., Deng, J., Maumbe, K., & Smaldone, D. (2020). Using social design to visualize outcomes of sustainable tourism planning: A multiphase, transdisciplinary approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(4), 1413–1448. <https://doi.org/10.1108/ijchm-02-2019-0140>
13. Ardoin, N. M., Wheaton, M., Bowers, A. W., Hunt, C. A., & Durham, W. H. (2015). Nature-based tourism's impact on environmental knowledge, attitudes, and behavior: A review and analysis of the literature and potential future research. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(6), 838–858. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1024258>
14. Arif, M., Behzad, H. M., Tahir, M., & Li, C. (2022). Nature-based tourism influences ecosystem functioning along waterways: Implications for conservation and management. *Science of the Total Environment*, 842, 156935. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2022.156935>
15. Aschauer, W., & Egger, R. (2023). Transformations in tourism following COVID-19? A longitudinal study on the perceptions of tourists. *Journal of Tourism Futures*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/jtf-08-2022-0215>
16. Asih, S. W., & Nugroho, P. (2025). Dimensions and mechanisms of environmental behavior among visitors to nature-based destinations: A case study of Gunung Ciremai National Park, Indonesia. *Jurnal Sylva Lestari: Journal of Sustainable Forest*, 13(3), 676–691. <https://doi.org/10.23960/jsl.v13i3.1121>
17. Avecillas-Torres, I., Herrera-Puente, S., Galarza-Cordero, M., Coello-Nieto, F., Farfán-Pacheco, K., Alvarado-Vanegas, B., Ordóñez-Ordóñez, S., & Espinoza-Figueroa, F. (2025). Nature tourism and mental well-being: Insights from a controlled context on reducing depression, anxiety, and stress. *Sustainability*, 17(2), 654. <https://doi.org/10.3390/su17020654>
18. Ayachi, H., & Jaouadi, S. (2017). Problems and perspective of ecotourism in the Island of Farasan. *Society and Business Review*, 12(2), 235–251. <https://doi.org/10.1108/sbr-10-2016-0056>

19. Baghdadi, A., & David, L. D. (2025). Effect of smart tourism technology use on memorable tourism experience: The Budapest sample. *Journal of Posthumanism*, 5(5), 3893–3904. <https://doi.org/10.63332/joph.v5i5.1828>
20. Ball, C. (2023). The effects of nature-based travel in virtual reality: The role of spatial presence and narrative engagement. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 26(9), 679–685. <https://doi.org/10.1089/cyber.2022.0240>
21. Ballantyne, R., Packer, J., & Sutherland, L. A. (2011). Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences. *Tourism Management*, 32(4), 770–779. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.012>
22. Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N. M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30, 5917–5930. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>
23. Bernaki, W., & Marso, S. (2023). Tourist experience in destinations: Rethinking a conceptual framework of destination experience. *Journal of Marketing Research & Case Studies*, 340232. <https://doi.org/10.5171/2023.340232>
24. Bhandari, H., Mittal, A., & Arora, M. (2024). Influence of memorable tourism experience on attitude towards pilgrimage: A moderated-mediation model with memorable religious experience and religiosity. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(2), 1111–1129. <https://doi.org/10.1108/jhti-11-2023-0848>
25. Binkhorst, E., & Den Dekker, T. (2009). Agenda for co-creation tourism experience research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(2–3), 311–327. <https://doi.org/10.1080/19368620802594193>
26. Blumenthal, V. (2020). Consumer immersion in managed visitor attractions: The role of individual responses and antecedent factors. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(1), 4–27. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1725624>
27. Blythe, J. (2021). Empathic design in ocean-dependent communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 789–805.

28. Branstrator, J. R., Cavaliere, C. T., Xiong, L., & Knight, D. (2023). Extended reality and sustainable tourism: Restorying human–wildlife relationships for biocultural conservation. *Journal of Ecotourism*, 22(1), 103–119. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2055046>
29. Breiby, M. A., Duedahl, E., Øian, H., & Ericsson, B. (2020). Exploring sustainable experiences in tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 20(4), 335–351. <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1748706>
30. Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92.
31. Bueddefeld, J., & Winkle, C. V. (2023). Polar bears, climate change, and trusted messengers: Informing the Contextual Model of Transformative Learning Theory. *Journal of Ecotourism*, 23(3), 395–413. <https://doi.org/10.1080/14724049.2023.2267800>
32. Buning, R. J., & Lulla, V. (2020). Visitor bikeshare usage: Tracking visitor spatiotemporal behavior using big data. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(4), 711–731. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1825456>
33. Buonincontri, P., Marasco, A., & Ramkissoon, H. (2017). Visitors' experience, place attachment and sustainable behaviour at cultural heritage sites: A conceptual framework. *Sustainability*, 9(7), 1112. <https://doi.org/10.3390/su9071112>
34. Çakar, K., & Seyitoğlu, F. (2021). Motivations and experiences of tourists visiting Hasankeyfas a last chance tourism destination. *Journal of Ecotourism*, 22(2), 237–259. <https://doi.org/10.1080/14724049.2021.1965151>
35. Calisto, M., & Sarkar, S. (2024). A systematic review of virtual reality in tourism and hospitality: The known and the paths to follow. *International Journal of Hospitality Management*, 116, 103623. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103623>
36. Calvén, A., Beery, T., Kristofers, H., Johansson, M., Carlback, M., & Wendin, K. (2025). Outdoor recreation, nature-based tourism and food: Experiences and adaptations in the hospitality industry during the COVID-19 pandemic—a review. *Frontiers in Sustainable Tourism*, 4, 1529233. <https://doi.org/10.3389/frsut.2025.1529233>

