



Evaluating the effectiveness of ecotourism resorts on sustainable tourism economy in Tiran City

Meysam Yazdanshenas¹, Sayyed Hojjat Mousavi^{2*}

1.MSc Graduate of Ecotourism, Department of Geography and Tourism, Faculty of Natural Resources and Earth Sciences, University of Kashan, Kashan, Iran.

2.Associate Professor, Department of Geography and Tourism, Faculty of Natural Resources and Earth Sciences, University of Kashan, Kashan, Iran.

*Corresponding author, Email: hmousavi15@kashanu.ac.ir

Keywords:

Sustainable Tourism,
Ecotourism Resort,
Reconstruction of Traditional
Places, Economic
Development, Tiran City.

Introduction

The establishment of Eco resorts and traditional residences in tourist areas serves a dual purpose: it showcases the culture and traditions of local communities while providing tourists with accommodation that evokes a sense of tradition and authenticity. The city of Tiran has similarly witnessed the emergence of such establishments, influencing its tourism landscape. However, the factors driving this trend and its economic implications, particularly in terms of employment generation, have not been thoroughly evaluated. This research aims to assess the factors influencing the reconstruction of traditional houses and the construction of Eco resorts, as well as their impact on employment within the tourism sector in Tiran City.

Methodology

This study adopts an applied approach, utilizing both analytical and survey methods. Data were collected through interviews and questionnaires, which included 32 five-choice questions and five descriptive questions. The survey was conducted among stakeholders in the Eco resorts of Tiran City in 2023. The questionnaire design ensured comprehensive coverage of key variables related to the business dynamics of Eco resorts and their socio-economic impacts.

Findings

The results indicate a significant increase in the number of Eco resorts in the region, rising from two units in 2012 to twelve units in 2023. Consequently, employment in this sector has grown by 50% over the past decade. This growth is primarily attributed to the interest of business owners, followed by factors such as income generation. The normality test revealed a significance level (sig.) of 0.7 for items related to employment, indicating consistent opinions among respondents regarding the economic effects of this business model. Additionally, the T-test results highlight the following key variables as the most important factors influencing the success of Eco resorts:

- The interest level of Eco resort owners (mean score = 4.25),
- The effectiveness of offering traditional music services in attracting tourists (mean score = 4.41),
- The impact of pricing strategies for food and other service products on tourist attraction (mean score = 4),

Received:

05/Mar/2024

Revised:

15/Apr/2024

Accepted:

27/Apr /2024

- The influence of geographical location on business prosperity (mean score = 4.5), and
- The role of personnel behavior and social interactions in business development (mean score = 4.16).
- Furthermore, correlation analysis demonstrates a strong relationship between certain variables and the success of Eco resorts:
- Providing local products and traditional food exhibits a very high effect ($R = 0.921$),
- Changes in currency value and food prices also show a substantial impact ($R = 0.850$).

Discussion and Conclusion

The findings reveal that private sector investment has been a primary driver of growth in the Eco resort industry in Tiran City. However, government regulations, particularly those related to licensing and compliance with complex instructions, have posed challenges, reduced the enthusiasm of business owners and deterred tourist visits. To promote sustainable tourism development in Tiran City, it is essential to revise existing regulations and streamline bureaucratic processes. Drawing inspiration from leading countries in the Eco resort business can further enhance the sector's potential. By fostering an enabling environment, the city can capitalize on its cultural heritage and natural beauty to create jobs and improve economic conditions. In conclusion, aligning policies with the needs of the private sector and emphasizing the unique selling points of Eco resorts—such as traditional music, local cuisine, and authentic experiences—can significantly boost tourism and contribute to the region's socio-economic development. Future research could explore additional factors influencing the sustainability and competitiveness of Eco resorts in Tiran City.

How to cite this article:

Yazdanshenas, M., & Mousavi, H. (2025) Evaluating the effectiveness of ecotourism resorts on sustainable tourism economy in Tiran City. *Green Development Management Studies*, 4(1), 1-22. <https://doi.org/10.22077/jgdms.2024.7365.1095>



Copyright: © 2025 by the authors. Licensee Journal of Green Development Management Studies. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



اثرسنجی اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر اقتصاد گردشگری پایدار در شهر تیران

میثم یزدان‌شناس^۱، سید حجت موسوی^{۲*}

^۱ دانش‌آموخته کارشناسی‌ارشد اکوتوریسم، گروه جغرافیا و گردشگری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

^۲ دانشیار، گروه جغرافیا و گردشگری، دانشکده منابع طبیعی و علوم زمین، دانشگاه کاشان، کاشان، ایران

* ایمیل نویسنده مسئول: hmousavi15@kashanu.ac.ir

چکیده

واژگان کلیدی:

گردشگری پایدار، اقامتگاه بوم‌گردی، بازسازی اماکن سنتی، توسعه اقتصادی، شهر تیران.

اقامتگاه‌های بوم‌گردی به‌عنوان گونه‌ای از گردشگری سبز مبین پایداری اقتصادی جامعه میزبان و پایداری اکولوژیکی در قالب حفاظت از جاذبه‌ها و میراث طبیعی و انسانی هستند که با تداعی فرهنگ و سنت جامعه بومی، امکانات اقامتی و رفاهی را به گردشگران ارائه می‌دهد. پژوهش پیش‌رو با هدف اثرسنجی اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر اقتصاد گردشگری پایدار شهر تیران انجام شده و از نوع کاربردی با روش‌شناسی تحلیلی و پیمایشی است که از طریق پرسشنامه و مصاحبه در قالب ۴ شاخص و ۳۷ متغیر در سال ۱۴۰۲ انجام شد. نتایج نشان داد تعداد اقامتگاه‌ها در سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۴۰۲ از ۲ به ۱۲ واحد افزایش یافته و به‌تبع آن تعداد شاغلین آن نیز افزایش ۵۰ درصدی داشته‌است که عمدتاً به‌دلیل علاقه‌مندی صاحبان اقامتگاه‌ها بوده و میزان درآمد در درجه دوم اهمیت قرار دارد. توزیع نرمال داده‌ها با ضریب ۰/۷ نشان‌دهنده همسویی دیدگاه جامعه آماری در اثرات مثبت اقتصادی این کسب‌وکار است. نتایج آزمون t نیز مبین بالاترین اهمیت متغیرهای میزان علاقه‌مندی صاحبان اقامتگاه‌ها (۴/۲۵)، اثرگذاری ارائه موسیقی زنده سنتی (۴/۴۱) و تأثیر تغییر قیمت مواد غذایی و خدمات (۴) بر جذب گردشگر، اثرگذاری موقعیت جغرافیایی بر رونق اقامتگاه (۴/۵)، و تأثیر رفتار و تعاملات اجتماعی پرسنل بر توسعه این کسب‌وکار (۴/۱۶) است. نتایج آزمون همبستگی حاکی از ارتباط معنی‌دار و مثبت متغیرهای ارائه تولیدات محلی و غذای سنتی ($R=0/921$) و تغییرات قیمت ارز و مواد غذایی ($R=0/850$) بر اقتصاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی است. نتایج بررسی چالش‌ها مبین این موضوع است که بخش خصوصی داوطلبانه در این کسب‌وکار سرمایه‌گذاری کرده و سایر بخش‌ها در مواردی نظیر صدور مجوز و الحاق دستورالعمل‌های خاص و پیچیده، موجب کاهش رغبت صاحبان این نوع کسب‌وکار و حضور کمتر گردشگران در این اماکن شده‌اند. لذا با رفع موانع و الگوگیری از تجارب سایرین می‌توان سبب توسعه پایدار گردشگری در شهر تیران با هدف اشتغال‌زایی سبز شد.

تاریخ دریافت:

۱۵ اسفند ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری:

۲۷ فروردین ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۸ اردیبهشت ۱۴۰۳



مقدمه

در دهه های اخیر، زندگی همراه با توسعه و گسترش شگفت آور شهرنشینی و فناوری باعث شده است که نیاز به سفر، استراحت، آرامش و تفریح، بیش از هر زمان دیگری در این عصر نمود پیدا کند (کریمی، ۱۳۹۰، ۱۵۷) و موجب ظهور گردشگری و گونه های متعدد آن شده است. به تبع این نیاز صنعت گردشگری در جهان، توسعه چشمگیری یافته و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی شگرفی را سبب شده است. این فعالیت اقتصادی ارتباط زیادی با انواع صنایع در پایداری اقتصاد ملی و محلی دارد، به طوری که درآمدهای غیرمستقیم عمده ای را به همراه دارد و همچنین سرمایه گذاری خارجی و خصوصی، فرصت های تجاری، توسعه محلی و زیرساخت های عمومی را افزایش می دهد. علاوه بر این گردشگری یک عامل اجتماعی و فرهنگی است که شامل جابه جایی افراد به کشورها یا مکان های خارج از محل اقامتشان برای اهداف فردی یا تجاری و حرفه ای است (ارشد^۱ و همکاران، ۲۰۱۸، ۳). بر این اساس رشد اقتصادی و درآمد قابل توجه گردشگری بر توسعه پایدار جوامع تأثیر به سزایی می گذارد. از سویی میزان گردشگری و درآمد ناشی از آن با گذشت زمان در کل جهان افزایش یافته است (سلمانی و احمدیان، ۱۴۰۱، ۴۸). لذا این صنعت به یک واقعیت مهم اجتماعی تبدیل شده و پاسخی به نیاز فطری جستجوگران، جهت آشنایی با فرهنگ ملت ها و لذت بردن از بافت های ساده و در عین حال زیبای تاریخی، گریز از زندگی پر هیاهوی ماشینی و زدودن خستگی های جسمی و روحی است (میرزائی و رضائی، ۱۳۹۶، ۹۷).

با گذشت زمان پیامدهای حاصل از توسعه توریسم و ورود شاخص های پایداری نظیر رفاه اجتماعی، توسعه اقتصادی و حفاظت از محیط زیست به گردشگری سبب ظهور رویکردی نوین به در بهره برداری های پایدار از میراث طبیعی و انسانی همراه با حفاظت از آنها به نام گردشگری سبز (پایدار) شده است. بنابراین گردشگری سبز به عنوان دیدگاهی جدید در راستای تأمین اهداف توسعه پایدار (کورکانا^۲ و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۲۹) به دنبال تحقق شاخص هایی نظیر حفاظت از محیط زیست (آدامچیک^۳، ۲۰۲۰، ۴۱) و حمایت از فرهنگ و بقاء جامعه میزبان است (ترن و ژان^۴، ۲۰۲۱، ۱۲۵) که می تواند ضمن به حداقل رساندن اثرات منفی بر زیست بوم، اشتغال زایی، ایجاد درآمد و به تبع آن پایداری اقتصادی جوامع گامی بردارد که این خود نیز تداوم حیات گردشگری را سبب می شود (بذرافشان و همکاران، ۱۳۹۶؛ صادقی و کوراوند، ۱۴۰۱، ۳۹). گردشگری تاریخی_فرهنگی نوعی از گردشگری پایدار و سبز است که برای شناخت تمدن، فرهنگ، آداب و رسوم و سنت های یک گروه، جامعه، شهر یا یک کشور از طریق بازدید بناهای باستانی و معماری دوره های مختلف تاریخی، موزه ها و شرکت در جشنواره های هنری انجام می شود (یا فوری و همکاران، ۱۳۹۲، ۷۴). گردشگری تاریخی و فرهنگی خواهان آشنایی با فرهنگ مناطق مختلف و کاوش در چشم اندازهای فرهنگی جوامع انسانی و درک آن ها است و ارزش های معنوی بسیار زیاد برای آن قوم و جاذبه ای برای دیگران است و در نتیجه باعث جلب و جذب دیگران برای بازدید و شناخت آن جاذبه ها و آثار می شود (ساعی و همکاران، ۱۳۸۹، ۷۸). این نوع گردشگری برای آشنایی با میراث های هنری، فرهنگی، آداب و رسوم و بناهای تاریخی با اهداف گوناگون از جمله آموزشی و پژوهشی صورت می گیرد (شمس و امینی، ۱۳۸۸). این هیجان به وسیله آثار هنری تاریخی، علمی، سبک زندگی یا میراثی است که از طرف جامعه میزبان، منطقه، گروه یا مؤسسات مطرح می شود (افخمی، ۱۳۸۶، ۱۷). از نظر فنی گردشگری فرهنگی شامل حرکت انسان برای دیدن جاذبه های فرهنگی خاص همچون مکان های میراث فرهنگی، نشانه های زیباشناختی و فرهنگی، هنرها و نمایش ها که در خارج از مکان معمولی سکونت قرار دارد می شود (پاپلی یزدی و سقایی، ۱۳۸۵).

