



Making of effective solution to achieve sustainable business based on the function of Ecotourism

Leila Avazpour¹  | Mehdi Ghorbani² 

1. Department of Reclamation of Arid and Mountainous Regions, Faculty of Natural Resources, University of Tehran, Iran. E-mail: leila.avazpour@ut.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Reclamation of Arid and Mountainous Regions, Faculty of Natural Resources, University of Tehran, Iran. E-mail: mehghorbani@ut.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Ecosystem is a platform for economic and social development and in fact a support for sustainable production in any society, so that its exploitation is essential and unavoidable. One of the important subdivisions of ecosystems is pastures. The management and development of tourism in pastures can reduce the pressure on the rangeland by creating and improving the livelihood of the beneficiaries. Based on this, the purpose of this research is to formulate a solution to achieve sustainability in the pastures of Derkash village, Maneh and Samalghan counties, Razavi Khorasan province. First, by filling out the letter and interviewing the local stakeholders (135 of the tourist areas), the requirements for the formulation of direct standards were converted using the simple random sampling method in collecting people. In the next stage, the questionnaire was completed and in the form of a SWOT questionnaire, it was placed at the disposal of 45 experts and experts related to the exploitation of pastures, so that coefficients and scoring can be done by them. SWOT analysis was used to formulate strategies for achieving sustainable tourism, and finally the extracted strategies were prioritized by the QSPM matrix. The results showed that the cases of "advertising to attract tourists and registration of accommodation in online sites for booking, implementation of the standards considered by tourists (especially parking), creation of handicraft markets and village products (such as honey) to create supplementary income for interest vector and cultural and social education of the residents of some villages to accept and attract tourists are the first to fourth priorities in order to achieve sustainable tourism in the pastures of the studied area.
Article history: Received 20 December 2022 Received in revised form 12 February 2023 Accepted 18 February 2023 Published online 22 June 2023	
Keywords: <i>Sustainable Entrepreneurship,</i> <i>Ecotourism,</i> <i>Ecosystem Services,</i> <i>Mane and Samalqan.</i>	

Cite this article: Avazpour, L., & Ghorbani, M. (2023). Making of effective solution to achieve sustainable business based on the function of Ecotourism. *Journal Natural Environment*, 76 (2), 259-269. DOI: <http://doi.org/10.22059/jne.2022.349828.2481>



تدوین راهکارهای مؤثر در دستیابی به کسب و کار پایدار مبتنی بر کارکرد گردشگری مراتع

لیلا عوض پور^۱ | مهدی قربانی^۲ ✉

۱. گروه احیاء مناطق خشک و کوهستانی، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: leila.avazpour@ut.ac.ir
 ۲. نویسنده مسئول، گروه احیاء مناطق خشک و کوهستانی، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه تهران، کرج، ایران. رایانامه: mehghorbani@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	اکوسیستم بستری برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و در حقیقت پستوانه‌ای برای تولید پایدار در هر جامعه‌ای است، به طوری که بهره‌برداری اصولی از آن امری ضروری و اجتناب ناپذیر می‌باشد. یکی از زیربخش‌های مهم اکوسیستم-ها، مراتع است. مدیریت و توسعه گردشگری در مراتع می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال و بهبود معیشت بهره‌برداران از فشار وارد بر مرتع بکاهد. بر این اساس، هدف از تحقیق حاضر تدوین راهکارهای مؤثر در دستیابی به گردشگری پایدار در مراتع روستای درکش از توابع شهرستان مانه و سملقان استان خراسان رضوی می‌باشد. ابتدا با تکمیل پرسشنامه و مصاحبه مستقیم با ذی‌نفعان محلی (۱۳۵ نفر از گردشگران منطقه)، داده‌های مورد نیاز برای تدوین راهکارهای پایداری با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در دسترس جمع‌آوری گردید. در مرحله بعدی پرسشنامه تکمیل‌تر گردیده و در قالب پرسشنامه سوات (SWOT)، در اختیار ۴۵ نفر از خبرگان و کارشناسان مرتبط با بهره‌برداری از مراتع قرار گرفته تا ضریب‌دهی و نمره‌دهی توسط آنان انجام شود. جهت تدوین راهکارهای دستیابی به گردشگری پایدار از تحلیل SWOT استفاده شد و در نهایت راهکارهای استخراجی توسط ماتریس QSPM اولویت‌بندی گردید. نتایج نشان داد که موارد "تبلیغ برای جذب گردشگر و ثبت اقامتگاه در سایت‌های آنلاین جهت رزرو، اجرای استانداردهای مدنظر گردشگران (به‌ویژه پارکینگ)، ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی و محصولات روستا (مانند عسل) جهت ایجاد درآمد مکمل برای بهره‌بردار و آموزش‌های فرهنگی و اجتماعی ساکنان برخی روستاها برای پذیرش و جذب گردشگر" به ترتیب اولویت‌های اول تا چهارم در دستیابی به گردشگری پایدار در مراتع منطقه مورد مطالعه می‌باشند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۹/۲۹	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۱۱/۲۳	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۱۱/۲۹	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۴/۰۱	
کلیدواژه‌ها: کارآفرینی پایدار، گردشگری، خدمات اکوسیستم، مانه و سملقان.	

استناد: عوض پور، لیلا؛ و قربانی، مهدی (۱۴۰۲). تدوین راهکارهای مؤثر در دستیابی به کسب و کار پایدار مبتنی بر کارکرد گردشگری مراتع. محیط زیست طبیعی، ۷۶ (۲)، ۲۶۹-۲۵۹.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jne.2023.352759.2510>



© نویسندگان.