37. Câmara, E., Pocinho, M., Agapito, D., & de Jesus, S. N. (2023). Meaningful experiences in tourism: A systematic review of psychological constructs. *European Journal of Tourism Research*, 34, 3403. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v34i.2964>
38. Carvalho, M., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2021). Pairing co-creation with food and wine experiences—A holistic perspective of tourist experiences in Dão, a Portuguese wine region. *Sustainability*, 13(23), 13416. <https://doi.org/10.3390/su132313416>
39. Cavalcante, W. Q., Coelho, A., & Bairrada, C. M. (2025). A place to remember? Exploring perceived destination sustainability effects on memory and place attachment: The role of tourism experience and value co-creation. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 32(4), 5222–5237. <https://doi.org/10.1002/csr.3237>
40. Cervený, L. K. (2022). Sustainable recreation and tourism: Making sense of diverse conceptualizations and management paradigms. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 38, 100520. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100520>
41. Chatkaewnapanon, Y., & Kelly, J. M. (2019). Community arts as an inclusive methodology for sustainable tourism development. *Journal of Place Management and Development*, 12(3), 365–390. <https://doi.org/10.1108/jpmd-09-2017-0094>
42. Chen, W., & Wu, M. (2024). Exploring the role of psychological ownership in tourists' shift toward sustainable behavior in cultural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(11), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2341890>
43. Chen, Y., Wang, Y., & Li, K. (2021). Recognition and application of tunnel water accumulation based on computer vision. *Journal of Physics: Conference Series*, 2010(1), 012043. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/2010/1/012043>
44. Chirico, A., Pizzolante, M., Kitson, A., Gianotti, E., Riecke, B. E., & Gaggioli, A. (2022). Defining transformative experiences: A conceptual analysis. *Frontiers in Psychology*, 13, 790300. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.790300>
45. Chung, N., Tyan, I., & Lee, S. J. (2019). Eco-innovative museums and visitors' perceptions of corporate social responsibility. *Sustainability*, 11(20), 5744. <https://doi.org/10.3390/su11205744>

46. Colavitti, A. M., & Usai, A. (2015). Partnership building strategy in place branding as a tool to improve cultural heritage district's design. The experience of UNESCO's mining heritage district in Sardinia, Italy. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 5(2), 151–175. <https://doi.org/10.1108/jchmsd-02-2014-0007>
47. Coroş, M. M., Gică, O. A., Yallop, A. C., & Moisescu, O. I. (2017). Innovative and sustainable tourism strategies. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(5), 504–515. <https://doi.org/10.1108/whatt-07-2017-0033>
48. Creţu, D. M. (2019). Designing rigorous and relevant learning experiences for future teachers. In *MATEC Web of Conferences* (Vol. 290, p. 13002). EDP Sciences.
49. De Angelis, R., Reynolds, L., Koenig-Lewis, N., & Bosangit, C. (2025). Conceptualising circular tourism: Taking a place-based eco-system perspective. *Journal of Circular Economy*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.55845/tvuz5672>
50. Delamontano, E., Endyana, C., Winoto, Y., & Novianti, E. (2025). Knowledge management and storytelling as social transformation tools in educational tourism on the Citarum River. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*. DOI:10.59025/zn6hb591
51. Dell'Eva, M., Nava, C. R., & Osti, L. (2020). Perceptions and satisfaction of human–animal encounters in protected areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(4), 441–458. <https://doi.org/10.1108/whatt-05-2020-0024>
52. Della Lucia, M., & Lazic, S. (2024). A new disciplinary perspective on values-based placemaking: Humanistic destinations. In H. Pechlaner, N. Olbrich, & G. Isetti (Eds.), *Values, cities and sustainable placemaking* (pp. 95–109). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-80455-960-420241010>
53. Deng, Y., Lee, H. M., Lee, T., & Hyun, S. S. (2024). Co-creation of the tourist experience: A systematic assessment scale. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101212. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101212>
54. Dias, C., & Dias, V. (2019). Memorable tourism experience design an effective destination marketing tool. *Anatolia*, 30(4), 626–628. <https://doi.org/10.1080/13032917.2019.1668727>

55. Dickinger, A., & Kolomojets, Y. (2024). Value co-creation in tourism living labs. *Journal of Business Research*, 183, 114820. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114820>
56. Dogan, U. (2015). Student engagement, academic self-efficacy, and academic motivation as predictors of academic performance. *The Anthropologist*, 20(3), 553–561. <https://doi.org/10.1080/09720073.2015.11891759>
57. Donici, D. S., & Dumitras, D. E. (2024). Nature-based tourism in national and natural parks in Europe: A systematic review. *Forests*, 15(4), 588. <https://doi.org/10.3390/f15040588>
58. Đurić, Z., Cvijanović, D., Petek, V., & Potočnik Topler, J. (2025). Sustainability struggle: Challenges and issues in managing sustainability and environmental protection in local tourism destinations practices—an overview. *Sustainability*, 17(15), 7134. <https://doi.org/10.3390/su17157134>
59. Epting, S. (2021). The United States Department of sustainability: Its purpose and moral underpinnings. *Sustainability and Climate Change*, 14(2), 84–91. <https://doi.org/10.1089/scc.2020.0088>
60. Ercan, F., Sayın, K., Dalgın, T., & Gençer, K. (2025). A bibliometric and systematic review of publications on augmented reality in sustainable tourism. *Sustainability*, 17(4), 1508. <https://doi.org/10.3390/su17041508>
61. Erschbamer, G., & Olbrich, N. (2024). Destination design for sustainable tourism. In D. Buhalis (Ed.), *Encyclopedia of tourism management and marketing* (pp. 222–226). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003365815-22>
62. Esawe, A., Esawe, K. T., & Esawe, N. (2024). Understanding the implications of value co-creation in eco-hotels: The antecedents and consequences. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 1974–1993. <https://doi.org/10.1108/jhti-04-2023-0233>
63. Fazil, A. W., Hamidi, S. A., & Habibi, H. (2024). Evaluating the impact of emerging technologies on mobile user experience: The role of user-centered design in overcoming development challenges. *International Journal Software Engineering and Computer Science*, 4(3), 1244–1252. <https://doi.org/10.35870/ijsecs.v4i3.3167>
64. Fesenmaier, D. R., & Xiang, Z. (2017). *Design science in tourism: Foundations of destination management*. Springer.