¹ Arshad

² Korkuna

³ Adamchik

⁴ Tran & Xuan



امروزه نمونه‌های متعددی از رشد و توسعه صنعت گردشگری پایدار و سبز از جمله دهکده‌های گردشگری، اقامتگاه‌های بومگردی و مجموعه‌های تفریحی و سرگرمی در مناطق گوناگون ایران وجود دارد، که هرکدام برحسب پتانسیل‌های موجود از طرح‌ها و راهکارهای خاصی بهره گرفته‌اند (ساعی و همکاران، ۱۳۸۹، ۷۱). در ایران، اقامتگاه‌های بومگردی با توجه به اهداف و تاریخچه شامل خانه‌های سنتی، کاروانسرا، باغ‌های قدیمی، رستوران‌های سنتی و کافه‌های قدیمی هستند. درواقع از حدود یک دهه قبل، واحدهای اقامتی بومگردی و سنتی به تدریج در بسیاری از نقاط ایران به وجود آمدند. به همین منظور در برخی نقاط اماکن تاریخی تحت مرمت و بازسازی قرار گرفته و در برخی نقاط دیگر نیز برخی از اماکن در حال ساخت‌وساز هستند که این سازه‌ها اغلب به سبک سنتی هستند. معمولاً سازه‌های سنتی با دارا بودن فضاهای کافی و شکل خاص معماری، دارای روح و حیات بوده و تقریباً تمام افراد بازدیدکننده از این اماکن لذت می‌برند. این اماکن دارای ساختاری هستند که از لحاظ گرمایشی و سرمایشی و یا استراحت و راحتی گردشگر بسیار موردتوجه قرار گرفته‌اند (پاشازاده و همکاران، ۱۳۹۷، ۳۱۲).

ساخت اقامتگاه‌های بومگردی و مرمت اماکن تاریخی با هدف اقتصادی اشتغال و درآمدزایی همچنین می‌تواند به توسعه گردشگری کمک کند. اماکن تاریخی جذابیت بسیاری برای گردشگران داخلی و خارجی دارند و با توجه به افزایش علاقه به سفر و کاوش فرهنگی، تعداد گردشگرانی که به این اماکن سفر می‌کنند رو به افزایش است. ساخت و مرمت اماکن تاریخی باعث افزایش جذابیت گردشگری منطقه می‌شود و در نتیجه، درآمدزایی و ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای جامعه محلی را تسهیل می‌کند. در سطح بین‌المللی نیز ساخت و مرمت اماکن تاریخی باهدف اقتصادی یک فعالیت مهم و پربار بوده است. این فعالیت به منظور حفظ و نگهداری اماکن تاریخی و فرهنگی، ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای جوامع محلی و توسعه گردشگری صورت می‌گیرد. از سویی علل و دلایل افزایش و یا کاهش گرایش به این نوع کسب کار به صورت تجمیع مورد ارزیابی قرار نگرفته و به خوبی مشخص نیست، چراکه اشراف کلی بر عوامل این گرایش‌ها می‌تواند در برنامه‌ریزی اقتصادی و اجتماعی برای آینده موردتوجه قرار گیرد.

مطالعاتی با موضوعیت اقامتگاه‌های بومگردی و اثرات اقتصادی آنها در سطح بین‌المللی انجام شده است به طوری که رسپاتی^۱ و همکاران (۲۰۱۷) در مناطق حاشیه‌ای تایوانمانگو^۲، کوت‌کویک و جووانوئیک^۳ (۲۰۱۷) در اقامتگاه‌های بومگردی صربستان، وو^۴ و همکاران (۲۰۱۹) در بوم‌گردی‌های تایوان، نیان^۵ و همکاران (۲۰۲۱) در منطقه بهادر-تماجی^۶ نیپال به بررسی علل گرایش و تأثیرات اقتصادی و ایجاد اشتغال و نیازهای توریست‌های بوم‌گرد پرداختند و جملگی به آثار مثبت و اثرگذاری این گونه سکونتگاه‌ها در اقتصاد و حفظ فرهنگ تأکید کردند. به همین ترتیب در ایران نیز عنابستانی و همکاران (۱۳۹۷) در روستای را دکان شهرستان چناران، محمدی و همکاران (۱۴۰۱) در روستاهای شهرستان رشت، عباسی و همکاران (۱۴۰۱) در بن رود اصفهان، لهونیان و همکاران (۱۴۰۲) در نواحی روستایی پیرامون تالاب زریوار شهرستان مریوان، و حقانی و همکاران (۱۴۰۲) در مناطق روستایی مازندران به بررسی اثرات اقتصادی اقامتگاه‌های بومگردی پرداختند، اما کمتر به علل گرایش به این گونه کسب‌وکار توجه شده است. حجت شمایی و جوان (۱۴۰۱) با واکاوری اثرات اکوتوریسم بر پایدار محیط زیستی نواحی روستایی در شهرستان رودبار، اکوتوریسم را به عنوان بنیانی برای توسعه گردشگری سبز در نواحی روستایی بیان کردند. فال سلیمان و همکاران (۱۴۰۱) با تحلیل اقتصاد گردشگری کویر و بیان چالش‌های آن در توسعه سکونتگاه‌های روستایی در خراسان جنوبی، بیان کردند آرامش روحی و روانی، چشم‌اندازهای خاص کویر مهم‌ترین مزیت، و شرایط نامطلوب دمایی و گردوغبار مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری هستند. صادقی و کوراوند (۱۴۰۱) با تحلیل

¹ Respati

² Tawangmangu

³ Cvetkovic& Jovanovic

⁴ Wu

⁵ Neupane

⁶ Bhadaure-Tamagi

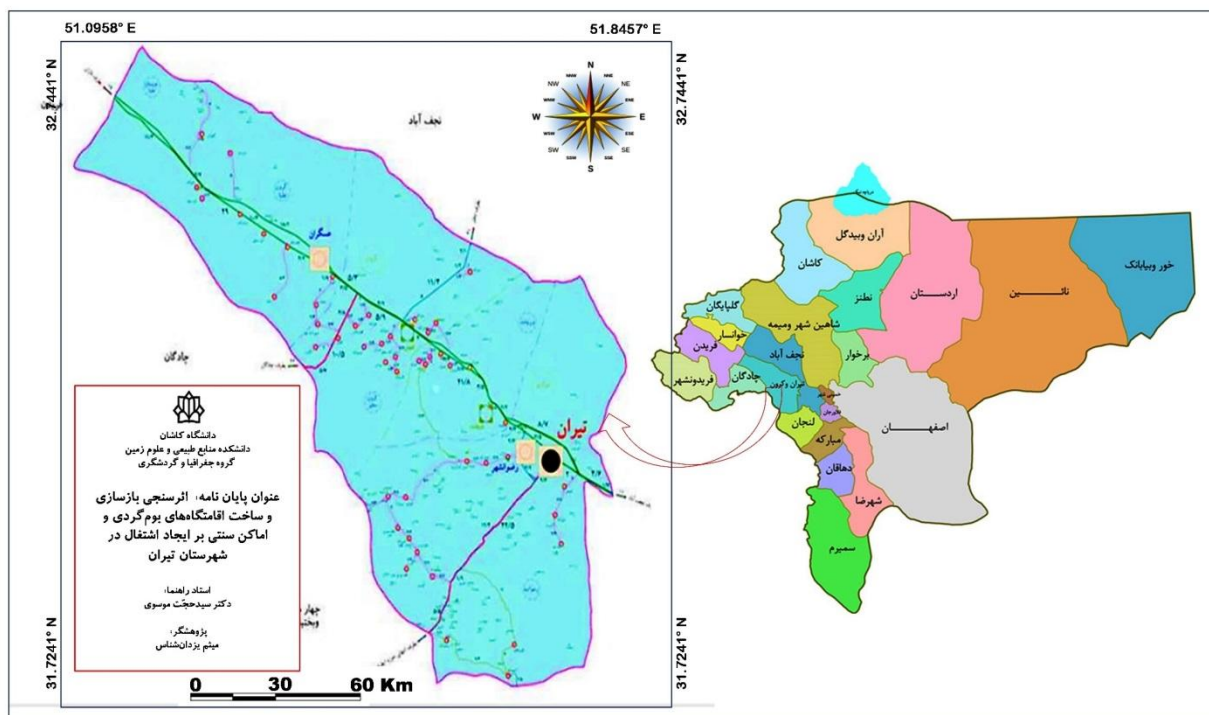


وضعیت شاخص های گردشگری سبز در مناطق روستایی کوهرنگ، بیان نمودند که شاخص های امنیت، سنتهای فرهنگ و محلی، فناوری و اینترنت و مدیریت پسماند و زباله وضعیت مطلوب داشتند و ایجاد اقامتگاه و دهکده گردشگر، مدیریت و تدوین قوانین، فرهنگ سازی و آموزش، مشارکت محلی، توسعه و توزیع مناسب خدمات، و حفاظت از محیط زیست مهم ترین راهبردهای گردشگری سبز هستند.