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

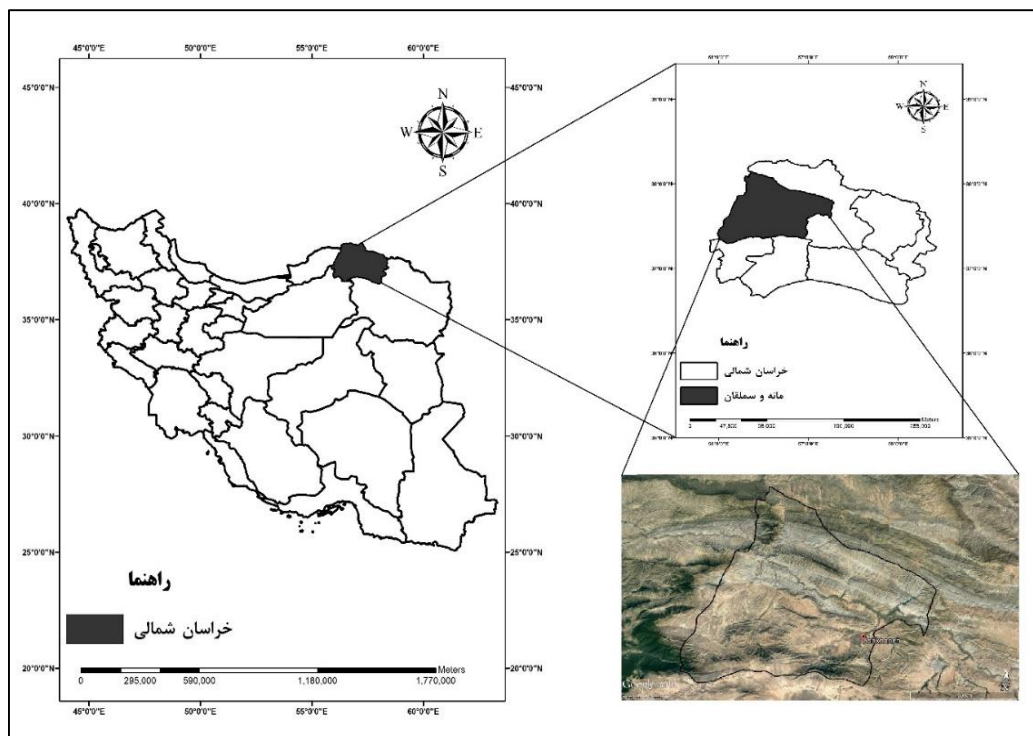
صنعت گردشگری با ویژگی‌های خاص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود. سرمایه‌گذاری در این صنعت در تمام کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری روبه افزایش است. صنعت گردشگری امروزه در ردیف صنایع‌های پاک، کم هزینه و پر درآمد دنیا قرار دارد و از هر ۱۵ نفر شاغل در سطح دنیا یک نفر در این بخش فعال می‌باشند (Papatheodorou and Haiyan, 2005). ایران از جنبه جاذبه‌های گردشگری، دارای تنوع اقلیمی بسیار مناسبی است و از نظر آثار باستانی، مناطق تفریحی و زیبایی‌های طبیعی با کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری برابری می‌کند. همچنین، از لحاظ بناها و آثار تاریخی، جزء ۹ کشور نخست دنیا و از لحاظ جاذبه‌های اکوتوریسمی در میان ۱۰ کشور برتر دنیا قرار دارد که این امر نشان‌دهنده استعداد و قابلیت زیاد کشور در جهت رشد و توسعه صنعت گردشگری است (Zarei et al., 2012).

یکی از راهبردهایی که امروزه در بسیاری از کشورهای جهان برای رشد و توسعه مناطق روستایی به آن توجه می‌شود، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی طبیعی یا اکوتوریسم می‌باشد. با توجه به تأثیر شگرف اکوتوریسم در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جوامع امروز، باید با نظری بلند و مدیریتی آگاهانه و عالمانه و با برنامه‌ریزی درست، در جهت گسترش آن تلاش کرد و آثار منفی آن را به حداقل رساند (Sadeghi and Jadiri Abbasi, 2015). پیچیدگی و تراکم موجود در زندگی شهری، عده زیادی از مردم را متوجه طبیعت می‌کند و در این میان، مناطقی که دارای توان‌های طبیعی با ارزش‌تری باشند بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند و موجب شکل گرفتن جریان‌های گردشگری به‌منظور بهره‌برداری از آرامش و زیبایی طبیعت می‌گردند.

همان‌گونه که در بالا ذکر شد، یکی از انواع مختلف گردشگری اکوتوریسم یا گردشگری طبیعت محور است که از دهه ۱۷۵۴ وارد ادبیات جهان شد. در این نوع گردشگری، گردشگران به بازدید از مناطق طبیعی می‌پردازند (Andereck, 2009). بر اساس آمار انجمن بین‌المللی اکوتوریسم، رشد جهانی سالانه اکوتوریسم، سه برابر رشد متوسط گردشگری بوده است. این بخش حدود ۳۴ درصد از بازار جهانی گردشگری را تشکیل می‌دهد (Najjarzadeh et al., 2017).

مراتع یکی از منابعی است که امروزه توجه برنامه‌ریزان در امر گردشگری طبیعت محور را بیش از پیش به خود جلب کرده است (Motamedi Barabadi et al., 2020). مدیریت و توسعه گردشگری در مراتع می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال و بهبود معیشت بهره‌برداران از فشار وارد بر مرتع بکاهد. در حقیقت، یکی از بهترین راه‌ها برای افزایش پایداری مراتع تمرکز بر کارکرد گردشگری در عرصه‌های مرتعی است، گردشگران با داشتن رفتاری محیط دوستانه در مکان مورد بازدید نقش مهمی در کاهش اثرات مخرب مراتع دارند (Juvan and Dolnicar, 2016). به دلیل اثرات چشم‌گیری که فعالیت‌های گردشگری در اقتصاد مناطق پذیرنده گردشگران بر جای می‌گذارد، توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت در جهت بهبود وضعیت اقتصادی این افراد و توانمندسازی آن‌ها معطوف می‌گردد (Latifinia et al., 2022).

دستور کار سازمان بین‌المللی کار در سال‌های پس از ۲۰۱۵، ایجاد فرصت‌های کسب و کار برای گروه‌های کم درآمد است و اقتصاد جهانی باید به این سمت حرکت کند (Schoneveld, 2020). نگرانی‌ها برای مدیریت منابع طبیعی و اکوسیستم‌های مربوط به آن، در سراسر جهان، در حال افزایش است. پیشرفت‌های محیط زیستی، کسب و کارها و مشاغل را به این سمت سوق داده‌اند که برای کاهش اثرات منفی در محیط زیست و اکوسیستم گام بردارند و کسب و کارها باید در راستای حفظ محیط زیست و اکوسیستم حرکت نمایند (Lahti et al., 2018; Barros et al., 2021). پایداری و حفظ اکوسیستم‌های طبیعی، جایگاهی مهم‌تری نسبت به گذشته در مدل ذهنی و زبان و گفتمان انسان‌ها پیدا کرده است. در این زمینه، کسب و کارهای مرتبط با مراتع نیز باید سازگار با طبیعت باشند از سوی دیگر ایجاد فرصت‌های شغلی، به سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی پایدار، وابسته است و یکی از مهم‌ترین شرط‌های رشد پایدار اقتصادی، و تحقق سرمایه‌گذاری‌های مولد، وجود کسب و کار پایدار، کم هزینه و آسان است (Midari et al, 2013). اهدافی که در کسب و کار پایدار دنبال می‌شود اثرات مثبتی را بر روی هر دو مورد بالا ایجاد خواهد کرد. هنگامی که کسب و کار ایجاد شده، نتواند پایدار باشد عکس این اتفاق خواهد افتاد و تخریب منابع طبیعی یا اکوسیستم، نابرابری و بی عدالتی اجتماعی اتفاق خواهد افتاد (Ahammad et al, 2021). علت آنکه پایداری کسب و کار مهم است آن است که پایداری می‌تواند موفقیت کسب و کار را به همراه داشته باشد (Midri et al, 2013). کسب و کار پایدار، شغلی است که در آن سودآوری، توجه به محیط زیست و اکوسیستم، تعهد اجتماعی با هم‌همانگ باشند. ایجاد یک کسب کار پایدار استفاده اقتصادی



شکل ۱. معرفی منطقه مورد مطالعه در استان و کشور

از منابع و اکوسیستم و در عین حال کاهش هر گونه تأثیر منفی بر محیط زیست است. علاوه بر تولید و مصرف پایدار، کارایی بیشتر، به حداکثر رساندن اثرات مثبت و به حداقل رساندن اثرات منفی بر منابع طبیعی، از مزایای کسب و کار پایدار است (Atkinson, 2012).

از گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه در جوامع یاد می‌شود. تحقق حضور بیست میلیون گردشگر و اشتغال‌زایی حدود ۶/۵ میلیون نفری این بخش مطابق چشم‌انداز بیست ساله و افق ایران ۱۴۰۴، منوط به استفاده از تمامی جنبه‌ها و جاذبه‌های گردشگری کشور است (Shafiei and Mohammadi, 2014). گردشگری در مراتع به عنوان شکل خاصی از گردشگری در صورتی که با مدنظر قرار دادن ویژگی‌ها، نیازها و مسائل طبیعی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی در کنار مدنظر قرار دادن خواسته‌های گردشگران، به درستی برنامه‌ریزی و ساماندهی شود، قادر است بخش عمده‌ای از مشکلات اقتصادی جامعه بهره‌بردار از مراتع کشور را مرتفع سازد (Ghaffari and Torki, 2009). بر این اساس هدف از تحقیق حاضر، تدوین راهکارهای دستیابی به کسب و کار پایدار مبتنی بر کارکرد گردشگری مراتع به منظور ایجاد اشتغال و بهبود معیشت بهره‌برداران و کاهش فشار وارد بر مرتع در روستای درکش از توابع شهرستان مانه و سملقان استان خراسان شمالی می‌باشد.

روش‌شناسی پژوهش

معرفی منطقه مورد مطالعه: استان خراسان شمالی بین مدارهای $36^{\circ} 42'$ و $38^{\circ} 14'$ شمالی و نصف‌النهارهای $56^{\circ} 31'$ و $58^{\circ} 30'$ شرقی در شمال شرقی ایران واقع شده است (شکل ۱). شهرستان مانه و سملقان از لحاظ وسعت، با 6053 کیلومتر مربع، 21 درصد کل استان خراسان شمالی را به خود اختصاص می‌دهد و به لحاظ جمعیت چهارمین شهرستان پرجمعیت استان خراسان شمالی می‌باشد و دارای 136 روستای دارای سکنه و 50 روستای خالی از سکنه می‌باشد. میانگین بارندگی سالانه شهرستان مانه و سملقان $295/2$ میلی‌متر، میانگین دمای سالانه $15/9$ درجه سانتی‌گراد و اقلیم منطقه طبق روش دومارتن به صورت نیمه‌خشک سرد می‌باشد. روستای درکش از توابع بخش مرکزی و دهستان حومه شهرستان مانه و سملقان می‌باشد که به دلیل جاذبه‌های طبیعی نظیر چشمه‌های فراوان، مراتع سرسبز، آبشارهای زیبا و آب و هوای مطبوع از دیرباز مقصد گردشگران زیادی حتی از شهرستان‌های مجاور بوده است. دامداری در کنار باغداری و کشاورزی شغل اصلی مردم روستای درکش است. نظام بهره‌برداری

از مراتع این منطقه به صورت مشاعی می‌باشد که براساس این پروانه تمام بهره‌برداران هر سامان عرفی به صورت مشترک حق برداشت از مراتع را خواهند داشت. وسعت مراتع شهرستان ۳۱۰۲۵۴ هکتار و نوع دام غالب منطقه، گوسفند نژاد کردی کرمانج می‌باشد (Avazpour, 2021).

روش کار: جهت دستیابی به راهکارهای پایداری در کارکرد گردشگری مراتع در منطقه هدف، ابتدا تحلیل SWOT^۱ انجام و راهکارهای مرتبط با کسب و کار ذکر شده ارائه گردید. جهت انجام کار از دو دسته پرسشنامه استفاده گردید؛ دسته اول گردشگران مراتع که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در دسترس تعداد ۱۳۵ نفر انتخاب و پرسشنامه مربوطه تکمیل گردید. دسته دوم نخبگان و کارشناسان مرتبط با بحث گردشگری شهرستان که شامل ۴۵ نفر بودند، به روش تمام شماری انتخاب گردیدند. روایی پرسشنامه با استفاده از دیدگاه‌ها و پیشنهادهای کارشناسان و اعضای هیئت علمی رشته‌های ترویج و توسعه روستایی دانشکده کشاورزی دانشگاه تهران به دست آمد. برای برآورد پایایی ابزار پژوهش با انجام مطالعه مقدماتی (۳۰ پرسشنامه خارج از جامعه اصلی) و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ به دست آمد (ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۱٪). لازم به ذکر است که برای استخراج نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، در مرحله اول، از پرسشنامه‌هایی که از کنشگران (گردشگران مراتع) تکمیل شده بود، کمک گرفته شده است و در مرحله دوم، محقق به کمک بررسی وضع موجود، این نقاط (به ویژه نقاط فرصت و تهدید) را تکمیل تر نموده و سپس در قالب پرسشنامه سوات (SWOT)، در اختیار کارشناسان مرتبط قرار گرفته تا ضریب‌دهی و نمره‌دهی توسط آنان انجام شود. در روش تحلیل سوات، پرسشنامه بایستی توسط کارشناسان مربوط به حوزه تحقیق، تکمیل گردد و سپس از نظرات آنان میانگین‌گیری انجام شود. با توجه به حوزه تحقیق از کارشناسان ذیل کمک گرفته شد؛

کارشناسان اداره امور مراتع در مدیریت آبخیزداری و منابع طبیعی شهرستان، کارشناس مدیریت کارآفرینی و اشتغال در اداره کار، تعاون و رفاه اجتماعی شهرستان، کارشناس گردشگری و سرمایه‌گذاری در اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان.