65. Filopoulos, S., & Frittella, N. (2019). Designing sustainable and responsible wine tourism experiences. *BIO Web of Conferences*, 12, Article 03006. <https://doi.org/10.1051/bioconf/20191203006>
66. Force, A., Manuel-Navarrete, D., & Benessaiah, K. (2018). Tourism and transitions toward sustainability: Developing tourists' pro-sustainability agency. *Sustainability Science*, 13(2), 431–445. <https://doi.org/10.1007/s11625-017-0448-y>
67. Foronda-Robles, C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga, L., & Fernández-Tabales, A. (2020). Progress and stakes in sustainable tourism: Indicators for smart coastal destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1518–1537. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1864386>
68. Fossgard, K., & Fredman, P. (2019). Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: An explorative analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28, 100219. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.04.001>
69. Frigidis, G., Riskos, K., & Kotzaivazoglou, I. (2022). Designing the tourist journey for the advancement of sustainable tourist practices. *Sustainability*, 14(15), 9778. <https://doi.org/10.3390/su14159778>
70. Franch, M., Martini, U., Buffa, F., & Parisi, G. (2008). 4L tourism (landscape, leisure, learning and limit): Responding to new motivations and expectations of tourists to improve the competitiveness of Alpine destinations in a sustainable way. *Tourism Review*, 63(1), 4–14. <https://doi.org/10.1108/16605370810861008>
71. Gao, J. (2024). Stakeholder perceptions of sustainable tourism development. *Sustainability*, 16(16), 6742. <https://doi.org/10.3390/su16166742>
72. Ghasemi, M., González-García, A., Charrahy, Z., & Serrao-Neumann, S. (2024). Utilizing supply-demand bundles in nature-based recreation offers insights into specific strategies for sustainable tourism management. *Science of the Total Environment*, 922, Article 171185. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2024.171185>
73. Godovych, M. (2024). Transformative experiences in tourism: Where, when, with whom, and how does tourists' transformation occur? *Frontiers in Sustainable Tourism*, 3, Article 1377844. <https://doi.org/10.3389/frsut.2024.1377844>

74. Godovykh, M., & Tasci, A. D. A. (2020). Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100694. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100694>
75. Gomes Rodrigues, M. V., Ferreira Gomes, L. M., Cabral de Carvalho, A. B., & Miranda Beato, C. (2019). Contributions for the rehabilitation of the Castro da Senhora do Bom Sucesso - Mangualde (Portugal). *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 603(4), Article 042045. <https://doi.org/10.1088/1757-899x/603/4/042045>
76. Groulx, M., Lemieux, C., Dawson, J., Stewart, E., & Yudina, O. (2016). Motivations to engage in last chance tourism in the Churchill Wildlife Management Area and Wapusk National Park: The role of place identity and nature relatedness. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(11), 1523–1540. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1134556>
77. Guerra, R. J. d. C., & Gonçalves, E. C. C. (2024). Co-creation of sustainable tourism and hospitality experiences: Education and organizations in search of new business models. *Sustainability*, 16(1), 321. <https://doi.org/10.3390/su16010321>
78. Guillén-Peñafiel, R., Hernández-Carretero, A. M., & Sánchez-Martín, J. M. (2022). Heritage education as a basis for sustainable development. The case of Trujillo, Monfragüe National Park and Villuercas-Ibores-Jara Geopark (Extremadura, Spain). *Land*, 11(8), 1183. <https://doi.org/10.3390/land11081183>
79. Gupta, A., Zhu, H., Bhammar, H., Earley, E., & Filipski, M. (2023). Economic impact of nature-based tourism. *PLOS ONE*, 18(4), Article e0282912. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282912>
80. Gupta, S., Nath Mishra, O., & Kumar, S. (2023). Tourist participation, well-being and satisfaction: The mediating roles of service experience and tourist empowerment. *Current Issues in Tourism*, 26(13), 2349–2364. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2091429>
81. Hakio, K., & Mattelmäki, T. (2019). Future skills of design for sustainability: An awareness-based co-creation approach. *Sustainability*, 11(19), 5247. <https://doi.org/10.3390/su11195247>
82. Hammer, T., & Siegrist, D. (2008). Protected areas in the Alps: The success factors of nature-based tourism and the challenge for regional

- policy. *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society*, 17(1), 152–160. <https://doi.org/10.14512/gaia.17.s1.13>
83. Han, S., Ramkissoon, H., You, E., & Kim, M. J. (2023). Support of residents for sustainable tourism development in nature-based destinations: Applying theories of social exchange and bottom-up spillover. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, Article 100643. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100643>
84. Hassan, T. H., Fazia, C., Abdelmoaty, M. A., Bekzot, J., Gozner, M., Almahayitah, M. Y., & Salem, A. E. (2024). Sustainable pathways: Understanding the interplay of environmental behavior, personal values, and tourist outcomes in farm tourism. *Discover Sustainability*, 5, 153. <https://doi.org/10.1007/s43621-024-00354-8>
85. Hofman, K., & Hughes, K. (2017). Protecting the Great Barrier Reef: Analysing the impact of a conservation documentary and post-viewing strategies on long-term conservation behaviour. *Environmental Education Research*, 24(4), 521–536. <https://doi.org/10.1080/13504622.2017.1303820>
86. Hong Nguyen, T., Ağbay, N. C., & Çakar, K. (2023). Visitors' experiences of UNESCO World Heritage Site: Evidence from Göbeklitepe, Türkiye. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4). <https://doi.org/10.1108/jhti-05-2023-0311>
87. Huang, T.-C., Chen, C.-C., & Chou, Y.-W. (2016). Animating eco-education: To see, feel, and discover in an augmented reality-based experiential learning environment. *Computers & Education*, 96, 72–82. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.02.008>
88. Huang, Y., Deng, J., Li, J., & Zhong, Y. (2008). Visitors' attitudes towards China's national forest park policy, roles and functions, and appropriate use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(1), 63–84. <https://doi.org/10.2167/jost720.0>
89. Huang, Y.-C., & Lin, Y. H. (2023). The influence of perceived authenticity on pilgrimage image in the Dajia Mazu pilgrimage. *Current Issues in Tourism*, 27(12), 1989–2003. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2222581>
90. Ibadi, T., & Ramdhani, M. I. (2024). Perancangan UI/UX website informasi wisata dan penginapan di kabupaten OKUS berbasis