همان گونه که از نتایج مطالعات پیشین برمی آید اقامتگاه های بومگردی به عنوان نمونه ای از گردشگری پایدار و اثرات اقتصادی آنها که در بسیاری از موارد مطلوب و مثبت هستند مورد پژوهش قرار گرفته اند، اما دلایل گرایش به این کسب و کار، روند روبه رشد ایجاد بومگردی ها طی دهه حاضر، و همچنین اثرسنجی توسعه بومگردی ها بر اقتصاد پایدار محلی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. در همین راستا، شهر تیران با پیشینه تاریخی از مناطق پرتردد غرب استان اصفهان می باشد که از نظر توجه به کسب و کارهای توریسم محور جایگاه ویژه ای پیدا نموده است و این واحدهای اقتصادی که عمدتاً از بازسازی اماکن قدیمی و یا ایجاد سازه های جدید با الهام از بافت سنتی هستند، افزایش داشته اند. این واحدها ذاتاً به نوبه خود موجبات را فراهم می کنند که شبکه ای از امور مختلف را در برمی گیرد، بنابراین این افزایش و گسترده گی ممکن است با اشتغال زایی در ارتباط مستقیم و غیرمستقیم باشد. در واقع شناخت عوامل مؤثر در احداث اماکن سنتی یا ترمیم بافت های قدیمی می تواند در جهت برنامه ریزی بهتر این گونه مشاغل با هدف اقتصاد توریسم محور مؤثر واقع گردد. در این خصوص شهر تیران نیز به طور گسترده متأثر از ایجاد اقامتگاه های بوم گردی و پیامدهای حاصل از آن است. با این وجود هنوز عوامل اثرگذار در گرایش به این کسب و کار و اثرات اقتصادی ناشی از آن در منطقه مورد ارزیابی قرار نگرفته است. لذا این پژوهش که در سال ۱۴۰۲ در شهر تیران انجام شده است درصدد پاسخ به سؤالات زیر است، (۱) ساخت و ساز و یا ترمیم اماکن سنتی و اقامتگاه های بوم گردی گردشگر محور طی ده های اخیر چه روندی داشته است؟ (۲) چه عوامل و گرایش هایی موجب ترمیم و ایجاد اماکن سنتی و اقامتگاه های بوم گردی شده است؟ و (۳) بازسازی خانه های سنتی و ایجاد اقامتگاه های بوم گردی چه تأثیری بر توسعه اقتصادی منطقه دارد؟

مواد و روش ها

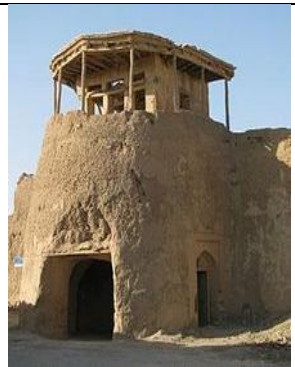
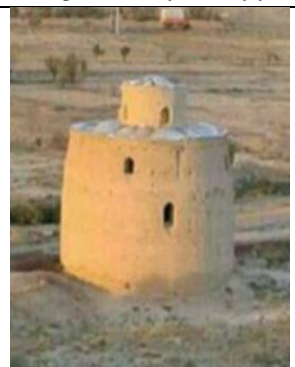
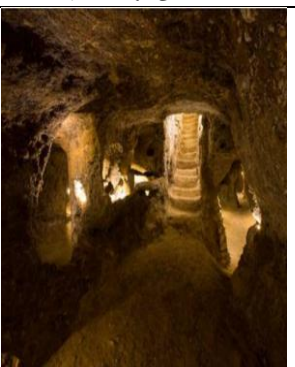
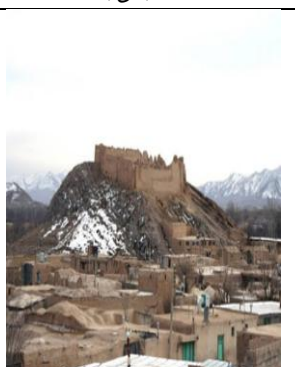
شهرستان تیران و کرون با جمعیتی برابر با ۱۰۱۳۱۴ نفر (طبق سرشماری مرکز آمار ایران در سال ۱۴۰۰)، و وسعتی حدود ۱۶۹۸ کیلومتر مربع در غرب استان اصفهان در موقعیت جغرافیایی ۵۱/۰۹ تا ۵۱/۸۵ طول شرقی و ۳۱/۷۲ تا ۳۲/۷۴ عرض شمالی واقع شده است. طبق گزارش وبگاه فرمانداری شهرستان، تیران و کرون دارای ۳ شهر، ۲ بخش، ۴ دهستان و ۶۰ روستا می باشد (وبگاه فرمانداری شهرستان تیران^۱، ۱۴۰۱). شهر تیران نیز در موقعیت جغرافیایی ۵۱ درجه و ۹ دقیقه طول شرقی و ۳۲ درجه و ۴۲ دقیقه عرض شمالی و در ارتفاع ۱۶۴۰ متری از سطح دریا قرار گرفته است (شکل ۱).



شکل ۱- موقعیت جغرافیایی شهرستان تبران و کرون در استان اصفهان

در حال حاضر در شهر تیران ۱۲ واحد بومگردی شامل اقامتگاه سنتی تهران، اقامتگاه تیگران، اقامتگاه وجین، عمارت حاج سلیمان، اقامتگاه سنتی سرای مهر، اقامتگاه سنتی آبشار، عمارت عباسی، اقامتگاه شهر زیرزمینی، اقامتگاه سنتی جاجا، اقامتگاه سنتی گوهر، اقامتگاه میراث‌فرهنگی، اقامتگاه به وجود دارد که در ایام گوناگون سال پذیرای گردشگران هستند. مهم‌ترین جاذبه‌های تاریخی تیران نیز شامل قلعه تاریخی قمیشلو، شهر زیرزمینی کرد علیا، درب‌های سنگی، برج کبوترخانه تندران و خمیران، قلعه تاریخی جاجا، قلعه تاریخی عباس‌آباد، آسیاب زیرزمینی شهر تیران و مسجد تاریخی جاجا می‌باشد (شکل ۲).

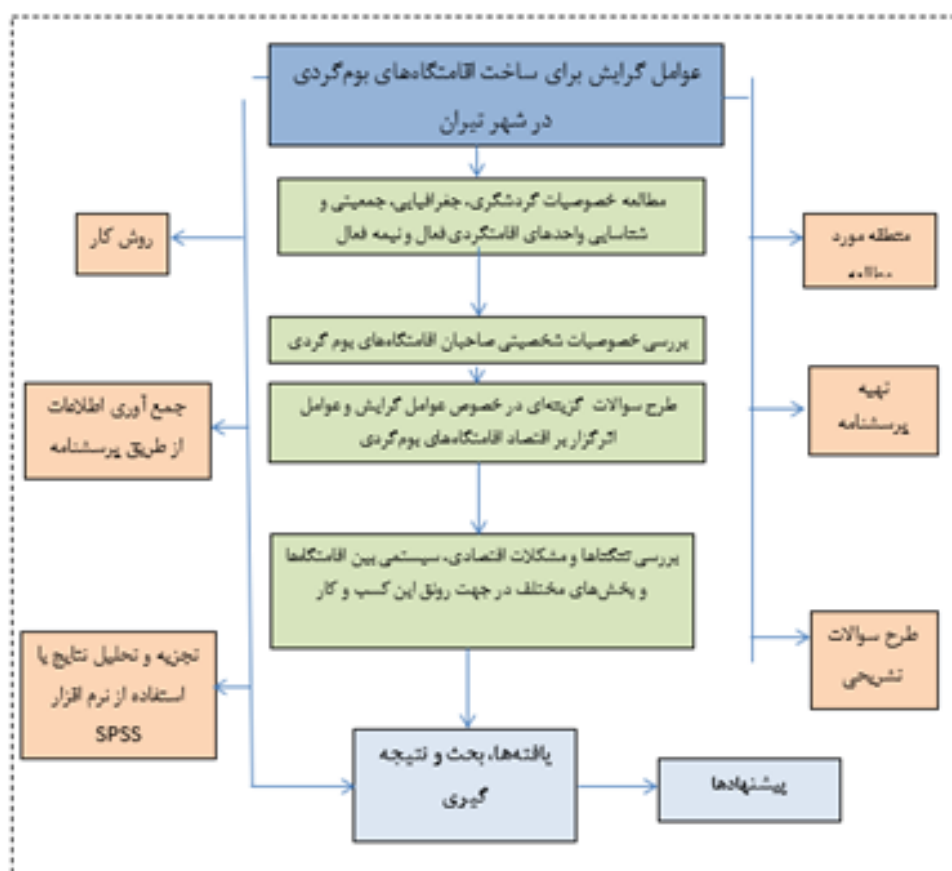


			
اقامتگاه سنتی میراث فرهنگی	عمارت حاج سلیمان	اقامتگاه تیگران	اقامتگاه سنتی تهران
			
ورودی قلعه و اقامتگاه حسن آباد	اقامتگاه سنتی عباسی	اقامتگاه سنتی روستای کردعلیا	اقامتگاه سنتی سرای مهر
			
برج کبوترخانه تندران	درب‌های سنگی	شهر زیرزمینی کردعلیا	قلعه عباس آباد
			
مسجد تاریخی جاجا	آسیاب زیرزمینی شهر تیران	قلعه قمیشلو	قلعه جاجا

شکل ۲- اقامتگاه‌های بومگردی و جاذبه‌های تاریخی شهر تیران



پژوهش پیش‌رو از نوع کاربردی و روش‌شناسی آن تحلیلی و پیمایشی است که در بهار و تابستان سال ۱۴۰۲ هجری شمسی از طریق مصاحبه رودرو در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهر تیران انجام شد. شکل (۳) مدل مفهومی و فرایند انجام پژوهش را نشان می‌دهد. جامعه آماری در این پژوهش صاحبان کسب و کار دخیل در بخش گردشگری اقامتگاه‌های بوم‌گردی فعال / نیمه فعال هستند. در رابطه با عوامل گرایش به این صنعت و فعالیت با مصاحبه از افراد دخیل در این امر میزان تجارب، تحصیلات و خصوصیات فردی افراد نیز مورد بررسی گرفت. با توجه به اینکه تعداد واحدهای و اقامتگاه‌های بوم‌گردی فعال و نیمه فعال شهر تیران ۱۲ واحد می‌باشد، لذا برای انجام پژوهش تمام جامعه آماری مورد ارزیابی قرار گرفت. ابزار جمع‌آوری داده برای این پژوهش از طریق تهیه پرسشنامه محقق ساخته با ۳۲ سؤال ۵ گزینه‌ای برای ارزیابی وضعیت کسب‌وکار توریست محور مبتنی بر ماهیت پژوهش و همچنین سؤالات تشریحی در خصوص عوامل انگیزشی، ظرفیت‌ها، کمبودها، موانع، مشکلات و چالش‌ها و راهکارهای بهبود و رونق کسب‌وکار مطرح می‌باشد. پاسخ به سؤالات چندگزینه‌ای پرسشنامه بر مبنای دامنه طیف لیکرت از خیلی کم (ارزش ۱) تا خیلی زیاد (ارزش ۵) تعریف شد. پرسشنامه تهیه‌شده شامل بخش اطلاعات فردی گروه پرسش‌شونده و بخش اطلاعات مربوط به کسب‌وکار توریسم محور است (جدول ۱).



شکل ۳- مدل مفهومی و فرایند انجام پژوهش



جدول ۱- متغیرهای مورد سنجش در پرسشنامه کسب و کار گردشگر محور اقامتگاه های بومگردی

