

A Model for Ecotourism Development: The Case of Iran

Ali Asghar Mobasheri 

Ph.D. Student, Organizational Behavior and Human Resources Management, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Fatemeh Shekari 

Assistant Professor, Department of Tourism and Hospitality Management, Shiraz University, Shiraz, Iran

Moslem Bagheri 

Associated Professor, Department of Tourism and Hospitality Management, Shiraz University, Shiraz, Iran

Zahra Moaven 

Assistant Professor, Department of Tourism and Hospitality Management, Shiraz University, Shiraz, Iran

Mehrdad Kiani 

Ph.D. student, Department of Industrial Management, Yazd University, Yazd, Iran

Abstract

Considering the importance of ecotourism development as one of the effective strategies for economic, social, and environmental development, especially in developing countries, as well as Iran's capabilities in this field, the present study is combined research to provide a model of ecotourism development in this country. In the qualitative section, to identify the model, the experts were interviewed, and the data were analyzed by the content analysis method, which led to the identification of 4 and 19 strategies. In the quantitative part, a questionnaire was prepared based on dimensions and strategies, and the country's tourism experts prioritized them. The results of data analysis using the method of hesitant fuzzy sets show that the most critical

Corresponding Author: f.shekari@shirazu.ac.ir

How to Cite: Mobasheri, A., Shekari, F., Bagheri, M., Moaven, Z., Kiani, M. (2022). A Model for Ecotourism Development: The Case of Iran. *Tourism Management Studies*, 17(57), 147-178.

dimensions of ecotourism development in Iran are management, infrastructure development, marketing and training, and human resource development, respectively. Also, conducting marketing activities to increase the market share of ecotourism (market penetration), diversify the country's ecotourism product (heterogeneous diversity), improve access to tourist villages, and increase destinations' resilience to natural disasters are considered the most crucial ecotourism development strategies in Iran.

Introduction

Ecotourism can serve as one of the effective strategies for the economic, social, and environmental development of destinations. Presently, many policies aim to develop ecotourism and utilize its benefits, especially in developing countries and those with rich natural resources. Iran is one of the countries with considerable potential for ecotourism development. However, consistent plans have not been developed to use the county's potentials. Therefore, serious measures have to be taken to develop ecotourism and optimally utilize Iran's natural resources. This study aims to propose a model of ecotourism development in Iran.

Materials and Methods

This study follows a mixed research approach. In the qualitative part, practitioners and experts were interviewed to extract the elements of the model, and the data were analyzed through thematic analysis. In the quantitative part, the dimensions and strategies were arranged into a questionnaire and were ranked by Iranian tourism experts. The hesitant fuzzy sets method was employed to analyze the data.

Discussion and Results

The study revealed that the most important ecotourism development dimensions in Iran are “management,” “infrastructure development,” “marketing,” and “training and developing human resources,” respectively. Also, the most critical ecotourism development strategies are “marketing activities for increasing market share in ecotourism,” “diversifying Iran's ecotourism products,” “improving roads leading to

target villages for tourism,” and “increasing resilience of destinations in the face of natural disasters,” respectively.

Conclusions

This study proposed an ecotourism development model by exploring the conditions in Iran as a highly potential destination for ecotourism. The findings could offer applied and scientific guidelines to managers and policy-makers who seek to develop ecotourism in Iran.

Keywords: Ecotourism Development, Ecotourism Development Strategies, Thematic Analysis, Hesitant Fuzzy Sets, Iran.















پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی



مدل توسعه اکوتوریسم در ایران: ابعاد و استراتژی‌ها

- دانشجوی دکتری رشته رفتار سازمانی و مدیریت منابع انسانی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران 
- علی اصغر مباشری 
- استادیار گروه مدیریت گردشگری و هتلداری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران 
- فاطمه شکاری * 
- دانشیار گروه مدیریت گردشگری و هتلداری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران 
- مسلم باقری 
- استادیار گروه مدیریت گردشگری و هتلداری، دانشگاه شیراز، شیراز، ایران 
- زهرا معاون 
- دانشجوی دکتری مدیریت تولید، دانشگاه یزد، یزد، ایران 
- مهرداد کیانی 

چکیده

با توجه به اهمیت یافتن توسعه اکوتوریسم به عنوان یکی از استراتژی‌های اثربخش توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی به ویژه در کشورهای در حال توسعه و نیز قابلیت‌های ایران در این زمینه، مطالعه حاضر در قالب پژوهشی ترکیبی به منظور ارائه مدل توسعه اکوتوریسم در این کشور اجرا گردیده است. در بخش کیفی به منظور شناسایی مدل، به مصاحبه با خبرگان اقدام و داده‌ها با روش تحلیل مضمون، تحلیل شد که به شناسایی ۴ و ۱۹ استراتژی انجامید. در بخش کمی، پرسشنامه‌ای بر اساس ابعاد و استراتژی‌ها تنظیم شد و خبرگان گردشگری کشور آن‌ها را اولویت‌بندی کردند. نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از روش مجموعه‌های فازی مردد، گویای این است که مهم‌ترین ابعاد توسعه اکوتوریسم در ایران به ترتیب عبارت‌اند از ابعاد مدیریتی، توسعه زیرساخت‌ها، بازاریابی و آموزش و توسعه منابع انسانی. همچنین، انجام فعالیت‌های بازاریابی برای افزایش سهم بازار اکوتوریسم (رسوخ در بازار)، تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم کشور (تنوع ناهمگون)، بهبود وضعیت راه‌های دسترسی به روستاهای هدف گردشگری و افزایش تاب‌آوری مقصدها در مقابل بلایای طبیعی به ترتیب مهم‌ترین استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم در ایران محسوب می‌شوند.