در مرحله بعد اولویت‌بندی راهکارهای استخراجی انجام گردید؛ یکی از روش‌ها و تکنیک‌های اولویت‌بندی، استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی یا QSPM می‌باشد. در این روش که در بسیاری از پژوهش‌های مربوط به مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی مورد استفاده قرار می‌گیرد، مشخص می‌گردد که کدام یک از راهکارهای انتخاب شده از طریق تحلیل SWOT امکان‌پذیر می‌باشد و در واقع این ماتریس، راهکارها و راهبردهای استخراجی را اولویت‌بندی می‌نماید. این ماتریس از اطلاعات به دست آمده در مراحل مختلف مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی استفاده نموده و مانند سایر روش‌های راهبردی نیازمند قضاوت خوب، خیرگی و آگاهی است. ماتریس QSPM برای ارزیابی امکان‌پذیری و پایداری راهکارهای پیشنهادی در مواجهه با شرایط محیطی و وضع موجود می‌باشد. در صورتی که در این ماتریس یک راهکار، توانایی مواجهه با شرایط درونی و بیرونی را نداشته باشد، باید از فهرست راهکارهای قابل اولویت‌بندی خارج شود.

یافته‌های پژوهش

مرحله اول: ارزیابی عوامل خارجی (EFE^۲) و داخلی (IFE^۳): همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، طبق پرسشنامه تکمیل شده از کارشناسان در مورد تأسیس اقامتگاه بوم‌گردی، باید گفت که، در مجموع ۵ قوت در برابر ۴ ضعف و ۴ فرصت در برابر ۵ تهدید قرار گرفت که در این روستاها دو تهدید آخر وجود ندارد و در واقع ۴ فرصت در مقابل ۳ تهدید قرار دارد. می‌توان گفت ۹ قوت و فرصت به‌عنوان مزیت و ۷ ضعف و تهدید، به‌عنوان محدودیت و تنگنای پیش روی توسعه کسب و کار اقامتگاه بوم‌گردی در این روستا، شناسایی شد. طبق ماتریس عوامل داخلی مؤلفه S2 یعنی «وجود زمین کافی برای احداث اقامتگاه بوم‌گردی در این روستا» با امتیاز نهایی ۰/۴۷۱ به‌عنوان مهم‌ترین نقاط قوت قرار دارد. در میان عوامل مورد بررسی در نقاط ضعف مؤلفه W3 یعنی «عدم وجود مهارت کافی در بین افراد روستا در حوزه این شغل»، با امتیاز نهایی ۰/۲۳۵ مهم‌ترین نقاط ضعف

^۱Strengths Weaknesses Opportunity Threat

^۲External Factors Evaluation

^۳Internal Factors Evaluation

جدول ۱. SWOT واحد اقامتگاه بوم‌گردی به‌عنوان کسب و کار مناسب برای بهره‌برداران مرتع در روستای درکش

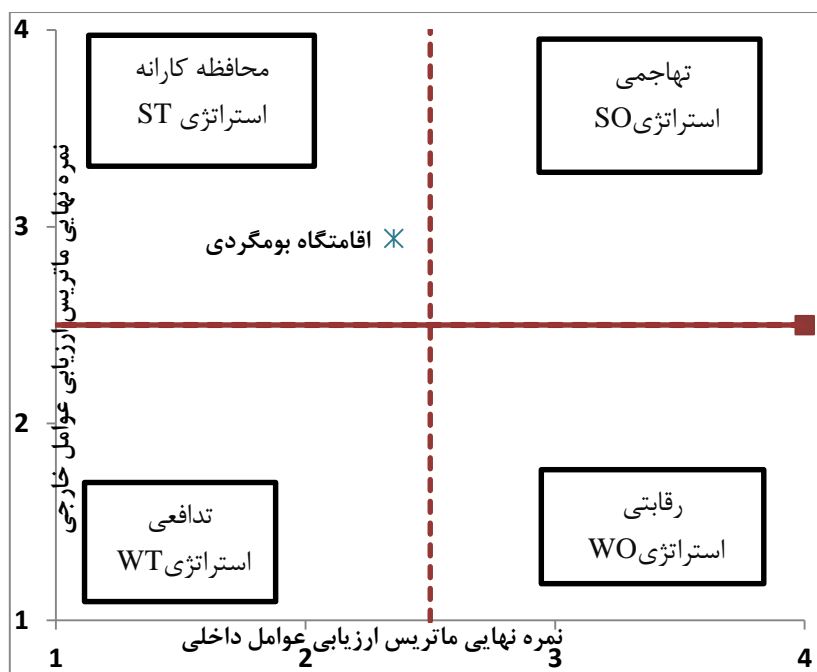
نمره نهایی	نمره	نرمال ضریب	ضریب	شرح	
۰/۳۹۷	۳	۰/۱۳۲	۹۰	S1: وجود نرخ بازده داخلی مناسب (IRR) در تأسیس اقامتگاه بوم‌گردی	نقاط قوت
۰/۴۷۱	۴	۰/۱۱۸	۸۰	S2: وجود زمین کافی برای احداث اقامتگاه بوم‌گردی در روستا	
۰/۳۵۳	۳	۰/۱۱۸	۸۰	S3: وجود خانه‌های قدیمی و مستعد برای تبدیل شدن به اقامتگاه بوم‌گردی	
۰/۲۲۱	۳	۰/۰۷۴	۵۰	S4: امکان ایجاد واحد ارائه و فروش صنایع دستی در اقامتگاه	
۰/۲۲۱	۳	۰/۰۷۴	۵۰	S5: امکان ایجاد واحد ارائه خدمات تور طبیعت‌گردی در اقامتگاه	
۰/۱۷۶	۲	۰/۰۸۸	۶۰	W1: وجود نرخ بازگشت سرمایه (ROI) طولانی‌تر نسبت به سایر کسب و کارهای مرتبط با مرتع	نقاط ضعف
۰/۱۳۲	۱	۰/۱۳۲	۹۰	W2: عدم وجود سرمایه کافی در بین روستاییان برای تأسیس اقامتگاه	
۰/۲۳۵	۲	۰/۱۱۸	۸۰	W3: عدم وجود مهارت کافی در بین افراد روستا در حوزه این شغل	
۰/۱۴۷	۱	۰/۱۴۷	۱۰۰	W4: نبود فضای کافی برای پارکینگ گردشگران در روستا	
۲/۳۵	-	۱/۰۰	۶۸۰		جمع
۰/۵۹۷	۴	۰/۱۴۹	۱۰۰	O1: استقبال عمومی برای اسکان اقامتگاه بوم‌گردی در روستاها	فرصت‌ها
۰/۵۹۷	۴	۰/۱۴۹	۱۰۰	O2: وجود مراتع زیبا، آبشار و رودخانه در این روستا و جذب گردشگر	
۰/۵۹۷	۴	۰/۱۴۹	۱۰۰	O3: وجود گردشگران و کوهنوردان در این منطقه و نیاز آنان به اقامت شبانه در روستا	
۰/۵۹۷	۴	۰/۱۴۹	۱۰۰	O4: مناسب بودن جاده روستا و دسترسی مناسب	
۰/۲۹۹	۲	۰/۱۴۹	۱۰۰	T1: عدم چابکی سازمان‌های ذی‌ربط در دریافت مجوزهای لازم	تهدیدها
۰/۱۴۹	۱	۰/۱۴۹	۱۰۰	T2: سخت بودن دریافت تسهیلات بانکی	
۰/۱۰۴	۱	۰/۱۰۴	۷۰	T3: عدم پذیرش گردشگران در محیط روستا به دلایل اجتماعی و فرهنگی	
۰/۰۰۰	۱	۰/۰۰۰	۰	T4: عدم امکان دسترسی اقامتگاه به شبکه گاز	
۰/۰۰۰	۱	۰/۰۰۰	۰	T5: عدم امکان دسترسی اقامتگاه به شبکه آب شرب	
۲/۹۴	-	۱/۰۰	۶۷۰		جمع