- mobile. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 26(1), 59–67. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v26i1.2939>
- 91.Ivasciuc, I.-S., Candrea, A. N., Ispas, A., & Piuaru, B.-A. (2024). A bibliometric analysis of generation Z and tourism research: Insights from VOSviewer mapping. *Administrative Sciences*, 14(12), 337. <https://doi.org/10.3390/admsci14120337>
- 92.Jensen, Ø., & Prebensen, N. (2015). Innovation and value creation in experience-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(Suppl. 1), 1–8. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1066093>
- 93.Jernsand, E. M., Kraff, H., & Mossberg, L. (2015). Tourism experience innovation through design. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(Suppl. 1), 98–119. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1062269>
- 94.Jiang, F., Huang, R., Chen, Q., & Zhang, J. (2023). Brand equity, tourist satisfaction and travel intentions in a UNESCO creative city of gastronomy: A case study of Yangzhou, China. *Foods*, 12(14), Article 2690. <https://doi.org/10.3390/foods12142690>
- 95.Johansen, K. M., & Konu, H. (2025). Designing transformative nature-based wellbeing tourism experiences: A case study from the Finnish Lakeland Region. *Tourism Recreation Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/02508281.2024.2443983>
- 96.John, S. P., & Supramaniam, S. (2024). Value co-creation research in tourism and hospitality management: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58, 96–114. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.11.008>
- 97.Johnson, A. G., & Buhalis, D. (2023). Legitimacy in co-creating tourism value through customer-to-customer (C2C) online travel communities. *Tourism Recreation Research*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1080/02508281.2023.2196488>
- 98.Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2022). Nature interpretation as an environmental educational approach in visitor management: The application dilemma for different target groups at Masai Mara National Reserve, Kenya. *Sustainability*, 14(5), 2935. <https://doi.org/10.3390/su14052935>

99. Justino, S., Calheiros, C. S., Castro, P. M., & Gonçalves, D. (2023). Constructed wetlands as nature-based solutions for wastewater treatment in the hospitality industry: A review. *Hydrology*, 10(7), Article 153. <https://doi.org/10.3390/hydrology10070153>
100. Kalafatovic, D., Mauša, G., Todorovski, T., & Giralt, E. (2019). Algorithm-supported, mass and sequence diversity-oriented random peptide library design. *Journal of Cheminformatics*, 11, 25. <https://doi.org/10.1186/s13321-019-0347-6>
101. Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2021). Bibliometric analysis and literature review of ecotourism: Toward sustainable development. *Tourism Management Perspectives*, 37, Article 100777. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100777>
102. Kim, C.-M., Van Rompay, T. J. L., Louwers, G. L. M., Yoon, J., & Ludden, G. D. S. (2024). From a morning forest to a sunset beach: Understanding visual experiences and the roles of personal characteristics for designing relaxing digital nature. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 40(24), 8535–8552. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2285626>
103. Kim, J.-H. (2018). The impact of memorable tourism experiences on loyalty behaviors: The mediating effects of destination image and satisfaction. *Journal of Travel Research*, 57(7), 856–870. <https://doi.org/10.1177/0047287517721369>
104. Kim, M.-S., Kim, J., & Thapa, B. (2018). Influence of environmental knowledge on affect, nature affiliation and pro-environmental behaviors among tourists. *Sustainability*, 10(9), 3109. <https://doi.org/10.3390/su10093109>
105. Kirillova, K., & Lehto, X. (2016). Aesthetic and restorative qualities of vacation destinations: How are they related? *Tourism Analysis*, 21(5), 513–527. <https://doi.org/10.3727/108354216X14653218477651>
106. Kubota, Y., Miyasaka, T., Kajikawa, M., Oba, A., & Miyasaka, K. (2024). Effectiveness of non-geotagged social media data for monitoring visitor experience in a national park in Japan. *Sustainability*, 16(2), 851. <https://doi.org/10.3390/su16020851>
107. Kumar, P. (2024). Emerging trends in sustainable nature-based tourism: A focus on northeast India. In K. Wongmahesak & P. Suanpang (Eds.), *Technological and managerial approaches to fostering*