نوع سؤال	ردیف	گویه
۱. پرسشنامه کسب و کار گردشگر محور اقامتگاه های بومگردی	۱	میزان علاقه مندی شما به کسب و کار اقامتگاه های بومگردی چقدر است؟
	۲	تجربه کاری برای شروع کسب و کار گردشگر محور مؤثر است.
	۳	دارا بودن مدرک تحصیلی تخصصی با رونق اقتصادی این کسب و کار در ارتباط می باشد.
	۴	تعداد واحدهای توریست محور طی دهه اخیر افزایش یافته است.
	۵	درآمد بالا علت گرایش به این کسب و کار است.
	۶	این کسب و کار بر ایجاد اشتغال در این منطقه تأثیرگذار بوده است.
	۷	حمایت بخش های دولتی باعث بهبود این کسب و کار شده است.
	۸	با افزایش سرمایه گذاری در این کسب و کار، درآمد هم متناسب با آن افزایش می یابد.
	۹	این کسب و کار بر عملکرد اقتصادی سایر اصناف و بازاریان تأثیرگذار است.
	۱۰	گردشگران بافت های تاریخی و سنتی را به بافت های ساخته شده جدید ترجیح می دهند.
	۱۱	خدمات ارائه شده به گردشگران در مدت راه اندازی این کسب و کار ارتقا یافته است.
	۱۲	ارائه خدمات ویژه در جذب گردشگر تأثیرگذار بوده است.
	۱۳	خدماتی مانند پخش موسیقی و اجرای موسیقی زنده سنتی باعث جذب و افزایش تعداد گردشگران می شود.
	۱۴	ارائه تولیدات محلی و غذای سنتی بر جذب گردشگر مؤثر است.
	۱۵	گردشگران اغلب افراد خاصی با درآمد نسبتاً بالا در سطح جامعه هستند.
	۱۶	اغلب گردشگران دارای سطح سواد بالا (مثلاً لیسانس و بالاتر) هستند.
	۱۷	تغییرات قیمت ارز تأثیر زیادی بر کسب و کار شما می گذارد.
	۱۸	تغییرات قیمت خدمات اقامتی بر میزان ورود گردشگران اثرگذار است.
	۱۹	تغییر قیمت مواد غذایی و سایر محصولات خدماتی بر میزان جذب گردشگران مؤثر است.
	۲۰	گردشگران انتظارات بالا و یا انتظاراتی که در حال حاضر غیرقابل عملی هستند، را دارند.
	۲۱	گردشگران در برخی موارد نظرات و پیشنهادات و انتظارات خود را با شما مطرح می کنند.
	۲۲	گردشگران از خدمات ارائه شده در محل کسب و کار شما راضی بوده و تعریف و تمجید می کنند.
	۲۳	گردشگران از کلیت کار و خدمات ارائه شده توسط شما رضایت دارند.
	۲۴	برای رونق کسب و کار خود از تبلیغات استفاده می کنید.
	۲۵	تبلیغات و بازاریابی تأثیر مثبت بر کسب و کار شما داشته است.
	۲۶	موقعیت جغرافیایی اقامتگاه بوم گردی می تواند بر رونق کسب و کار شما تأثیر دارد.
	۲۷	نحوه برخورد و تعاملات اجتماعی پرسنل بر کسب و کار شما مؤثر است.
	۲۸	استفاده از یک گروه خانوادگی و خویشاوندی برای پرسنل واحد سنتی تأثیر مثبتی بر جذب گردشگران و افزایش درآمد دارد.
	۲۹	توسعه و رونق این کسب و کار در آینده بیشتر خواهد بود.
	۳۰	درآمد خدمات ارائه شده با زمان ارائه خدمات رابطه مستقیم دارد.
	۳۱	ورود سرمایه گذارهای غیربومی به منطقه موجب افزایش اشتغال و درآمد مردم محلی می شود.
	۳۲	راه اندازی کسب و کار توریست محور اقامتگاه های بوم گردی موجب افزایش رفاه نسبی و رضایت اجتماعی مردم محلی می شود.
	۳۳	آیا گردشگران مراجعه کننده به اقامتگاه از جامعه بومی هستند یا از مناطق گوناگون در سطح استان یا کشور هستند؟
	۳۴	چه کمبودها، موانع، مضایق، مشکلات و چالش هایی در تداوم و توسعه این کسب و کار احساس می شود؟
	۳۵	چه ظرفیت هایی در این نوع کسب و کار مغفول مانده است؟
	۳۶	جایگاه دولت، برنامه ریزی ها و سیاست گذاری های دولتی در توسعه کسب و کارهای مرتبط با گردشگری و خصوصاً ایجاد و توسعه اقامتگاه های بوم گردی چیست؟
	۳۷	چه عوامل و مسائل شخصی (انگیزشی، پشتکار و غیره) را در توسعه کسب و کار اقامتگاه های بوم گردی مؤثر می دانید؟



اعتبارسنجی ابزار پژوهش از طریق روایی محتوایی و پایایی مورد ارزیابی قرار گرفت. روایی محتوایی به صورت صوری توسط متخصصان امر در دانشگاه مورد تایید قرار گرفت و نتایج پایایی پرسشنامه بر اساس آزمون آلفا کرونباخ به تفکیک سؤالات مرتبط با بخش‌های مختلف در دامنه بین ۰/۷۲۴ تا ۰/۸۶۷ قرار دارد که حاکی از پایایی قابل قبول پرسشنامه است (جدول ۲).

جدول ۲- ضرایب پایایی سؤالات مربوط به کسب و کار توریست محور مندرج در پرسشنامه

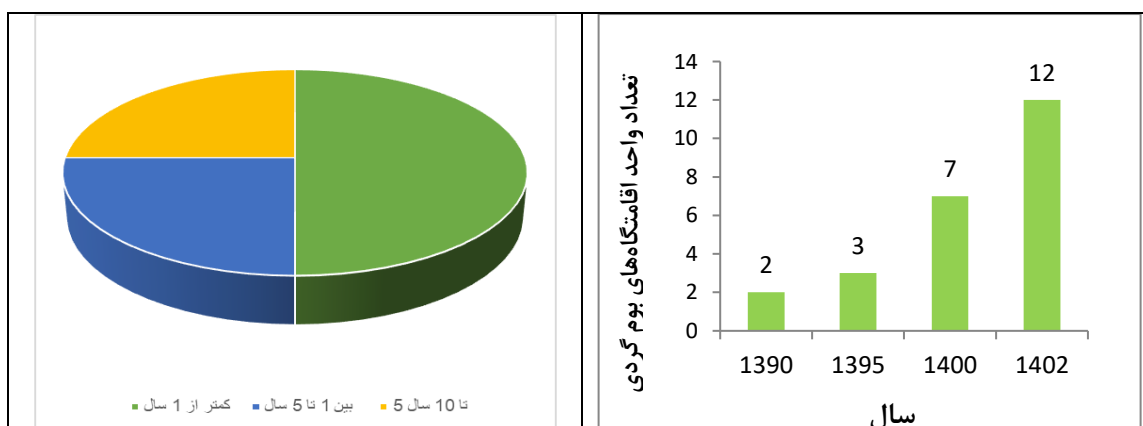
تعداد گویه	شماره گویه	آلفای کرونباخ
۷	۹، ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۴، ۶، ۳۱	۰/۷۵۸
۵	۸، ۲۵، ۷، ۲۷، ۱۱	۰/۷۲۴
۱۱	۱۲، ۱۳، ۱۴، ۲۳، ۲۴، ۲۰، ۲۱، ۳۰، ۳۲، ۲۶، ۱۵	۰/۸۶۷
۵	۲۸، ۲۲، ۲۰، ۲۱، ۲۳	۰/۸۴۴

برای اطلاع از شرح هر گویه به جدول ۱ مراجعه شود.

پس از تکمیل پرسشنامه توسط صاحبان اقامتگاه‌های سنتی و بومگردی و بر اساس ماهیت داده‌های به دست آمده، ابتدا نرمالیزه بودن داده‌ها از طریق آزمون کلموگروف- اسمیرنوف مورد ارزیابی قرار گرفت. سپس برای تحلیل داده‌ها آزمون پارامتریک نظیر T مورد استفاده قرار گرفت. همچنین وجود ارتباط و هم‌بستگی بین متغیرها، از طریق روش رگرسیون مورد ارزیابی قرار گرفت.

یافته‌های تحقیق

نتایج ارزیابی روند بازسازی و توسعه اقامتگاه‌های بومگردی در شهر تیران نشان داد تعداد اقامتگاه‌های بومگردی از ۲ واحد در سال ۱۳۹۰ به ۱۲ واحد در سال ۱۴۰۲ افزایش یافته است. این موضوع روند افزایشی ۶ برابر اقامتگاه‌های بومگردی و ترمیم بافت‌های قدیمی و استفاده از اماکن سنتی و به تبع آن توسعه کسب و کارهای توریست محور در طی یک سال اخیر را نشان می‌دهد. مدت زمان اشتغال به کسب و کار توریست محور نشان می‌دهد که ۵۰ درصد آن بسیار جدید بوده و در حدود ۱ سال اخیر ایجاد شده و فعالیت خود را شروع کرده‌اند. ۵۰ درصد دیگر بین ۱ تا ۵ و بعضاً بیش از ۵ سال است که به این حرفه اشتغال دارند. کمتر از ۱ سال، بین ۱ تا ۵ سال، ۵ تا ۱۰ سال به ترتیب با فراوانی ۵۰، ۲۵ و ۵۰ درصد می‌باشد (شکل ۴).



شکل ۴- روند تغییر تعداد واحدهای بوم گردی طی یک دهه اخیر (راست) و مدت زمان اشتغال افراد صاحبان این کسب و کار (چپ)

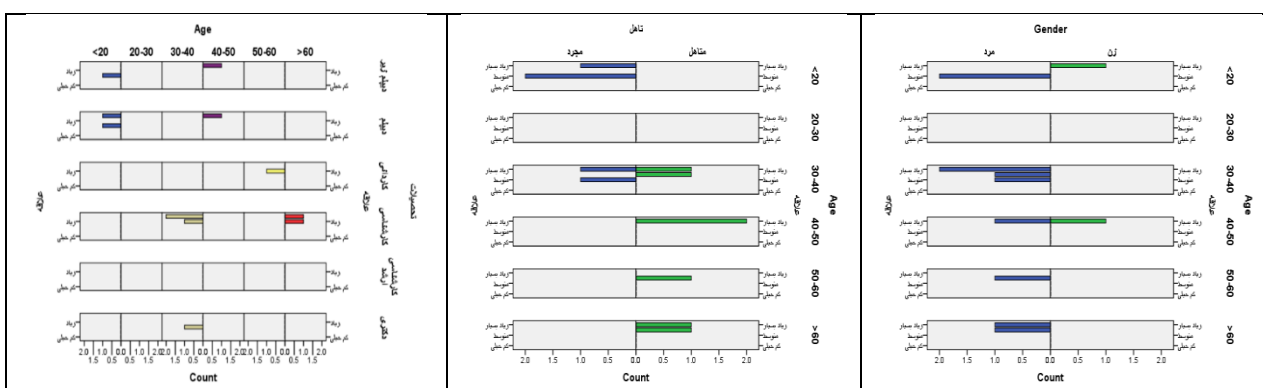


ارزیابی از خصوصیات جمعیت‌شناختی صاحبان کسب‌وکار نشان داد که ۸۴ درصد افراد دارای جنسیت مرد و ۱۶ درصد نیز زن هستند. از سویی ۵۸ درصد افراد نیز مجرد هستند. ارزیابی رده سنی نشان داد که مالکان اقامتگاه‌های بومگردی از رده‌های سنی مختلفی در این حرفه مشغول به فعالیت هستند به‌طوری‌که ۲۵ درصد افراد زیر ۳۰ سال و ۱۷ درصد افراد نیز در رده سنی بالاتر از ۶۰ سال قرار دارند. فراوانی افراد با سن کمتر از ۳۰ سال، ۳۰ تا ۴۰، ۴۰ تا ۵۰، ۵۰ تا ۶۰ و بیشتر از ۶۰ به‌ترتیب ۲۵، ۳۳، ۱۷، ۸ و ۱۷ درصد می‌باشد. همچنین از نظر مدرک تحصیلی درصد فراوانی بیشتر افراد صاحبان کسب‌وکار یعنی ۴۲ درصد دارای مدرک کارشناسی هستند. مقاطع تحصیلی زیر دیپلم، دیپلم، کاردانی، کارشناسی، کارشناسی‌ارشد و دکتری به‌ترتیب با فراوانی ۱۷، ۲۵، ۸، ۴۲، ۰ و ۸ درصد می‌باشد (جدول ۳). در این میان افرادی دارای مدرک دکتری نیز وجود دارد اما هیچ‌کدام از فعالین به این کسب‌وکار دارای مدرک فوق‌لیسانس نیستند. البته به‌طور کلی هیچ‌کدام از این افراد مدرک مرتبط با این‌گونه کسب‌وکار را ندارند.