می‌باشند. با توجه به اینکه در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی مجموع امتیاز نهایی قوت ۱/۶۶۲ کمتر از مجموع امتیاز نهایی ضعف ۰/۶۹۱ است. در این ماتریس نقاط ضعف اثرگذار بر این کسب و کار، بر نقاط قوت آن غلبه دارد.

مطابق جدول مؤلفه O1 تا O4 با امتیاز نهایی ۰/۵۹۷ مهم‌ترین فرصت‌های پیش روی روستا در زمینه توسعه این کسب و کار است. همچنین مؤلفه T1 یعنی «عدم چابکی سازمان‌های ذی‌ربط در دریافت مجوزهای لازم» با امتیاز نهایی ۰/۲۹۹ مهم‌ترین تهدید پیش روی این کسب و کار است. با توجه به اینکه در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی، مجموع امتیاز نهایی فرصت ۲/۳۸۸ بیشتر از مجموع امتیاز نهایی تهدید ۰/۵۵۲ است. فرصت‌های اثرگذار بر توسعه این کسب و کار بر تهدیدها غلبه دارد. بنابراین می‌توان با بهره‌گیری از فرصت‌ها اثر تهدیدها را کاهش داد. مجموع نمره نهایی عوامل داخلی عدد ۲/۳۵ و خارجی، عدد ۲/۹۴ بوده که در ماتریس IE به ترتیب، عدد مورد نظر بر روی محور افقی و عمودی را مشخص خواهد کرد.

مرحله دوم: تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (IE) و اولویت‌های اجرایی: با توجه به امتیاز نهایی در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، راهکارهای منتخب در سلول‌های ماتریس IE تعیین خواهند شد. با توجه به ماتریس ذیل، کسب و کار تأسیس اقامتگاه بوم‌گردی در قسمت محافظه‌کارانه قرار می‌گیرند که طبق مبانی نظری این روش، با کمک قوت‌های موجود می‌توان اثرات تهدیدهای پیش روی آن کسب و کار را کاهش داد و راه را برای توسعه آن، هموار نمود.

مرحله سوم: تطبیق و تعیین راهکارها: در این مرحله با بررسی عوامل داخلی و نیز تحلیل عوامل محیطی، راهکارهایی به‌منظور بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌ها، تقویت نقاط قوت، کاهش نقاط ضعف و کاهش اثر تهدیدها پیشنهاد می‌شود. بدیهی است برای تعیین راهکارها در این مرحله، نیاز به توانایی تحلیلی کافی وجود دارد. در ادامه، ابتدا توضیح مختصری در مورد نحوه نوشتن راهکارها اشاره می‌شود و سپس راهکارها جهت پایدار نمودن هر کسب و کار، بیان می‌گردد:



شکل ۲. ماتریس IE در کسب و کار بوم گردی برای بهره برداران مرتع در روستای درکش

جدول ۲. راهکارهای محافظه کارانه (ST)، در کسب و کار بوم گردی جهت دستیابی به پایداری شغل

ترکیب عوامل مورد نظر			راهکار
T	S		
T2 T1	S1 S3 S2		تبلیغ برای جذب گردشگر و ثبت اقامتگاه در سایت‌های آنلاین جهت رزرو
T2 T1	S1 S3 S2		اجرای استانداردهای مد نظر گردشگران (به ویژه پارکینگ)
T3	S1 S3 S2		آموزش‌های فرهنگی و اجتماعی ساکنان برخی روستاها برای پذیرش و جذب گردشگر
T2 T3 T1	S5 S4		ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی و محصولات روستا (مانند عسل) جهت ایجاد درآمد مکمل برای بهره بردار

راهکارهای SO: هدف این است که با استفاده از نقاط قوت داخلی در زمینه توسعه کسب و کار در منطقه، از فرصت‌های خارجی حداکثر بهره‌برداری را نمود. معمولاً برای رسیدن به چنین موقعیتی سعی می‌شود در کسب و کار دارایی‌های پایه را تبدیل به شایستگی کلیدی و نتیجتاً مزیت رقابتی نمایند.

راهکارهای WO: گاهی در خارج از سیستم فرصت‌های بسیار مناسبی وجود دارد ولی سیستم به سبب داشتن ضعف‌های داخلی نمی‌تواند از این فرصت‌ها بهره‌برداری نماید. بر این اساس هدف از ارائه راهکارهای WO این است که از مزیت‌های فرصت‌های توسعه، در جهت جبران نقاط ضعف استفاده شود.

راهکارهای WT: همچنین هدف از راهکارهای WT کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدهای ناشی از محیط خارجی است.

راهکارهای ST: راهکارهای ST تلاش دارد به کمک نقاط قوت درونی، اثر تهدیدهای بیرونی را به حداقل برساند.

در ادامه راهکارهای محافظه کارانه (ST)، پیش روی توسعه اقامتگاه بوم گردی، به شرح جدول ذیل است:

در بالا (جدول ۲) راهکارهایی برای هر کسب و کار با توجه به موقعیت راهبردی آن کسب و کار در روستای هدف بیان شد، از سوی دیگر این راهکارها به گونه‌ای نگارش و جهت‌گیری شده‌اند که سبب پایدار بودن آن کسب و کار شده و در واقع بهره‌بردار مرتع را به سمت توانمندسازی و کسب درآمد بیشتر، سوق دهند. حال این سوال مطرح است که کدام یک از این راهکارها می‌تواند در اولویت باشد، بدین منظور، از ماتریس QSPM بهره گرفته شده است تا برای کسب و کار مورد نظر، راهکارها اولویت‌بندی گردد. این ماتریس در مرحله آخر تدوین راهکارها و برای انتخاب و اولویت‌بندی راهکارها بکار گرفته می‌شود. دلیل این امر آن است که

جدول ۳. ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) برای کسب و کار اقامتگاه بوم‌گردی در روستای درکش