- sustainable travel* (pp. 109–124). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8115-1.ch005>
108. Kumar, P., Kulshreshtha, S. K., & Kumar, R. (2025). Managing tourist expectations in nature-based tourism: Strategies for enhanced perception. *Journal of Tourism Management Research*, 12(1), 107–114. <https://doi.org/10.18488/31.v12i1.4218>
109. Landon, A. C., Woosnam, K. M., Keith, S. J., Tarrant, M. A., Rubin, D. M., & Ling, S. T. (2019). Understanding and modifying beliefs about climate change through educational travel. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(3), 292–307. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560452>
110. Lawson, G., Dean, D., He, Y., & Huang, X. (2021). Motivations and satisfaction of New Zealand domestic tourists to inform landscape design in a nature-based setting. *Sustainability*, 13(22), 12415. <https://doi.org/10.3390/su132212415>
111. Lee, S., Hwang, S., & Lee, K. (2025). Beyond individual UX: Defining group experience (GX) as a new paradigm for group-centered AI. *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2505.12780>
112. Lee, T. H., & Jan, F.-H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70(2), 368–380. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.09.003>
113. Lengieza, M. L., Hunt, C. A., & Swim, J. K. (2023). Ecotourism, eudaimonia, and sustainability insights. *Journal of Ecotourism*, 22(1), 43–58. <https://doi.org/10.1080/14724049.2021.2024215>
114. Lestar, T., & Hancock, J. C. (2024). Memories that last: Evaluating the impact of eco-tourism on children's future behaviour. *Journal of Organizational Ethnography*, 13(1), 29–46. <https://doi.org/10.1108/joe-07-2023-0041>
115. Li, J., Coca-Stefaniak, J. A., Nguyen, T. H. H., & Morrison, A. M. (2024). Sustainable tourist behavior: A systematic literature review and research agenda. *Sustainable Development*, 32(4), 3356–3374. <https://doi.org/10.1002/sd.2859>
116. Liao, C.-S., & Chuang, H.-K. (2019). Tourist preferences for package tour attributes in tourism destination design and development. *Journal of*

- Vacation Marketing*, 26(2), 135676671988025. <https://doi.org/10.1177/1356766719880250>
117. Lin, Z., Ruan, H., Zhang, H., & Xiwen, X. (2024). Antecedents, manifestations, and environmental consequences of destination anthropomorphism: The case of nature-based destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 58, 432–444. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.03.001>
 118. Long, Y., & Chan, C.-S. (2024). Do destination personality and self-congruity matter for the pro-environmental behavioral intention? Nature-based pro-environmental behavior. *International Journal of Tourism Cities*, 10(2), 528–544. <https://doi.org/10.1108/ijtc-05-2023-0100>
 119. Lukoseviciute, G., Pereira, L. N., & Panagopoulos, T. (2021). Sustainable recreational trail design from the recreational opportunity spectrum and trail user perception: A case study of the Seven Hanging Valleys. *Journal of Ecotourism*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/14724049.2021.2004153>
 120. Madeira, C., Rodrigues, P., & Gomez-Suarez, M. (2023). A bibliometric and content analysis of sustainability and smart tourism. *Urban Science*, 7(2), 33. <https://doi.org/10.3390/urbansci7020033>
 121. Mallikage, S. T., Perera, P., Newsome, D., Bandara, R., & Simpson, G. (2021). Effects of recreational camping on the environmental values of national parks in Sri Lanka. *Tropical Life Sciences Research*, 32(3), 119–145. <https://doi.org/10.21315/tlsr2021.32.3.7>
 122. Mandić, A., & McCool, S. F. (2022). A critical review and assessment of the last 15 years of experience design research in a nature-based tourism context. *Journal of Ecotourism*, 22(1), 208–235. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2099877>
 123. Mandić, A., & McCool, S. F. (2023). Sustainable visitor experience design in nature-based tourism: An introduction to the Special Issue. *Journal of Ecotourism*, 22(1), 1–3. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2124765>
 124. Mandić, A., & Marković Vukadin, I. (2021). Managing overtourism in nature-based destinations. In A. Mandić & L. Petrić (Eds.), *Mediterranean protected areas in the era of overtourism* (pp. 45–66). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-69193-6_3

125. Mantas, P., Ioannou, Z.-M., Viennas, E., Pavlidis, G., & Sakkopoulos, E. (2022). Digital gifts and tourism mementos: A sustainable approach. *Sustainability*, 14(1), 98. <https://doi.org/10.3390/su14010098>
126. Matos, N., Sá, E., & Duarte, P. (2021). A review and extension of the flow experience concept. Insights and directions for tourism research. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100802. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100802>
127. Maziliauske, E. (2024). Innovation for sustainability through co-creation by small and medium-sized tourism enterprises (SMEs): Socio-cultural sustainability benefits to rural destinations. *Tourism Management Perspectives*, 50, Article 101201. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101201>
128. Mazilu, M., Rabontu, C., & Claudia, M. (2017). New products and strategies for sustainable tourism in Romania. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(5), 1000309. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000309>
129. Młynkowiak-Stawarz, A. (2023). Do Polish tourists want wellbeing tourism? Preferences for wellbeing tourism versus the psychological wellbeing of individuals. *E-Mentor*, 99(2), 56–68. <https://doi.org/10.15219/em99.1610>
130. Moliner-Tena, M. Á., Monferrer-Tirado, D., Ferreres-Bonfill, J. B., & Rodríguez-Artola, R. M. (2021). Destination sustainability and memorable tourism experiences. *Sustainability*, 13(21), 11996. <https://doi.org/10.3390/su132111996>
131. Moscardo, G. (2020). Stories and design in tourism. *Annals of Tourism Research*, 83, 102950. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102950>
132. Moscardo, G., & Hughes, K. (2023). Rethinking interpretation to support sustainable tourist experiences in protected natural areas. *Journal of Interpretation Research*, 28(1), 76–94. <https://doi.org/10.1177/10925872231158988>
133. Moyle, B. D., Scherrer, P., Weiler, B., Wilson, E., Caldicott, R., & Nielsen, N. (2017). Assessing preferences of potential visitors for nature-based experiences in protected areas. *Tourism Management*, 62, 29–41. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.010>
134. Mustika, P. L. K., Birtles, A., Everingham, Y., & Marsh, H. (2012). The human dimensions of wildlife tourism in a developing country:

- Watching spinner dolphins at Lovina, Bali, Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(2), 229–251. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.692881>
135. Nautiyal, R., Polus, R., Tripathi, A., & Shaheer, I. (2023). “To use or not to use”: Mobile technology in nature-based tourism experience. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 43, 100667. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100667>
136. Neuhofer, B. (2024). Positive tourism experiences for human transformation: A horizon 2050 paper. *Tourism Review*, 80(1), 39–52. <https://doi.org/10.1108/tr-12-2023-0888>
137. Ng, S. I., Lim, X.-J., Hall, C. M., Tee, K. K., Basha, N. K., Ibrahim, W. S. N. B., & Naderi Koupaie, S. (2022). Time for tea: Factors of service quality, memorable tourism experience and loyalty in sustainable tea tourism destination. *Sustainability*, 14(21), 14327. <https://doi.org/10.3390/su142114327>
138. Nijssen, E. J., & Jansen, A. E. A. (2025). Visitors’ informal conservation learning: A customer journey design perspective. *Environmental Education Research*, 31(5), 784–802. <https://doi.org/10.1080/13504622.2025.2557945>
139. Onofri, L., & Narain, U. (2025). Nature-based tourism impacts on national GDP and local communities: Insights from systematic and narrative literature review. *Sustainable Communities*, 2(1), 2475788. <https://doi.org/10.1080/29931282.2025.2475788>
140. Pachaury, A. A., & Thussu, A. M. (2024). Sustainable tourism infrastructure development. *International Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 8(5), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijssrem32769>
141. Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). Conceptualizing the visitor experience: A review of literature and development of a multifaceted model. *Visitor Studies*, 19(2), 128–143. <https://doi.org/10.1080/10645578.2016.1144023>
142. Packer, J., Ballantyne, R., & Hughes, K. (2014). Chinese and Australian tourists’ attitudes to nature, animals and environmental issues: Implications for the design of nature-based tourism experiences. *Tourism Management*, 44, 101–107. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.013>

143. Pala, T., & Cetin, G. (2022). Exploring transformative travel experiences: The case of Turkish travelers. *Tourism & Management Studies*, 18(2), 7–17. <https://doi.org/10.18089/tms.2022.180201>
144. Parra-Sánchez, D. T., & Viviescas-Jaimes, P. A. (2025). Application of digital technologies in nature-based tourism: Strategic insights. *Journal of Digital Economy*, 3, 249–259. <https://doi.org/10.1016/j.jdec.2025.05.003>
145. Perrino, C.-H., & Burmester, M. (2020). Designing for temporal harmony: Exploring the well-being concept for designing the temporal dimension of user experience. *Multimodal Technologies and Interaction*, 4(3), 66. <https://doi.org/10.3390/mti4030066>
146. Petrić, L., & Mandić, A. (2014). Visitor management tools for protected areas focused on sustainable tourism development: The Croatian experience. *Environmental Engineering and Management Journal*, 13(6), 1483–1495. <https://doi.org/10.30638/eemj.2014.164>
147. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The experience economy: Competing for customer time, attention, and money*. Harvard Business Review Press.
148. Piras, F. (2024). A systematic literature review on technological innovation in the wine tourism industry: Insights and perspectives. *Sustainability*, 16(22), 9997. <https://doi.org/10.3390/su16229997>
149. Poltronieri Junior, V., & Dechechi, E. C. (2022). Design thinking em turismo: Uma revisão sistemática da literatura. *Concilium*, 22(5), 310–323. <https://doi.org/10.53660/clm-431-532>
150. Purwanda, E., & Achmad, W. (2022). Environmental concerns in the framework of general sustainable development and tourism sustainability. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(7), 1911. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.7\(63\).11](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.7(63).11)
151. Qiu, M., Sha, J., & Scott, N. (2021). Restoration of visitors through nature-based tourism: A systematic review, conceptual framework, and future research directions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), Article 2299. <https://doi.org/10.3390/ijerph18052299>
152. Rahmafitria, F., & Kaswanto, R. (2024). The role of eco-attraction in the intention to conduct low-carbon actions: A study of visitor behavior

- in urban forests. *International Journal of Tourism Cities*, 10(3), 881–904. <https://doi.org/10.1108/ijtc-07-2023-0138>
153. Recupero, A., Talamo, A., Triberti, S., & Modesti, C. (2019). Bridging museum mission to visitors' experience: Activity, meanings, interactions, technology. *Frontiers in Psychology*, 10, 2092. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02092>
 154. Rezapouraghdam, H., Akhshik, A., & Ramkissoon, H. (2023). Application of machine learning to predict visitors' green behavior in marine protected areas: Evidence from Cyprus. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(11), 2415–2439. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1887878>
 155. Ristau, S. (2023). Unlocking the experience economy: Integrating design for experience knowledge into fast moving consumer goods (FMCG) product innovation. In *IASDR 2023: Life+Change* (Article 187). Design Research Society. <https://doi.org/10.21606/iasdr.2023.187>
 156. Robles, K. E., Roberts, M., Viengkham, C., Smith, J. H., Rowland, C., Moslehi, S., & Sereno, M. E. (2021). Aesthetics and psychological effects of fractal based design. *Frontiers in Psychology*, 12, Article 699962. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.699962>
 157. Saldianovitta, I. R., Wijayanti, R., & Waluyowati, N. P. (2024). The sustainable competitiveness of nature-based tourism from the tourist perspective assessment. *Ekuitas*, 8(1), 164–478. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2024.v8.i1.6362>
 158. Santos Lacueva, R., Velasco González, M., & González Domingo, A. (2022). The integration of sustainable tourism policies in European cities. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(5), 1229–1242. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.083>
 159. Scott, D., & Gössling, S. (2022). A review of research into tourism and climate change - Launching the Annals of Tourism Research curated collection on tourism and climate change. *Annals of Tourism Research*, 95, Article 103409. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2022.103409>
 160. Scuttari, A., Pechlaner, H., & Erschbamer, G. (2021). Destination design: A heuristic case study approach to sustainability-oriented innovation. *Annals of Tourism Research*, 86, 103068. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103068>