جدول ۳- خصوصیات جمعیت‌شناختی صاحبان کسب‌وکار اقامتگاه‌های بومگردی شهر تیران

متغیر مورد سنجش	درصد فراوانی
جنسیت	مرد ۸۴
	زن ۱۶
تأهل	مجرد ۵۸
	متأهل ۴۲
رده سنی	کمتر از ۳۰ سال ۲۵
	۳۰ تا ۴۰ ۳۳
	۴۰ تا ۵۰ ۱۷
	۵۰ تا ۶۰ ۸
	بیشتر از ۶۰ ۱۷
مدرک تحصیلی	زیر دیپلم ۱۷
	دیپلم ۲۵
	کاردانی ۸
	کارشناسی ۴۲
	کارشناسی‌ارشد ۰
	دکتری ۸

شکل ۵ توزیع چندبعدی جامعه آماری کسب‌وکار و خصوصیات سنی و جنسیتی در رابطه با علاقه‌مندی صاحبان کسب‌وکار توریست محور در شهرستان را به‌صورت اختصار نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود فراوانی نسبی افراد با سن زیر ۲۰ سال با علاقه‌مندی متوسط که جنسیت مرد دارند ۲ نفر می‌باشد. در این کسب‌وکار افراد مجرد در رده سنی کمتر از ۲۰ و ۳۰ تا ۴۰ سال که علاقه زیادی به کسب‌وکار خود دارند بیشترین فراوانی را نشان می‌دهند. همچنین توزیع خصوصیات سنی و سطح تحصیلات در رابطه با علاقه‌مندی صاحبان کسب‌وکار توریست محور در شکل زیر نشان داده شده‌است. معمولاً ارتباط مشخصی بین مدرک و علاقه‌مندی یا سایر ویژگی‌های مورد ارزیابی وجود ندارد. در بین صاحبان کسب‌وکار افراد دارای مدرک کارشناسی‌ارشد وجود ندارد (شکل ۵).



شکل ۵- توزیع خصوصیات سنی و جنسیتی، وضعیت تأهل و سطح سواد در رابطه با علاقه‌مندی صاحبان کسب‌وکار توریست محور

در این پژوهش برای بررسی توزیع نرمال داده‌ها، فرض صفر در سطح خطای ۵٪ مبنی بر اینکه توزیع داده‌ها نرمال است، در نظر گرفته شد. اگر میزان معناداری بزرگ‌تر یا مساوی این سطح خطا به دست آید، توزیع داده‌ها نرمال خواهد بود و فرض صفر قبول خواهد بود، لذا نتایج ارزیابی نرمال بودن داده‌های این پژوهش نیز نشان داد که هیچ‌یک از سری داده‌ها دارای مقادیر Sig. زیر ۵ درصد نبوده و به عبارتی مقادیر آزمون کولموگروف اسمیرنوف به دست آمده پایین بوده لذا داده‌ها نرمال بوده‌اند (جدول ۴).

جدول ۴- ضرایب آزمون کولموگروف اسمیرنوف مربوط به کسب‌وکار توریست محور مندرج در پرسشنامه

Sig.	کولموگروف اسمیرنوف	گویه‌ها		تعداد	دسته سؤالات
		شماره	تعداد		
۰/۳۵۴	۰/۷۰۸	۱۸، ۱۹، ۱۷، ۱۲، ۹، ۴، ۶	۷	ایجاد اشتغال	
۰/۴۱۲	۰/۶۷۸	۲۸، ۲۷، ۲۵، ۸، ۷	۵	حمایت‌ها و ارتباطات	
۰/۳۲۱	۰/۵۲۴	۲۸، ۲۰، ۲۳، ۳۲، ۳۰، ۲۴، ۲۱، ۱۴، ۱۳، ۱۲، ۱۱	۱۱	خدمات ارائه شده	
۰/۴۲۰	۰/۳۵۸	۲۶، ۲۲، ۲۴، ۲۰، ۲۱	۵	انتظارات گردشگر	

نتایج حاصل از آزمون T در قالب میانگین، انحراف معیار، مقادیر حداقل و حداکثر مربوط به پاسخ گویه‌های مندرج در پرسشنامه را در جدول (۵) گزارش شده است و همان گونه که مشاهده می‌شود برای اکثر گویه‌ها مقادیر انتخابی بالاتر از ۳ است و متغیرهای میزان علاقه‌مندی صاحبان اقامتگاه‌های بومگردی، ارائه خدماتی مانند پخش موسیقی و اجرای موسیقی زنده سنتی اثرگذاری آن در جذب گردشگر، اثرگذاری تغییر قیمت مواد غذایی و سایر محصولات خدماتی بر میزان جذب گردشگران، اثرگذاری موقعیت جغرافیایی اقامتگاه بومگردی بر رونق کسب‌وکار و اثرگذاری نحوه برخورد و تعاملات اجتماعی پرسنل بر کسب‌وکار با میانگین مقادیر عددی ۴/۲۵، ۴/۴۱، ۴/۴، ۴/۵ و ۴/۱۶ بیشترین ارزش را به خود اختصاص دادند. در مقابل تنها در برخی موارد از جمله سطح سواد بالا و درآمد نسبتاً بالای گردشگران با میانگین ارزش عددی ۲/۱۶ و ۲/۴۱ کمترین مقدار را شامل می‌شوند. لذا می‌توان بیان نمود که در بسیاری از موارد کسب‌وکار توریست محور در اقامتگاه‌ها بر مؤلفه‌های اشتغال و اقتصاد مؤثر بوده است. برای مثال میزان علاقه‌مندی صاحبان کسب‌وکار با مقدار تی معادل ۱۱ به شکل معناداری تأثیرگذار بوده است. به همین ترتیب سایر گویه‌ها نیز دارای مقادیر معنی‌دار بوده‌اند. در برخی موارد برای مثال در مورد دارا بودن مدرک تحصیلی مرتبط برای کسب‌وکار یا سطح سواد گردشگران مشاهده می‌شود که نتیجه آزمون معنادار نشده و به عبارتی ارتباطی بین مدارک و سطح سواد با این گونه کسب‌وکار وجود ندارد (جدول ۵).

**جدول ۵- نتایج حاصل از آزمون T متغیرهای مربوط به کسب و کار توریست محور مندرج در پرسشنامه**

شماره گویه	میانگین	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	مقدار T	مقدار Sig.
۱	۴/۲۵	۰/۸۶۶	۳/۰۰	۵/۰۰	۱۱/۰	۰/۰۰۱
۲	۳/۶۶	۱/۱۵۴	۱/۰۰	۵/۰۰	۸/۰	۰/۰۲۱
۳	۳/۱۶	۱/۲۶۷	۱/۰۰	۵/۰۰	۱/۰	۰/۰۸۵
۴	۲/۹۱	۱/۰۸۳	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۱/۰	۰/۰۰۱
۵	۲/۱۶	۰/۹۳۷	۱/۰۰	۳/۰۰	۱۰/۰	۰/۰۱۱
۶	۳/۵۸	۱/۳۱۱	۱/۰۰	۵/۰۰	۷/۰	۰/۰۲۱
۷	۱/۵۰	۰/۹۰۴	۱/۰۰	۴/۰۰	۱۲/۰	۰/۰۰۳
۸	۳/۳۳	۱/۶۶۹	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۴/۰	۰/۰۰۱
۹	۳/۵۸	۱/۰۸۳	۲/۰۰	۵/۰۰	۹/۰	۰/۰۰۵
۱۰	۳/۹۱	۱/۳۱۱	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۱/۰	۰/۰۳۱
۱۱	۳/۱۶	۱/۴۰۳	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲/۰	۰/۰۰۱
۱۲	۳/۵۸	۱/۳۷۸	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۱/۰	۰/۰۲۱
۱۳	۴/۴۱	۰/۹۳۷	۳/۰۰	۵/۰۰	۱۳/۰	۰/۰۰۱
۱۴	۳/۶۶	۱/۲۵۵	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۲/۰	۰/۰۱۱
۱۵	۲/۴۱	۱/۲۴۰	۱/۰۰	۴/۰۰	۵/۰	۰/۰۴۸
۱۶	۲/۱۶	۱/۳۳۷	۱/۰۰	۵/۰۰	۴/۰	۰/۰۷۶
۱۷	۳/۰۳	۱/۶۷۶	۱/۰۰	۵/۰۰	۹/۰	۰/۰۰۵
۱۸	۳/۷۵	۱/۲۸۸	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۰/۰	۰/۰۳۱
۱۹	۴/۰۰	۱/۸۵۲	۲/۰۰	۵/۰۰	۱۴/۰	۰/۰۰۳
۲۰	۳/۰۸	۱/۵۶۴	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۳/۰	۰/۰۲۳
۲۱	۲/۹۱	۱/۰۸۳	۱/۰۰	۴/۰۰	۱۱/۰	۰/۰۰۴
۲۲	۳/۲۵	۱/۲۱۵	۱/۰۰	۵/۰۰	۸/۰	۰/۰۴۶
۲۳	۳/۶۶	۱/۱۵۴	۱/۰۰	۵/۰۰	۹/۰	۰/۰۳۵
۲۴	۳/۴۱	۱/۰۸۳	۲/۰۰	۵/۰۰	۱۰/۰	۰/۰۱۴
۲۵	۳/۷۵	۱/۰۵۵	۲/۰۰	۵/۰۰	۱۱/۰	۰/۰۰۲
۲۶	۴/۵۰	۰/۹۰۴	۲/۰۰	۵/۰۰	۶/۰	۰/۰۵۵
۲۷	۴/۱۶	۱/۲۶۷	۱/۰۰	۵/۰۰	۱۳/۰	۰/۰۰۱
۲۸	۳/۶۶	۱/۳۰۲	۱/۰۰	۵/۰۰	۹/۰	۰/۰۱۱
۲۹	۳/۴۱	۱/۶۲۱	۱/۰۰	۵/۰۰	۷/۰	۰/۰۷۲
۳۰	۳/۵۸	۱/۳۷۸	۱/۰۰	۵/۰۰	۹/۰	۰/۰۲۰
۳۱	۳/۵۰	۱/۴۴۱	۱/۰۰	۵/۰۰	۹/۰	۰/۰۳۶
۳۲	۳/۱۶	۱/۲۶۷	۱/۰۰	۵/۰۰	۶/۰	۰/۰۸۵

نتایج حاصل از رابطه سنجی بین متغیرها در جدول (۶) گزارش شده است و همان گونه که مشاهده می شود ارتباط معناداری بین متغیرهای سنجش تاییدی بر اثرگذاری کسب و کار اقامتگاه های بوم گردی بر توسعه اقتصادی است. برای نمونه گویه اثرگذاری



کسب و کار بر عملکرد اقتصادی سایر اصناف و بازاریان (گویه ۹) با گویه اثرگذاری ارائه تولیدات محلی و غذای سنتی بر جذب گردشگر (گویه ۱۴) دارای ارتباط قوی و ضریب همبستگی ۰/۹۲۱ می باشد. همچنین تغییرات قیمت ارز یا مواد غذایی با ضریب همبستگی ۰/۸۵۰ تأثیر بسیار زیادی بر کسب و کار اقامتگاه های بومگردی دارد. لذا پس از بررسی نتایج و ارتباط بین گویه ها چنین به نظر می رسد اغلب گویه های اقتصادی و نیز اجتماعی و فرهنگی با یکدیگر در ارتباط هستند و به عبارتی تمام بخش های اقتصادی- فرهنگی و اجتماعی در صنعت توریست وابسته به اماکن تاریخی و اماکن سنتی در همدیگر تنیده شده اند و ضعف و یا قوت هر بخش موجب تضعیف یا بالندگی سایر بخش ها می شود. به طوری که برای نمونه میزان علاقه به این کسب و کار با گویه زمان ارائه خدمات (گویه ۳۰) با ضریب ۰/۸۵۳، گویه ارائه نظرات گردشگران (گویه ۲۱) با تأثیر بر اشتغال (گویه ۶) با ضریب ۰/۸۰۵، ارائه خدمات موسیقی سنتی (گویه ۱۳) با تغییر قیمت مواد غذایی (گویه ۱۹) با ضریب ۰/۹۲۸، انتظارات بالای گردشگران (گویه ۲۰) با رابطه بین درآمد با زمان ارائه خدمات (گویه ۳۰) با ضریب ۰/۸۵۰، افزایش سرمایه گذاری و افزایش درآمد (گویه ۸) با رضایت گردشگران از خدمات (گویه ۲۲) با ضریب ۰/۹۲۱ بیش ترین ارتباط مثبت معنادار را نشان دادند (جدول ۶).