شرح		نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب
تولیع برای جذب گردشگر و ثبت اقامتگاه در سایت های آنلاین جهت رزرو	اجرای استانداردهای مد نظر گردشگران (به ویژه پارکینگ)	اجتماعی ساکنان برخی روستاها برای پذیرش و جذب گردشگر	فرهنگی و اجتماعی ساکنان	های آموزش و صنایع دستی و محصولات روستا (مانند عسل) جهت ایجاد درآمد مکمل برداربرای بهره	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب	نمره جذب
S1: وجود نرخ بازده داخلی مناسب (IRR) در تأسیس اقامتگاه بوم‌گردی	۴	۰/۵۴۱	۳	۰/۴۰۵	۲	۰/۲۷۰	۲	۰/۲۷۰	۲
S2: وجود زمین کافی برای احداث اقامتگاه بوم‌گردی در روستا	۳	۰/۳۶۵	۲	۰/۲۴۳	۳	۰/۳۶۵	۳	۰/۳۶۵	۳
S3: وجود خانه‌های قدیمی و مستعد برای تبدیل شدن به اقامتگاه بوم‌گردی	۳	۰/۳۶۵	۲	۰/۲۴۳	۲	۰/۲۴۳	۲	۰/۲۴۳	۲
S4: امکان ایجاد واحد ارائه و فروش صنایع دستی در اقامتگاه	۲	۰/۲۱۶	۲	۰/۲۱۶	۲	۰/۲۱۶	۲	۰/۲۱۶	۲
S5: امکان ایجاد واحد ارائه خدمات تور طبیعت گردی در اقامتگاه	۲	۰/۲۱۶	۲	۰/۲۱۶	۳	۰/۳۲۴	۳	۰/۳۲۴	۳
ضعف‌ها									
W1: وجود نرخ بازگشت سرمایه (ROI) طولانی‌تر نسبت به سایر کسب و کارهای مرتبط با مرتع	۲	۰/۲۴۳	۴	۰/۴۸۶	۱	۰/۱۲۲	۳	۰/۳۶۵	۳
W2: عدم وجود سرمایه کافی در بین روستاییان برای تأسیس اقامتگاه	۳	۰/۲۸۴	۴	۰/۳۷۸	۲	۰/۱۸۹	۲	۰/۱۸۹	۲
W3: عدم وجود مهارت کافی در بین افراد روستا در حوزه این شغل	۳	۰/۲۳۴	۳	۰/۲۴۳	۳	۰/۲۴۳	۲	۰/۱۶۲	۲
W4: نبود فضای کافی برای پارکینگ گردشگران در روستا	۳	۰/۳۲۴	۲	۰/۲۱۶	۲	۰/۲۱۶	۳	۰/۲۳۴	۳
فرصت‌ها									
O1: استقبال عمومی برای اسکان اقامتگاه بوم‌گردی در روستاها	۱	۰/۱۱۴	۲	۰/۲۲۸	۲	۰/۲۲۸	۱	۰/۱۱۴	۱
O2: وجود مراتع زیبا، آبشار و رودخانه در این روستا و جذب گردشگر	۲	۰/۲۵۳	۲	۰/۲۵۳	۳	۰/۳۸۰	۲	۰/۲۵۳	۲
O3: وجود گردشگران و کوهنوردان در این منطقه و نیاز آنان به اقامت شبانه در روستا	۲	۰/۲۲۸	۳	۰/۳۴۲	۲	۰/۲۲۸	۲	۰/۲۲۸	۲
O4: مناسب بودن جاده روستا و دسترسی مناسب	۱	۰/۰۸۹	۱	۰/۰۸۹	۱	۰/۰۸۹	۱	۰/۰۸۹	۱
تهدیدها									
T1: عدم چابکی سازمان‌های ذی‌ربط در دریافت مجوزهای لازم	۳	۰/۳۴۲	۳	۰/۳۴۲	۲	۰/۲۲۸	۳	۰/۳۴۲	۳
T2: سخت بودن دریافت تسهیلات بانکی	۲	۰/۲۰۳	۲	۰/۲۰۳	۲	۰/۲۰۳	۲	۰/۲۰۳	۲
T3: عدم پذیرش گردشگران در محیط روستا به دلایل اجتماعی و فرهنگی	۳	۰/۳۴۲	۲	۰/۲۲۸	۴	۰/۴۵۶	۳	۰/۳۴۲	۳
T4: عدم وجود شبکه گاز	۳	۰/۳۴۲	۲	۰/۲۲۸	۲	۰/۲۲۸	۳	۰/۳۴۲	۳
T5: عدم وجود شبکه آب شرب	۳	۰/۳۴۲	۳	۰/۳۴۲	۳	۰/۳۴۲	۳	۰/۳۴۲	۳
جمع نمرات جذابیت									
اولویت هر یک از راهکارها									
۳ ۴ ۲ ۱ -									

معمولاً ممکن است برای موضوع مورد تحقیق، بیش از یک گزینه راهکار تدوین شده باشد. این ماتریس گزینه‌های مختلف راهکار را بر حسب نمره جذابیت آن‌ها اولویت‌بندی می‌کند بنابراین به برنامه‌ریزان و جامعه هدف، نشان می‌دهد که در اجرا باید ابتدا به کدام راهکار توجه کنند. برای تکمیل این ماتریس و به دست آوردن اولویت‌های راهکارها، باید مراحل زیر طی شود:

۱- عوامل اصلی داخلی و خارجی (بر حسب ماتریس SWOT) در سمت راست جدول نوشته می‌شود.

۲- به عوامل وزن داده شود.