161. Seeler, S., Schänzel, H., & Lück, M. (2021). Sustainable travel through experienced tourists' desire for eudaemonia and immersion. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/15022250.2021.1974541>
162. Seočanac, M. (2022). Transformative experiences in nature-based tourism as a chance for improving sustainability of tourism destination. *Economics of Sustainable Development*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.5937/esd2201001s>
163. Shasha, Z. T., Weideman, M., Sun, H., & Liu, G (2025). A bibliometric review of research progress, trends, and future directions in smart tourism. *Business*, 5(3), 39. <https://doi.org/10.3390/trj5030039>
164. Shen, S., Yang, F., & Sotiriadis, M. (2024). Experiential consumption dimensions and pro-environment behaviour by Gen Z in nature-based tourism: A Chinese perspective. *Tourism Review*, 79(5), 1121–1136. <https://doi.org/10.1108/tr-04-2023-0207>
165. Silva, S., Silva, L. F., & Vieira, A. (2023). Protected areas and nature-based tourism: A 30-year bibliometric review. *Sustainability*, 15(15), 11698. <https://doi.org/10.3390/su151511698>
166. Sivakami, V., Bindu, V. T., & George, B. (2024). Impact management and experience design for sustainable development of ecotourism destinations: The case of Eravikulam National Park, India. *Journal of Ecotourism*, 23(3), 297–319. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2042542>
167. Skiniti, G., Lilli, M., Skarakis, N., Tournaki, S., Nikolaidis, N., & Tsoutsos, T. (2024). A holistic approach for tourism carrying capacity estimation in sensitive ecological areas. *Environment, Development and Sustainability*, 26, 31971–31995. <https://doi.org/10.1007/s10668-024-04805-0>
168. Smit, B., Melissen, F., Font, X., & Dickinger, A. (2024). Destination design: Identifying three key co-design strategies. *Current Issues in Tourism*, 27(24), 4791–4806. <https://doi.org/10.1080/13683500.2024.2332495>
169. Soga, M., & Gaston, K. J. (2024). Do people who experience more nature act more to protect it? A meta-analysis. *Biological Conservation*, 289, Article 110417. <https://doi.org/10.1016/j.biocon.2023.110417>

170. Spring, J. (2022). Nature-based tourism and guided wildlife tours: Designing wildlife tour experiences that optimise sustainable learning opportunities. *Journal of Ecotourism*, 23(3), 320–340. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2098963>
171. Stankov, U., & Gretzel, U. (2020). Tourism 4.0 technologies and tourist experiences: A human-centered design perspective. *Information Technology & Tourism*, 22, 477–488. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00186-y>
172. Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2024). Memorable nature-based tourism experience, place attachment and tourists' environmentally responsible behaviour. *Journal of Ecotourism*, 23(3), 341–364. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2091581>
173. Stienmetz, J., Kim, J., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2021). Managing the structure of tourism experiences: Foundations for tourism design. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, Article 100408. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100408>
174. Sugathan, P., & Ranjan, K. R. (2019). Co-creating the tourism experience. *Journal of Business Research*, 100, 207–217. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.032>
175. Sylvain, F., & Chaniaud, N. (2023). Multi-user centered design: Acceptance, user experience, user research and user testing. *Theoretical Issues in Ergonomics Science*, 25(2), 209–224. <https://doi.org/10.1080/1463922x.2023.2166623>
176. Tessema, G. A., van der Borg, J., Van Rompaey, A., Van Passel, S., Adgo, E., Minale, A. S., & Poesen, J. (2022). Benefit segmentation of tourists to geosites and its implications for sustainable development of geotourism in the Southern Lake Tana Region, Ethiopia. *Sustainability*, 14(6), Article 3411. <https://doi.org/10.3390/su14063411>
177. Theiri, S., & Alareeni, B. (2023). Perception of the digital transformation as a strategic advantage through the Covid 19 crisis? Case of Tunisian banks. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 14(2), 794–815. <https://doi.org/10.1080/20430795.2021.1964809>
178. Thi Khanh, C. N., & Phong, L. T. (2020). Impact of environmental belief and nature-based destination image on ecotourism attitude. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(4), 489–505. <https://doi.org/10.1108/jhti-03-2020-0027>

179. Tomej, K., & Xiang, Z. (2020). Affordances for tourism service design. *Annals of Tourism Research*, 85, 103029. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103029>
180. Torsney, A., O'Driscoll, P., & Buckley, Y. M. (2025). Defining ecotourism for mainstream application and to support sustainable tourism governance. *Ecological Solutions and Evidence*, 6(2), Article e70050. <https://doi.org/10.1002/2688-8319.70050>
181. Tussyadiah, I. P. (2014). Toward a theoretical foundation for experience design in tourism. *Journal of Travel Research*, 53(5), 543–564. <https://doi.org/10.1177/0047287513513172>
182. Tyagi, S., & Tyagi, M. (2025). Emerging trends in tourism: Fostering sustainability through special interest travel. In M. Valeri, S. Shah, & B. Al-Ghazali (Eds.), *Redefining tourism with AI and the metaverse* (pp. 301–316). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-8482-4.ch009>
183. Tyrväinen, L., Uusitalo, M., Silvennoinen, H., & Hasu, E. (2014). Erratum to “Towards sustainable growth in nature-based tourism destinations: Clients’ views of land use options in Finnish Lapland” [Landscape and Urban Planning, 122 (2014) 1–15]. *Landscape and Urban Planning*, 130, 206. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.07.008>
184. Uesugi, A. (2023). The impact of educational elements and psychological distance on family outdoor leisure experiences and environmental attitudes. *Leisure/Loisir*, 48(3), 325–342. <https://doi.org/10.1080/14927713.2023.2224338>
185. Uslu, A., & Tosun, P. (2024). Tourist personality, value co-creation, and emotional well-being. *International Journal of Consumer Studies*, 48(1), Article e12995. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12995>
186. Volgger, M., Erschbamer, G., & Pechlaner, H. (2021). Destination design: New perspectives for tourism destination development. *Journal of Destination Marketing & Management*, Article 100561. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100561>
187. Volo, S. (2021). The experience of emotion: Directions for tourism design. *Annals of Tourism Research*, 86, 103097. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103097>