جدول ۶ - همبستگی بین متغیرهای مورد سنجش مرتبط به کسب و کار اقامتگاه های بومگردی

افزایش سرمایه گذاری و درآمد	اشتغال زایی	رضایت کلی گردشگر	خدمات ویژه	قیمت ارز	سطح سواد	حمایت دولت
R	۰/۶۵۰	۰/۷۶۲	۰/۷۵۲	۰/۶۷۲	۰/۶۸۴	۰/۶۱
Sig.	۰/۰۲۲	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۰/۰۱۲	۰/۰۱۴	۰/۰۳۹
اشتغال زایی	رضایت گردشگران	زمان ارائه خدمات	افزایش رفاه نسبی	افزایش اقامتگاه ها	سرمایه گذارهای غیربومی	خدمات ویژه
R	۰/۸۰۵	۰/۷۱۱	۰/۷۰۲	۰/۶۱۳	۰/۷۱۱	۰/۶۴۹
Sig.	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۱۱	۰/۰۳۴	۰/۰۰۱	۰/۰۲۲
ارتقا خدمات	افزایش سرمایه گذاری و درآمد	خدمات ویژه	افزایش رفاه نسبی	تغییر قیمت مواد غذایی	ارائه نظرات گردشگران	زمان ارائه خدمات
R	۰/۶۷۵	۰/۷۲۳	۰/۶۸۵	۰/۷۲۳	۰/۶۵۶	۰/۸۳۴
Sig.	۰/۰۱۵	۰/۰۰۸	۰/۰۱۲	۰/۰۰۸	۰/۰۲۳	۰/۰۰۲
خدمات موسیقی زنده و سنتی	ارتقا خدمات	سرمایه گذاری و درآمد	افزایش سرمایه گذاری و درآمد	تغییر قیمت مواد غذایی	زمان ارائه خدمات	درآمدزایی
R	۰/۶۷۸	۰/۷۷۷	۰/۹۲۸	۰/۸۰۹	۰/۵۸۶	۰/۶۴۴
Sig.	۰/۰۱۵	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۰۴۵	۰/۰۲۴
رضایت گردشگران	تجربه کاری	تغییر قیمت خدمات	خدمات ویژه	ارتقا خدمات	سرمایه گذاری و درآمد	افزایش غذای محلی
R	۰/۷۱۳	۰/۶۵	۰/۷۷۷	۰/۷۲۱	۰/۹۲۱	۰/۶۴۴
Sig.	۰/۰۰۹	۰/۰۰۴	۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۲۴



تجربه کاری	مدرک تحصیلی مرتبط	افزایش سرمایه گذاری و درآمد	خدمات ویژه	غذای محلی	خدمات موسیقی زنده و سنتی	علاقه به کسب و کار
	R	۰/۷۲۵	۰/۷۲۳	۰/۶۴۷	۰/۷۹۲	۰/۶۴۸
	Sig.	۰/۰۰۸	۰/۰۰۸	۰/۰۲۳	۰/۰۰۲	۰/۰۱۱
انتظارات گردشگران	افزایش سرمایه گذاری و درآمد	تأثیر تبلیغات	موقعیت جغرافیایی	خدمات موسیقی زنده و سنتی	زمان ارائه خدمات	رضایت گردشگران
	R	۰/۷۶۶	۰/۸۱۹	۰/۷۸۵	۰/۶۰۸	۰/۶۲۸
	Sig.	۰/۰۰۴	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰/۰۲۵	۰/۰۴۳
علاقه به کسب و کار	افزایش سرمایه گذاری و درآمد	زمان ارائه خدمات	خدمات ویژه	رضایت کلی گردشگران	درآمدزایی	افزایش تعداد اقامتگاه
	R	۰/۷۲۳	۰/۸۵۳	۰/۶۲۸	۰/۷۱۳	۰/۵۸۷
	Sig.	۰/۰۰۸	۰/۰۰۱	۰/۰۲۹	۰/۰۱۲	۰/۰۴۵
خدمات ویژه	استفاده از تبلیغات	افزایش اقامتگاهها	انتظارات گردشگران	سرمایه گذارهای غیربومی	افزایش رفاه نسبی	زمان ارائه خدمات
	R	۰/۶۶۸	۰/۶۳۶	۰/۹۲۸	۰/۵۸۷	۰/۸۰۹
	Sig.	۰/۰۱۸	۰/۰۳۶	۰/۰۰۱	۰/۰۴۵	۰/۰۰۱
تغییر قیمت مواد غذایی	رضایت گردشگران	تأثیر تبلیغات	انتظارات گردشگران	علاقه به کسب و کار	سرمایه گذارهای غیربومی	افزایش سرمایه گذاری و درآمد
	R	۰/۸۵۷	۰/۸۱۹	۰/۸۲۳	۰/۷۳۹	۰/۸۰۳
	Sig.	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۶	۰/۰۰۲
ارائه نظرات گردشگران	افزایش تعداد اقامتگاهها	علاقه به کسب و کار	اشتغال زایی	خدمات موسیقی زنده و سنتی	تغییر قیمت مواد غذایی	خدمات ویژه
	R	۰/۶۹۰	۰/۷۷۷	۰/۶۹۰	۰/۷۰۵	۰/۷۲۷
	Sig.	۰/۰۱۳	۰/۰۰۳	۰/۰۱۳	۰/۰۱۰	۰/۰۰۷
غذای محلی	رضایت کلی گردشگران	خدمات ویژه	افزایش سرمایه گذاری و درآمد	خدمات موسیقی زنده و سنتی	تغییر قیمت مواد غذایی	انتظارات گردشگران
	R	۰/۷۲۱	۰/۶۲۱	۰/۹۲۱	۰/۷۷۶	۰/۶۸۵
	Sig.	۰/۰۰۸	۰/۰۳۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۳	۰/۰۱۴
تأثیر تبلیغات	استفاده از تبلیغات	رضایت کلی گردشگران	ارائه نظرات گردشگران	خدمات ویژه	سرمایه گذاری و درآمد	ارتقا خدمات
	R	۰/۶۹۱	۰/۶۹۳	۰/۶۹۶	۰/۷۷۴	۰/۷۷۴
	Sig.	۰/۰۱۳	۰/۰۱۳	۰/۰۱۲	۰/۰۰۳	۰/۰۰۳



تغییر قیمت خدمات	استفاده از تبلیغات	تجربه کاری	رضایت کلی گردشگران	تعامل اجتماعی	افزایش سرمایه گذاری و درآمد	موقعیت جغرافیایی
R	۰/۶۸۰	۰/۷۹۵	۰/۸۵۷	۰/۸۱۹	۰/۸۰۳	۰/۸۱۹
Sig.	۰/۰۱۵	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	۰/۰۰۱	۰/۰۰۲	۰/۰۰۲
تعامل اجتماعی	سطح سواد	ارائه نظرات گردشگران	علاقه به کسب و کار	ارتقا خدمات	رضایت گردشگران	انتظارات گردشگران
R	۰/۷۲۵	۰/۶۲۸	۰/۶۲۱	۰/۶۸۸	۰/۷۲۵	۰/۸۴۱
Sig.	۰/۰۰۸	۰/۰۴۳	۰/۰۳۱	۰/۰۱۸	۰/۰۱۰	۰/۰۰۲
گردشگران خاص	خدمات ویژه	سرمایه گذاری های غیربومی	تجربه کاری	تغییر قیمت مواد غذایی	تغییر قیمت خدمات	-
R	۰/۷۷۶	۰/۶۸۴	۰/۷۹۲	۰/۶۸۵	۰/۷۲۵	-
Sig.	۰/۰۰۴	۰/۰۱۴	۰/۰۰۲	۰/۰۱۴	۰/۰۰۸	-
ترجیح بافت سنتی	زمان ارائه خدمات	غذای محلی	علاقه به کسب و کار	خدمات موسیقی زنده و سنتی	اشتغال زایی	-
R	۰/۸۳۴	۰/۶۷۸	۰/۶۶۰	۰/۷۳۳	۰/۷۷۰	-
Sig.	۰/۰۰۱	۰/۰۱۵	۰/۰۱۹	۰/۰۰۷	۰/۰۰۳	-
رونق آتی کسب و کار	زمان ارائه خدمات	خدمات ویژه	علاقه به کسب و کار	تغییر قیمت خدمات	-	-
R	۰/۷۳۵	۰/۷۳۵	۰/۶۹۰	۰/۷۳۹	-	-
Sig.	۰/۰۰۶	۰/۰۰۶	۰/۰۱۲	۰/۰۰۲	-	-
موقعیت جغرافیایی	سرمایه گذاری و درآمد	پرسنل خانوادگی	-	-	-	-
R	۰/۷۷۷	۰/۶۱۷	-	-	-	-
Sig.	۰/۰۰۲	۰/۰۳۳	-	-	-	-
حمایت دولت	قیمت ارز	-	-	-	-	-
R	۰/۶۰۱	-	-	-	-	-
Sig.	۰/۰۳۹	-	-	-	-	-

براساس نتایج و نظرات مصاحبه‌شوندگان به سؤالات تشریحی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمد، و علاقه مهم‌ترین عوامل گرایش به این کسب و کار می‌باشد. در بخش سؤالات تشریحی که در خصوص ظرفیت‌ها و موانع کسب و کار توریست محور مطرح شد چنین به نظر می‌رسد که علی‌رغم وجود پتانسیل بالا در خصوص این صنعت و اشتغال‌زایی و بهبود وضعیت اقتصادی افراد مشغول در این حرفه، تنگناها و مشکلات عدیده فراوانی وجود دارد که عمدتاً مربوط به مسائل مالی و قوانین دولتی می‌باشد. تقریباً تمام صاحبان این حرفه از عدم حمایت بخش دولتی خبر دادند. بر اساس نظرات دارندگان اقامتگاه‌ها، دولت می‌تواند به صورت ارائه تسهیلات در جهت رشد این کسب و کار حمایت و اقداماتی مؤثری را انجام دهد. از سویی در بسیاری موارد قوانین دولتی موانعی در جهت رشد این بخش در ایران می‌باشد به طوری که تقریباً ورود توریست خارجی را به حداقل ممکن رسانده‌است. این اقدامات و همچنین عدم آگاهی مردم موجب عدم حفاظت از مناطق سنتی و موجب نابودی اماکن سنتی و سازه‌های قدیمی در شهر تیران شده‌است. در برخی موارد ممکن



است نگاه مردم محلی به این صنعت و برخورد آن‌ها با صاحبان این حرفه به‌خوبی ایجاد نشده باشد که در این راستا نیز (بر مبنای نظرات صاحبان کسب‌وکار) دولت با حمایت و مستندسازی و پخش برنامه‌های تبلیغاتی از طریق رسانه‌های جمعی می‌تواند نگاه مردم را نسبت به اثرات مثبت این حرفه توسعه دهد و موجب استفاده بهتر و بیشتر از ظرفیت‌های موجود مخصوصاً در جوامع کوچک و روستایی شود. به‌طور کلی آگاهی و همکاری مردم در این منطقه که عموماً دارای بافت‌های تاریخی و سنتی بوده می‌تواند موجب شکل‌گیری یک شبکه اقتصادی قوی در منطقه شود و وابستگی به بسیاری از شغل‌های کم‌بازده کاهش یابد و از طرفی موجبات ایجاد شغل پایدار با درآمد مناسب برای بخشی از جامعه بیکار در این منطقه شود. موفقیت در این امر نیز تا حد زیادی تحت‌تأثیر آگاه‌سازی مردم و تشویق برای انجام اشتغال گروهی به‌همراه معرفی تاریخ و فرهنگ این شهر خواهد بود.