- ۳- گزینه‌های راهکارها در جای خود (بالای جدول) نوشته شوند.
- ۴- برای دادن نمره‌ی جذابیت برای هر عامل باید سؤال کرد که: آیا این عامل در فرآیند انتخاب راهکارها نقشی عمده دارد یا خیر؟ و سپس بر مبنای رویه‌ی زیر نمره‌ی جذابیت را برای هر عامل اختصاص داد.
- ۱: بدون جذابیت؛ ۲: تا حدی جذاب؛ ۳: دارای جذابیت معقول و ۴: بسیار جذاب
- ۵- جمع وزنی نمرات جذابیت محاسبه شود و مجموع به دست آید. هر راهکاری که بالاترین نمره‌ی جذابیت را کسب کرده باشد، اولویت اول بوده و بقیه‌ی گزینه‌های راهکاری، به ترتیب نمره‌ی نهایی جذابیت، در اولویت‌های بعد قرار می‌گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه و آمارهای به دست آمده به طور کلی وضعیت خوبی را نشان نمی‌دهد. مردم از درآمد فعلی (با وجود جاذبه‌های گردشگری زیاد در منطقه) رضایت خوبی ندارند. اغلب شغل خود را وابسته به گردشگری نمی‌دانند. از طرفی، وضعیت گردشگری را رو به رشد ارزیابی نمی‌کنند. داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد طی سال‌های اخیر درآمد اهالی از گردشگری تغییرات مثبتی نداشته است. پاسخ‌دهندگان معتقدند که گردشگری شغل‌های جدیدی برای مردم ایجاد نکرده است و در کارآفرینی موفقیت قابل ملاحظه‌ای ایجاد نشده است. خدمات عمومی و زیربنایی که حاصل توسعه‌ی وضعیت اقتصادی و فرهنگی هر جامعه‌ای است، در اثر گردشگری در منطقه مورد مطالعه موفقیت چشمگیری را نشان نمی‌دهد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که توسعه‌ی گردشگری و ایجاد اشتغال پایدار برای اهالی روستای درکش، از طریق بهبود کسب و کار امکان‌پذیر است. بر این اساس، در تحقیق حاضر به تدوین راهکارهای مؤثر در دستیابی به کسب و کار پایدار مبتنی بر گردشگری طبیعت محور در جهت توانمندسازی بهره‌برداران مرتعی پرداخته شده است. در مطالعات مختلف (Brown et al., 2008; Rigg, 2009; Karimi and Karami Dehkordi, 2015) به ضرورت بهره‌برداری از مراتع در جهت اشتغال و توانمندسازی بهره‌برداران مرتعی پرداخته شده است. راهکارها به گونه‌ای تدوین گردید که کسب و کار پایدار را برای بهره‌بردار مرتع به همراه داشته باشد، چرا که معیشت مناسب بهره‌بردار و همراهی او در حفظ منابع طبیعی، هنگامی خواهد بود که شغل وی پایدار بوده و سود حاصل از کسب و کارش، هزینه‌های زندگی‌اش را پوشش دهد و رضایت او را به همراه داشته باشد. این مسئله در مطالعات (Drolet, 2010; Rigi et al., 2019; Wondirad et al., 2020; Claire et al., 2020) نیز اشاره شده است.

بر این اساس نتایج این مطالعه و طی مصاحبه با مالکان کسب و کار گردشگری در روستای درکش و پس از تکمیل پرسشنامه، راهکارهای زیر از نظر این افراد پیشنهاد گردید که شامل موارد زیر می‌باشد:

- ۱- تبلیغ برای جذب گردشگر و ثبت اقامتگاه در سایت‌های آنلاین جهت رزرو
- ۲- اجرای استانداردهای مد نظر گردشگران (به‌ویژه پارکینگ)
- ۳- ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی و محصولات روستا (مانند عسل) جهت ایجاد درآمد مکمل برای بهره‌بردار
- ۴- آموزش‌های فرهنگی و اجتماعی ساکنان روستا برای پذیرش و جذب گردشگر

اما باید به این نکته توجه داشت که در ایجاد کسب و کار گردشگری علاوه بر موارد مطرح شده، ویژگی‌های فردی و اجتماعی همچون روحیه و اندیشه‌ی کارآفرینانه و وجود نیروی کار مناسب، عامل اقتصادی مثل وجود سرمایه‌ی مالی کافی، وام‌های کم‌بهره، یارانه‌های دولتی، حمایت‌های بیمه‌ای و مشاوره‌ای و ... از پایه‌های اساسی برای شکل‌گیری کسب و کار بوده و به دنبال آن فراهم بودن شرایط محیطی و نهادی نیز می‌تواند تقویت‌کننده‌ی این امر باشد تا روستاییان علاقه‌مند و دارای روحیه‌ی کارآفرینی بتوانند ایفای نقش کرده و ظرفیت‌های خود را برای کسب و کار گردشگری بکار گیرند. در همین زمینه، تحقیقات انجام شده نیز مؤید این مطلب است؛ (Faraji et al., 2014; Kaviani et al., 2018). در خصوص راهکار جذب گردشگر از طریق تبلیغات Saei و همکاران (۲۰۱۰) در تحقیق خود بیان نمودند که صنعت تبلیغات در ایران نتوانسته است آن‌طور که باید و شاید در جذب گردشگر نقش زیادی ایفا نماید و تبلیغات تأثیر چندانی در جذب گردشگر نخواهد داشت که با نتایج تحقیق حاضر مغایرت داشته است. در زمینه‌ی راهکار اجرای استانداردهای مد نظر گردشگران، Farhadi و Imani (۲۰۲۰) بیان نمودند که بهبود زیرساخت‌های گردشگری باعث افزایش رضایت گردشگر و مطلوبیت تصویر مقصد به صورت مستقیم و افزایش وفاداری در گردشگر به صورت غیرمستقیم می‌شود

که با راهکار ارائه شده در تحقیق هم‌خوانی دارد. همچنین در مورد راهکار ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی و محصولات روستا، Hosseini Kalkuh و Habibi (۲۰۱۵) در تحقیق خود بیان نمودند که ایجاد بازارچه‌های صنایع دستی برای تداوم حیات صنعت گردشگری لازم و ضروری بوده و احداث بازارچه‌های صنایع دستی در روستا را یکی از مؤلفه‌های تأثیرگذار بر روند افزایش گردشگر و توسعه گردشگری بیان نمودند. در مورد راهکار آموزش‌های فرهنگی و اجتماعی ساکنان روستا در جهت جذب گردشگر در مطالعات مختلف (Morovvat *et al.*, 2017; Akbari and Abu Nuri, 2014) نیز شاخص فرهنگی و اجتماعی را یکی از مهم‌ترین شاخص‌ها در جذب گردشگر بیان نمودند که با نتایج تحقیق هم‌خوانی داشته است.

در نهایت پیشنهاد عملیاتی در کسب و کار اقامتگاه بوم‌گردی برای ایجاد پایداری در کسب و کار تدوین گردید که، شامل: (۱) کسب مجوزهای لازم برای تبلیغ اقامتگاه و انجام بازاریابی برای جذب گردشگر، انعقاد قرارداد با فروشگاه‌ها برای تأمین هزینه‌های جاری اقامتگاه

(۲) نظرسنجی از گردشگران روستا برای تأمین رضایت آنان از اقامت در روستا مانند توجه به تعبیه محل مناسب برای پارکینگ، تعبیه محل مناسب برای محل بازی بچه‌ها، تعبیه تابلوهای راهنما برای مسیرهای گردشگری (۳) افزایش آگاهی‌های جانبی بهره‌بردار از مباحث علمی، طبیعی و جغرافیای روستا جهت ایجاد تور برای گردشگران و ایجاد بازارچه صنایع دستی

(۴) آگاهی‌سازی روستاییان در مورد مزایای حضور گردشگر در روستا و مشارکت دادن روستاییان در مشاغل مورد نیاز اقامتگاه (۵) در انتها پیشنهاد می‌شود که مسئولان و برنامه‌ریزان سیاست‌های حمایتی برای حفاظت از مراتع با تأکید بر مشارکت گردشگران تدوین و اجرا نمایند؛ زیرا مشارکت گردشگران در برنامه‌ها و فعالیت‌های مرتبط با حفاظت باعث عمیق شدن ادراک گردشگران و افزایش نگرانی محیط زیستی آنان می‌گردد، که این امر خود توجه گردشگران را به حفظ مراتع بیشتر می‌کند و به‌عنوان عامل مهمی در جهت بروز رفتارهای حفاظتی مؤثر واقع خواهد شد.