188. Wakil, M. A., Sun, Y., & Chan, E. H. W. (2021). Co-flourishing: Intertwining community resilience and tourism development in destination communities. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100803. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100803>
189. Wang, M., Chen, L.-H., Su, P., & Morrison, A. M. (2019). The right brew? An analysis of the tourism experiences in rural Taiwan's coffee estates. *Tourism Management Perspectives*, 30, 147–158. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.009>
190. Weng, L., Zhu, Y., Xu, X., Yang, J., Zheng, S., Liu, H., Wang, H., & Zhu, L. (2023). The influence of visitors' recreation experience and environmental attitude on environmentally responsible behavior: A case study of an urban forest park, China. *Forests*, 14(1), 24. <https://doi.org/10.3390/f14010024>
191. Wielenga, B. (2023). New experiences in nature areas: Architecture as a tool to stimulate transformative experiences among visitors in nature areas? *Journal of Tourism Futures*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1108/jtf-09-2020-0155>
192. Wolf, I. D., Ainsworth, G. B., & Crowley, J. (2017). Transformative travel as a sustainable market niche for protected areas: A new development, marketing and conservation model. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(11), 1650–1673. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1302454>
193. Worku, A. (2024). Ethiopian ecotourism potentials/nature-based tourism. *Journal of the Selva Andina Biosphere*, 12(1), 23–33. <https://doi.org/10.36610/j.jsab.2024.120100023>
194. Wu, W., Xu, C., Zhao, M., Li, X., & Law, R. (2024). Digital tourism and smart development: State-of-the-art review. *Sustainability*, 16(23), Article 10382. <https://doi.org/10.3390/su162310382>
195. Wu, Y., & Yao, R. (2025). Supporting sustainable island tourism through infrastructuring co-design: A case study from Mayu Island. *Island Studies Journal*, Article 142953. <https://doi.org/10.24043/001c.142953>
196. Xu, L., Ao, C., Liu, B., & Cai, Z. (2023). Ecotourism and sustainable development: A bibliometric review of global research trends. *Environment, Development and Sustainability*, 25, 2977–3003. <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02190-0>

197. Yang, Y., Liu, S., & Xia, S. (2023). The co-creation of museum experience value from the perspective of visitor motivation. *SAGE Open*, 13(4). <https://doi.org/10.1177/21582440231202118>
198. Yen, H.-Y. (2022). How the experience designs of sustainable festive events affect cultural emotion, travel motivation, and behavioral intention. *Sustainability*, 14(19), 11807. <https://doi.org/10.3390/su141911807>
199. Zatori, A., Smith, M. K., & Puczko, L. (2018). Experience-involvement, memorability and authenticity: The service provider's effect on tourist experience. *Tourism Management*, 67, 111–126. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.12.013>
200. Zhang, J., Jin, L., Pan, X., & Wang, Y. (2024). Pro-environmental behavior of tourists in ecotourism scenic spots: The promoting pole of tourist experience quality in place attachment. *Sustainability*, 16(20), 8984. <https://doi.org/10.3390/su16208984>
201. Zhang, K., Wang, H., Wang, J., Li, C., & Zhang, J. (2021). Nature-based experiential learning as a framework for preparing responsible tourism practitioners. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 29, Article 100297. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2020.100297>
202. Zhang, T., Hua, N., Heo, J., Wang, Y., & Pizam, A. (2024). Experience design of lifestyle communities: The future of hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(12), 4258–4277. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-06-2023-0780>
203. Zhou, M., & Wang, X. (2024). An analysis of the relationship linking immersive tourism experiencescape and emotional experience to tourists' behavioral intentions. *Sustainability*, 16(17), 7598. <https://doi.org/10.3390/su16177598>
204. Zhou, Z., Wang, S., Zhao, M., & Zhi, F. (2023). Research on art design of urban wetland park planning based on the concept of sustainable development. *Ecological Chemistry and Engineering*, 30(2), 175–181. <https://doi.org/10.2478/eces-2023-0017>
205. Zhu, H. (2025). Research on innovative marketing strategies of tourism destination brands under the background of cultural tourism

integration. *SHS Web of Conferences*, 213, 02025. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202521302025>

References [In Persian]

1. Asadian Ardakani, F. (2025). Analyzing tourist satisfaction through artificial intelligence: A bibliometric study. *Tourism Management Studies*, 20(71), 253-294. <https://doi.org/10.22054/tms.2025.83370.3012>
2. Shekari, F. (2023). Tourism and national-ethnic identities: A bibliometric analysis. *Tourism Management Studies*, 17(60), 79-115. <https://doi.org/10.22054/tms.2023.71904.2797>
3. Shekari, F. (2023). Proposing a multi-faceted conceptual framework for religious tourist experience: A systematic review. *Tourism Management Studies*, 18(63), 105-148. <https://doi.org/10.22054/tms.2023.74621.2848>

استناد به این مقاله: جاودان، مجتبی، عباسپور، نیلوفر و تقی زاده، فاطمه سلطان. (۱۴۰۵). طراحی تجارب پایدار تفرج مبتنی بر طبیعت: مرور نظام مند ادبیات و علم سنجی. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۱ (۷۳)، ۸۷-۱۶۴. doi: 10.22054/tms.2025.85800.3070



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.