بحث و نتیجه‌گیری

ارزیابی اولیه در خصوص اقامتگاه‌های بوم‌گردی موجود در شهر تیران که هم در بخش مرکزی و هم در روستاهای حومه شهر فعالیت دارند گواه بر این موضوع است که در دهه گذشته روند ایجاد این نوع جاذبه‌ی گردشگری و کسب‌وکارهای وابسته به آن رشد بالایی داشته است. از سویی ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که در وهله اول علاقه صاحبان این کسب‌وکار موجب راه‌اندازی این واحدها در این شهر شده است و علی‌رغم مشکلات سازمانی و کمبودها در بخش امکانات رفاهی با این حال اکثریت این واحدها درصدد تجهیز و ارتقا این اقامتگاه‌ها هستند. یکی از دلایل دیگر توجه به کسب‌وکار گردشگرمحور با تکیه بر اقامتگاه‌های بوم‌گردی در این شهر مباحث اقتصادی می‌باشد به‌طوری‌که با وجود پتانسیل‌ها و مخصوصاً وجود ابنیه تاریخی و موجودیت سازه‌های سنتی امکان راه‌اندازی این اقامتگاه‌ها بهتر انجام شده است. درواقع اقتصاد گردشگرمحور مبتنی بر اماکن سنتی یکی از کم‌هزینه‌ترین نوع کسب‌وکار در عصر حاضر بوده که گرایش خوبی نسبت به این نوع کسب‌وکار در شهر تیران دیده می‌شود. بنابراین طیفی از گردشگرها نیز با توجه به اینکه چه علایقی دارند، تمایل دارند تا در فضای سنتی این بوم‌گردها برای مدتی سکونت داشته باشند و با فرهنگ فضای سنتی، غذا محلی و بعضاً موسیقی و لباس سنتی آشنا و از آن لذت ببرند. در این راستا هر واحد اقامتگاهی با تبلیغات و توسعه امکانات و خدمات، باعث جذب تعداد بیشتری گردشگر شده و زمینه اشتغال افراد بیشتری را فراهم می‌سازد. از طرفی با توجه به نتایج ارزیابی و مصاحبه با صاحبان کسب‌وکار، این گونه اقتصاد موجب بهبود و یا اثرگذاری بر سایر اصناف در این منطقه می‌شود به‌طوری‌که از بحث حمل‌ونقل گرفته تا نیازهای خوراک و پوشاک و غیره در مدت اسکان در این اقامتگاه‌ها موجب می‌شود تا دامنه تبادلات اقتصادی وابسته به گردشگر در اطراف این بوم‌گردها نیز افزایش یابد. به‌طور کلی مهم‌ترین اثرگذاری این اقامتگاه‌ها در اقتصاد محلی خواهد بود. مشابه با نتایج این تحقیق گزارشات ارائه شده توسط احمدی و همکاران (۱۳۹۴)، مهدوی و همکاران (۱۳۹۵) و حسین زاده و همکاران (۱۳۹۷) که در مناطق گوناگون توریستی ایران انجام شده است نشان از اهمیت این گرایش‌ها در اقتصاد جوامع محلی دارد. در همین راستا محمدی گریفی و همکاران (۱۴۰۱) در استان گیلان به این نتیجه رسیدند که واحدهای توریستی و اقامتگاه‌های بوم‌گردی زمینه‌ساز شغل‌های جدیدی مخصوصاً برای جامعه زنان هستند که در کنار اشتغال‌زایی در این مناطق، بهبود و ارتقای درآمد صاحبان کسب‌وکار از این طریق نیز فراهم شده است. این گونه اشتغال ممکن است در زمینه گیاهان دارویی و فرهنگ‌های سنتی دیگر در این مناطق را شامل شود که از طرف گردشگران جالب و دلپسند خواهد بود. بنابراین وجود چنین اقامتگاه‌هایی به اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری در جوامع مختلف کمک می‌کند و با توسعه صنعت گردشگری، فرصت‌های شغلی در بخش‌های مختلف از جمله خدمات گردشگری، رستوران‌ها و فروشگاه‌ها ایجاد می‌شود.

ارزیابی ارتباط بین خدمات اقامتگاه‌ها، تعامل اجتماعی کارکنان، ارائه تولیدات محلی، تغییرات قیمت خدمات و مخصوصاً خوردوخوراک، وجود موسیقی سنتی و مواردی از این قبیل تأثیر مستقیم بر میزان ورود گردشگران به این اقامتگاه‌ها دارد. بنابراین



تدابیر مدیریتی در این امر نیز می‌تواند برای بهبود این کسب‌وکار مثرتر واقع گردد و با ایجاد یک شبکه بین بخش‌های تولید مواد غذایی با تبادل حجم بیشتر مواد غذایی و سایر کالاها به گسترش چرخه اقتصادی در این اقامتگاه‌ها کمک نماید. این بازده مالی به جامعه محلی و تجارت محلی کمک می‌کند و درآمد آن‌ها را افزایش می‌دهد. همان گونه که در داخل کشور، لهنونیان و همکاران (۱۴۰۲) در زریوار و کوت‌کویک و جووآنویک^۱ (۲۰۱۷) در صربستان به این نتیجه رسیدند که احداث واحدهای اقامتگاهی بوم‌گردی در این مناطق به شکل مؤثری اقتصاد و اشتغال و درآمدزایی منطقه را تحت‌تأثیر قرار داده است. اما به هرحال استفاده از اینیه تاریخی و ساخت و بازسازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای ایجاد اشتغال و گردشگری می‌تواند با موانعی مواجه باشد. برای مثال کمبود منابع مالی، محدودیت‌های قانونی و مجوزها، نگرش منفی جامعه محلی مخصوصاً قشر مذهبی که برای غلبه بر این موانع، همکاری بین دستگاه‌های دولتی، سازمان‌های غیردولتی، جوامع محلی و سرمایه‌گذاران خصوصی بسیار مهم است. همچنین، ایجاد آگاهی عمومی و آموزش‌های مهارتی برای جامعه محلی می‌تواند به ایجاد نگرش مثبت نسبت به استفاده از اینیه تاریخی برای اشتغال‌زایی و گردشگری کمک کند. به‌طور کلی، دولت نقش کلیدی در حفظ، مدیریت و بهره‌برداری از اماکن تاریخی توریستی دارد تا این اماکن را برای نسل‌های آینده حفظ کرده و از آن‌ها بهره‌برداری صحیح و پایدار را تضمین کند. نقش دولت در بهره‌برداری از اماکن تاریخی-توریستی بسیار مهم است. دولت معمولاً مسئولیت حفظ و نگهداری اماکن تاریخی را بر عهده دارد باید تلاش کند تا این اماکن را به‌نحوی مدیریت کند که بتواند بهره‌وری بالا و حفظ آن‌ها را تضمین کند. در این راستا، نقش دولت شامل حفظ و نگهداری، مدیریت و بهره‌برداری، ترویج گردشگری و جذب توریست، و همکاری با بخش خصوصی است. از سویی بخش خصوصی می‌تواند به بهبود کیفیت خدمات ارائه‌شده کمک کند و در سرمایه‌گذاری، مدیریت مطلوب، ارائه خدمات بهتر، ایجاد شغل و افزایش درآمد، بهره‌برداری بهینه، نوآوری و بهبود کیفیت مؤثر واقع گردد. لذا بخش خصوصی می‌تواند تأثیر قابل‌توجهی در بهره‌برداری و درآمدزایی از اماکن تاریخی توریستی داشته باشد. پیشنهاد می‌شود تحقیقات آتی در جهت شناسایی پتانسیل‌ها و رفع مشکلات این حرفه به‌صورت خاص در شهر تیران و به‌صورت کلان در سطح کشور از طریق ارائه آمار و اطلاعات، ارتباط با نمایندگان محلی، حضور در نشست‌ها و کنفرانس‌ها، تشکیل اتحادیه‌ها و انجمن‌ها، ارتباط با رسانه‌ها و همچنین برای توجیه کردن تأثیر کسب‌وکار توریست محور بر جوامع محلی صورت گیرد. از طریق این فعالیت‌ها می‌توان با نشان دادن اثرات بومگردها در پایداری اقتصاد، حفظ فرهنگ و میراث، توسعه مشاغل محلی، ارتباطات فرهنگی و تفاهم بین‌المللی، حفاظت از محیط‌زیست به اهداف بلندمدت توسعه پایدار اقتصاد گردشگری و پایداری اکولوژیکی رسید.

منابع

- احمدی، علیرضا؛ فروزانی، معصومه؛ آجیلی، عبدالعظیم، و یزدان‌پناه، مسعود (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر رضایت‌مندی و حمایت ساکنان مناطق روستایی (مطالعه موردی: شهرستان‌های مسجدسلیمان، اندیکا و اللی). *دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۳(۶)، ۸۶-۶۱. <http://journalitor.ir/Article/35132/FullText>
- افخمی، بهروز (۱۳۸۶). *مقدمه‌ای بر ارتباط باستان‌شناسی و گردشگری فرهنگی*. نشر عیلام. ۱۶۰ صفحه.
- بذرافشان، مرتضی؛ سامانی قطب‌آبادی، سحر، و فصولی، سیده مهتاب (۱۳۹۶). گردشگری سبز: بررسی ضرورت توجه به اقدامات سبز در صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی. *کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی ایران معاصر*، تهران، <https://civilica.com/doc/709975>.
- پاپلی یزدی، محمدحسین، و سقایی، مهدی (۱۳۸۵). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*، تهران، نشر سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت). ۲۸۴ صفحه.