References

- Ahammad, R., Stacey, N., Sunderland, T. 2021. Analysis of forest-related policies for supporting ecosystem services-based forest management in Bangladesh. *Ecosystem Services* 48, 101235.
- Andereck, K.L., 2009. Tourists' perceptions of environmentally responsible innovations at tourism businesses. *Journal of Sustainable Tourism* 17(4), 489-499.
- Atkinson, G., Bateman, I., Mourato, S., 2012. Recent advances in the valuation of ecosystem services and biodiversity, *Oxford Review of Economic Policy*, 28, 22-47.
- Avazpour, L., 2020. Prioritization of sustainable business plans in order to empower rangeland users (Study area: Maneh and Samolghan counties, North Khorasan province), Ph.D Thesis, University of Tehran. 195 p.
- Barros, M.V., Rodrigo, S., Guilherme, F.D.P., Carlos de Francisco. A., Piekarski, C.M., 2021. Circular economy as a driver to sustainable businesses. *Cleaner Environmental Systems*, 2, 100006.
- Brown, P.R., Nelson, R., Jacobs, B., Kokic, P., Tracey, J., Ahmed, M., DeVoi, P., 2010. Enabling natural resource managers to self-assess their adaptive capacity. *Agricultural Systems* 103(8), 562-568.
- Lewis, C.D., Smith, K.F., Jacobs, J.L., Ho, C.K., Leddin, C.M., Malcolm, B., 2020. Using a two-price market value method to value extra pasture DM in different seasons. *Agricultural Systems* 178, 102729.
- Drolet, J., 2010. Women, micro credit and empowerment in Cairo, Egypt. *International Social Work* 54(5), 629-645.
- Faraji Eslbanbar, H., Motiee Langroudi, S.H., Yidolahi Farsi, J., Karimzadeh, H., 2014. Spatial Identification and Analysis of Appropriate Subjects for Entrepreneurship Opportunities in Rural Areas Tourism Case Study of Various Area Villages in Varzaghan, *Journal of Geography* 14(45), 19-46.

- Farhadi yunaki, M., Imani Khosh khu, M.H., 2020. The influence of tourism infrastructure on the level of loyalty of tourists (Case study: Isfahan city). *Tourism and Development Scientific-Research Quarterly* 11(1), 129-142.
- Ghaffari, S.R., Torki Harachgan, M., 2009. The role of tourism in the socio-economic development of rural areas of Chaharmahal and Bakhtiari province: a case study of Saman distric, Rural and Development 12(2), 113-126.
- Juvan, E., Dolnicar, S., 2016. The attitude-behaviour gap in sustainable tourism. *Annals of Tourism Research* 48, 76-95.
- Hosseini Kalkuh, S.A., Habibi, R., 2015. Investigating the effect of marketing mix factors (P4) in increasing tourist attraction (case study: Masoleh historical town), *Tourism Space Quarterly* 4(15), 105-125.
- Karimi, K., & Karami Dehkordi, E. 2015. Exploitation of Pastures and the need to diversify the livelihood of rural households, Case study: Mahenshan city. *Rural research* 6(2), 343-368.
- Lahti, T., Wincent, J., Parida, V., 2018. A definition and theoretical review of the circular economy, value creation, and sustainable business models: where are we now and where should research move in the future?, *Sustainability* 10(8), 2799.
- Latifi nia, A., Malek nia, R., Rahimian, M., 2022. Analyzing the cooperative behavior of tourists in forest protection based on the theory of behavior planned case study: Qala Gol forest area of Khorram Abad city. *Journal of Natural Environment* 75(3), 372-383. (In Persian)
- Midari, A., Nasiri Aghdam, A., Mortazavi far, Z. 2013. Evaluating obstacles to doing business in Zanjan Province, *Journal: Economic Research* 48(3), 129-147.
- Morovat, H., Salem, H., Khadem Nemat allahi, M., 2018. Identifying factors affecting foreign tourism demand. *Quarterly Journal of Economic Research* 18(69), 275-306.
- Motamedi Barabadi, S., Maleknia, R., Shayan, H., & Almeida Garciacutea, F. 2020. Do the demographic factors can predict pro-environmental behavior of ecotourists?. *Journal of Natural Environment* 73(2), 369-382. (In Persian)
- Najjarzadeh, M., Jafari, S., Jafar, N., Rajabi, N., 2018. The Structural Relationship of Environmental Attitude and Environmental Knowledge with Behavioral Intentions: The Mediating Role of Tourist Satisfaction and Perceived Benefit. *Journal of Environmental Education and Sustainable Development* 7(1), 127-142.
- Papatheodorou A., Haiyan S., 2005. International Tourism Forecast: Time Series Analysis of World and Regional Data, *Tourism Economics* 11(1), 11-23.
- Rigg, J., 2006. Land, Farming, Livelihoods, and Poverty: Rethinking the links in the rural south, *World Development* 34(1), 180-202.
- Saeae, A., Vaejei, M., Rezaee, M., 2010. The relationship between advertising and attracting cultural tourists in Iran (Case study of foreign cultural tourists of Isfahan). *Encyclopedia of social Sciences* 1(4), 69-94.
- Sadeghi, S., Jadiri Abbasi, M., 2015. Investigating the infrastructure of the tourism industry and the existing potentials on the development of tourism Tabriz. The second international research conference in engineering, science and technology, United Arab Emirates, Dubai.
- Schoneveld, G.C., 2020. Sustainable business models for inclusive growth: Towards a conceptual foundation of inclusive business. *Journal of Cleaner Production* 277, 124062.
- Shafiei, Z., Mohammadi, A., 2014. Investigating the effects of tourism development on the host community: a case study of Chadegan city, *Quarterly Journal of Land Geography* 11(41), 77-90.
- Wondirad, A., Tolkach, D., King, B., 2019. Stakeholder collaboration as a major factor for sustainable ecotourism development in developing countries. *Tourism Management* 78, 104024.
- Zarei, M., Seyyed Javadi, R., Rahimpour, A., Bagheri, M., 2012. Explaining the problems of Iran's tourism industry. *Strategic Management Thought* 6(12), 75-89.