¹ Cvetkovic& Jovanovic



- پاشازاده، مهدی؛ نظم فر، حسین، و عزت پناه، بختیار (۱۳۹۷). نقش اماکن تاریخی - فرهنگی در توسعه گردشگری (مطالعه موردی: آرامگاه شمس تبریزی در شهر خوی). *فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه‌ای*، ۱۹(۱)، ۳۱۹-۳۳۱. doi:20.1001.1.22286462.1397.9.1.19.9
- حجت شمامی، سیروس، و جوان، فرهاد (۱۴۰۱). اکوتوریسم و پایداری محیط‌زیست روستایی در شهرستان رودبار. *مجله مطالعات مدیریت توسعه سبز*، ۷(۲)، ۷۲-۵۹. doi: 10.22077/jgmd.2023.6082.1018
- حقانی، مهسا، و مجیدی هتکه لویی، سحر (۱۴۰۲). بومی‌سازی سازه‌های نوین، زمینه‌ساز توسعه پایدار گردشگری روستایی در مازندران با تمرکز بر اقامتگاه‌های بوم‌گردی. *علوم و تکنولوژی محیط‌زیست*.
- حیدری چپانه، رحیم (۱۳۸۹). مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری. تهران، انتشارات سمت.
- ساعی، علی؛ نائینی، مختار، و رضایی، محمد (۱۳۸۹). ارتباط بین تبلیغات و جذب گردشگر فرهنگی در ایران (مطالعه موردی گردشگران خارجی فرهنگی اصفهان). *جامعه‌شناسی تاریخی*، ۲(۴)، ۶۹-۹۴. <http://jhs.modares.ac.ir/article-25-6462-fa.html>
- سلمانی، مسعود، و احمدیان، مهدی (۱۴۰۱). روندهای صنعت گردشگری ایران. *مدیریت راهبردی و آینده‌پژوهی*، ۵(۱)، ۴۵-۷۳. https://journal.tolouemehr.ac.ir/article_154802.html
- شمس، مجید، و امینی، نصیره (۱۳۸۸). ارزیابی شاخص فرهنگ ایرانی و تأثیر آن در توسعه گردشگری. *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)*، ۱(۴)، ۸۱-۹۳. <https://www.sid.ir/paper/177058/fa>
- صادقی، حجت‌الله، و کوراوند، حسین (۱۴۰۱). تحلیل وضعیت شاخص‌های گردشگری سبز در منطقه کوه‌رنگ. *مجله مطالعات مدیریت توسعه سبز*، ۱(۱)، ۴۶-۳۳. doi: 10.22077/jgmd.2022.5653.1004
- عباسی سورکی، فاطمه؛ شیخی، احمدرضا، و نوری زمان‌آبادی، هدایت اله (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل موانع گذار از ساختارهای سنتی به بستر هوشمند در مقاصد گردشگری روستایی بخش بن رود شهرستان اصفهان. *فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای*، ۳(۱)، ۴۴-۶۷. https://www.srds.ir/article_152287.html
- فال سلیمان، محمود؛ میکائیکی، جواد، و نیک شعار، مرجان (۱۴۰۱). اکوتوریسم کویری و توسعه پایدار روستایی استان خراسان جنوبی. *مجله مطالعات مدیریت توسعه سبز*، ۱(۱)، ۱۱۷-۱۳۲. doi: 10.22077/jgmd.2022.2284
- کریمی، فرزاد، و زاهدی کیوان، مهدی (۱۳۹۰). تعیین شاخص سرمایه‌گذاری اقتصادی در تخصیص بهینه تسهیلات به صنعت گردشگری در شرایط عدم قطعیت. *پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی*، ۱۹(۵۹)، ۱۷۴-۱۵۱. <http://qjerp.ir/article-1-198-fa.html>
- لهونیان، و ریا؛ دانا سالم، محمد، و منوچهری، سوران (۱۴۰۲). تحلیلی بر شرایط توسعه و عملکرد اتربخش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در نواحی روستایی پیرامون تالاب زریوار شهرستان مریوان مبتنی بر رویکرد سیستمی مدیریت گردشگری. *جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی*، ۳۴(۴)، ۴۳-۶۸. doi: 10.22108/gep.2023.134860.1539
- محمدی گرفمی، علیرضا؛ تیمور، آمار، و قریشی میناباد، محمدباسط. (۱۴۰۱). تحلیل نقش اقامتگاه‌های بوم‌گردی در اقتصاد روستاهای شهرستان رشت. *مهندسی جغرافیایی سرزمین*، ۶(۲)، ۴۸۷-۵۰۵. doi: 20.1001.1.25381490.1401.6.12.4.3
- موسوی، زهرا سادات؛ علی رضایی، ابوتراب؛ شاه منصوری، اشرف، و عزیزاده، مجد (۱۴۰۱). شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کسب‌وکارهای زنجیره‌ای روستایی (مطالعه موردی: روستاهای منتخب شهرستان کاشان). *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۶(۳)، ۶۴۹-۶۶۶. doi: 20.1001.1.25385968.1400.16.3.14.1
- میرزائی، روزبه، و رضائی، نفیسه (۱۳۹۶). بخش‌بندی بازار رویدادهای ویژه فرهنگی بر مبنای انگیزه‌های بازدیدکنندگان. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۷(۲۴)، ۱۱۴-۱۰۲. doi: 10.22108/nmrj.2017.21453.93
- یغفوری، حسین؛ اسکندری ثانی، احمد، و اکبری، فاطمه (۱۳۹۲). نقش بافت تاریخی در ارتقا مؤلفه‌های رقابت‌پذیری شهری (مورد مطالعه: شهر بیرجند). *برنامه‌ریزی فضایی*، ۳(۷)، ۶۳-۸۴. doi: 10.22108/sppl.2017.106274.1111

Abasi Sourki, F., Sheikhi, A., & Noori Zamanabadi, H. (2022). Identification and analysis of barriers to transitioning from traditional structures to smart platforms in rural tourism destinations: A case study of Banrud District, Isfahan County. *Quarterly Journal of Sustainable Urban and Regional Development Studies*, 3(1), 44-67. Retrieved from https://www.srds.ir/article_152287.html (In Persian)



- Adamchyk, O. (2020). Innovative sources of increasing the competitiveness of rural green tourism enterprises. *University Economic Bulletin*, 43(2), 38-45. DOI:10.31470/2306-546X-2020-46-38-45
- Afhami, B. (2007). Introduction to the relationship between archaeology and cultural tourism. *Elam Publications*. 160 pages. (In Persian)
- Ahmadi, A., Forouzani, M., Ajili, A., & Yazdanpanah, M. (2015). Factors affecting the satisfaction and support of rural area residents: A case study of Masjed Soleiman, Andika, and Alighiyeh counties. *Journal of Social Tourism Studies*, 3(6), 61-86. Retrieved from <http://journalitor.ir/Article/35132/FullText> (In Persian)
- Arshad, M. I., Iqbal, M. A., & Shahbaz, M. (2018). Pakistan tourism industry and challenges: a review. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(), 1-12. DOI:10.1080/10941665.2017.1410192
- Bazrafsan, M., Samani Qotb Abadi, S., & Fosuli, S. M. (2017). Green tourism: Examining the necessity of green actions in the tourism and hospitality industry. *International Conference on Civil, Architecture, and Urban Planning of Contemporary Iran, Tehran*. Retrieved from <https://civilica.com/doc/709975> (In Persian)
- Cvetkovic, M., & Jovanovic, S. S. (2017). Spatial cultural-historical units in the function of tourism development in Serbia. In *4th International Scientific Conference, Agribusiness MAK-2017, European Road IPARD 2015-2020*, 27-28 January 2017, Kopaonik, Serbia. Proceedings (pp. 222-231). Etno Centar GEGULA-Center for the successful development of family agriculture and tourism.
- Falsoliman, M., Mikanikay, J., & Nik Shaar, M. (2022). Desert ecotourism and rural sustainable development in South Khorasan Province. *Journal of Green Development Management Studies*, 1(1), 117-132. doi:10.22077/jgmd.2022.2284 (In Persian)
- Haghighi, M., & Majidi Hatkhe Loei, S. (2023). Localization of modern structures: A foundation for sustainable rural tourism development in Mazandaran with a focus on ecotourism accommodations. *Environmental Sciences and Technology*. (In Persian)
- Hajt Shamami, S., & Javan, F. (2022). Ecotourism and rural environmental sustainability in Roodbar County. *Journal of Green Development Management Studies*, 1(2), 59-72. doi:10.22077/jgmd.2023.6082.1018 (In Persian)
- Heidari Chianeh, R. (2010). Foundations of tourism industry planning. *Tehran: SMT Publications*. (In Persian)
- Karimi, F., & Zahedi Kiyan, M. (2011). Determination of economic investment indices for optimal allocation of facilities to the tourism industry under uncertainty. *Economic Research and Policies*, 19(59), 151-174. Retrieved from <http://qjerp.ir/article-1-198-fa.html> (In Persian)
- Korkuna, O., Korkuna, I., & Kulyk, O. (2020). Green tourism as a factor of development of United Territorial Communities in Ukraine. *Economic and Regional Studies/Studia Ekonomiczne i Regionalne*, 13(1), 126-136. DOI: 10.2478/ers-2020-0009
- Lehonian, R., Dana Saleh, M., & Manoochery, S. (2023). Analysis of development conditions and effective performance of ecotourism accommodations in rural areas around Zarivar Lake, Marivan County, based on a systematic tourism management approach. *Geography and Environmental Planning*, 34(4), 43-68. doi:10.22108/gep.2023.134860.1539 (In Persian)
- Mirzaei, R., & Rezaei, N. (2017). Segmentation of special cultural event markets based on visitor motivations. *Modern Marketing Research*, 7(24), 93-114. doi:10.22108/nmrj.2017.21453 (In Persian)
- Mohammadi Garfami, A., Timour, A., & Ghareishi Minabadi, M. (2022). Analysis of the role of ecotourism accommodations in the economy of villages in Rasht County. *Geographical Engineering of Territories*, 6(2), 487-505. doi:20.1001.1.25381490.1401.6.12.4.3 (In Persian)



- Mousavi, Z. S., Ali Rezaei, A., Shah Mansouri, A., & Alizadeh, M. (2022). Identification of factors influencing the development of rural chain businesses: A case study of selected villages in Kashan County. *Studies in Human Settlements Planning*, 16(3), 649-666. doi:20.1001.1.25385968.1400.16.3.14.1 (In Persian)
- Neupane, R., KC, A., Aryal, M., & Rijal, K. (2021). Status of ecotourism in Nepal: a case of Bhadaure-Tamagi village of Panchase area. *Environment. Development and Sustainability*, 23(11):15897-15920. doi: 10.1007/s10668-021-01317-z.
- Papoli Yazdi, M. H., & Saghayi, M. (2006). Tourism (Nature and Concepts). *Tehran: SMT Publications.* (In Persian)
- Pashazadeh, M., Nazemfar, H., & Ezzatpanah, B. (2018). The role of historical-cultural sites in tourism development: A case study of Shams Tabrizi Shrine in Khoi City. *Quarterly Journal of Geography and Regional Planning*, 9(1), 319-331. doi:20.1001.1.22286462.1397.9.1.19.9 (In Persian)
- Respati, A., Purwanto, E., Santoso, S., & Handayani, I. G.A.K.R. (2017). The Reconstruction of Ecotourism Model Based on Resources and Local Wisdom. *International Journal of Business, Economics and Law*, 13(4), 138-143. <https://ijbel.com/wp-content/uploads/2017/10/LAW-214.pdf>
- Sadeghi, H., & Koravand, H. (2022). Analysis of green tourism indicators in Kohrang region. *Journal of Green Development Management Studies*, 1(1), 33-46. doi:10.22077/jgmd.2022.5653.1004 (In Persian)
- Saei, A., Naeini, M., & Rezaei, M. (2010). Relationship between advertising and attracting cultural tourists in Iran: A case study of foreign cultural tourists in Isfahan. *Historical Sociology*, 2(4), 69-94. Retrieved from <http://jhs.modares.ac.ir/article-25-6462-fa.html> (In Persian)
- Salmani, M., & Ahmadian, M. (2022). Trends in Iran's tourism industry. *Strategic Management and Futures Studies*, 5(1), 45-73. Retrieved from https://journal.tolouemehr.ac.ir/article_154802.html (In Persian)
- Shams, M., & Aminei, N. (2009). Evaluation of the Iranian cultural index and its impact on tourism development. *New Perspectives in Human Geography (Human Geography)*, 1(4), 81-93. Retrieved from <https://www.sid.ir/paper/177058/fa> (In Persian)
- Tran, A. H., & Xuan, H. N. (2021). Green tourism-sustainable tourism development in Phu Quoc Island district. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 8(1), 21-24. file:///C:/Users/Only%20Allah/Downloads/MINHCHNGBONN2.pdf
- Wu, S.T., Chiu, C.H., & Chen, Y.S. (2019). An evaluation of recreational benefits and tribal tourism development for aboriginal villages after post-disaster reconstruction-a case study of Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(2), 136-149. DOI:10.1080/10941665.2018.1556710
- Yaghfour, H., Eskandari sani, A., & Akbari, F. (2013). The role of historical texture in enhancing urban competitiveness components: A case study of Birjand City. *Spatial Planning*, 3(7), 63-84. doi:10.22108/sppl.2017.106274.1111 (In Persian)