کلیدواژه‌ها: توسعه اکوتوریسم؛ استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم؛ تحلیل مضمون؛ مجموعه‌های فازی مردد، ایران.

مقدمه

اکوتوریسم^۱، در سال‌های اخیر با اختصاص نزدیک به ۷ درصد از سفرهای بین‌المللی به خود (Salman et al., 2021) و رشدی بالاتر از میانگین رشد صنعت گردشگری (Hunt & Harbor, 2018)، به بازاری منحصربه‌فرد تبدیل گشته است که می‌تواند به‌عنوان ابزار توسعه پایدار نقش آفرینی کند (Donohoe & Needham, 2006) و در صورت مدیریت صحیح و اثربخش، فرصت‌های اشتغال و توسعه بسیاری را ایجاد نماید (Ryngnga, 2008). توسعه این گونه گردشگری نه تنها در مقایسه با سایر گونه‌ها به سرمایه‌گذاری کمتری نیازمند است، منافع و مزایای بیشتری نیز برای جوامع محلی به دنبال خواهد داشت (Shemshad & Malek Mohammadi, 2020). از این رو، توسعه اکوتوریسم به یکی از استراتژی‌های جدید و اثربخش توسعه اقتصادی (Choi, 2020)، اجتماعی و زیست‌محیطی (Beaumont, 2011) تبدیل گشته و سیاست‌های بسیاری در راستای توسعه این گونه گردشگری و بهره‌برداری بهینه از مزایای آن به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه (Martínez et al., 2018) و برخوردار از منابع طبیعی غنی در حال تدوین و اجرا است (Wondirand et al., 2020).

یکی از کشورهای مستعد برای توسعه اکوتوریسم ایران است که قابلیت‌های بی‌نظیر طبیعی (موحد و زاده دباغ، ۱۳۸۹) و موقعیت ممتاز جغرافیایی (نوحه‌گر و همکاران، ۱۳۸۸) آن را به مقصدی توانمند تبدیل ساخته است. طبیعت ایران سرشار از تنوع زیستی و زیستگاه است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶). این کشور با برخورداری از ۱۴ اقلیم متفاوت، ۲۰ جزیره در خلیج فارس، ۲۱ تالاب بین‌المللی، ۳۲۰ چشمه آب معدنی، ۲۵ پناهگاه حیات وحش، ۹ میلیون هکتار منطقه تحت حفاظت شامل ۳۱ پارک ملی، ۴۸ منطقه حفاظت‌شده و ۸ سایت طبیعی ملی، ۲۸۵ پارک جنگلی (Motlagh et al., 2020) و دو اثر طبیعی ثبت‌شده در فهرست میراث جهانی یونسکو (۲۰۲۰)، مقصدی مستعد به‌منظور توسعه طبیعت‌گردی است. اگرچه در سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی ایران گردشگری و اکوتوریسم به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی رفع محدودیت‌ها و توسعه مناطق مختلف کشور در افق ۱۴۰۴ ذکر شده است (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۷)، اکوتوریسم در ایران صنعتی رهاشده است (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶) و برنامه‌ریزی برای استفاده از قابلیت‌های آن هنوز در ابتدای راه قرار دارد

1 ecotourism

(مخفی و همکاران، ۱۳۹۱). در حالی که توسعه گردشگری و بهره‌برداری بهینه از فرصت‌ها و قابلیت‌های آن مانند هر فعالیت دیگر مستلزم رویکردی مناسب، انجام مطالعات اصولی و تدوین برنامه‌ها و مدل‌های مناسب (Mohammadian Mosammam et al., 2016) و مبتنی بر تحقیقات علمی است (شمالی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴). بررسی مطالعات انجام شده در ایران (سالاری و ارجمندی، ۱۳۸۸؛ دانش‌مهر و همکاران، ۱۳۹۱؛ رضایان و همکاران، ۱۳۹۲؛ شمالی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴؛ شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶؛ یزدانی و همکاران، ۱۳۹۷) نیز نشان می‌دهد بیشتر پژوهشگران، توسعه اکوتوریسم را در شهرستان‌ها، استان‌ها و بخش‌هایی خاص دنبال نموده و ارائه مدلی فراگیر در سطح ملی به‌منظور توسعه اکوتوریسم در ایران، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بررسی‌ها همچنین حاکی از آن است در حالی که فقدان برنامه‌هایی جامع و مناسب در ارتباط با توسعه اکوتوریسم یکی از دلایل اصلی عدم توسعه‌یافتگی این‌گونه گردشگری در کشورهای در حالی که توسعه است (Wondirand et al., 2020)؛ خلأ وجود مدلی مناسب در ادبیات مربوط به اکوتوریسم به ایران محدود نیست و در سایر نقاط نیز احساس می‌شود (Ayachi & Jaouadi, 2017). از این رو، پژوهش حاضر به‌منظور ارائه مدل توسعه اکوتوریسم در ایران طراحی و اجرا گردیده است.

ادبیات نظری

اکوتوریسم

اکوتوریسم، مفهومی است که در نتیجه افزایش توجهات جهانی به موضوع حفظ طبیعت و توسعه پایدار (Diamantis, 1999) و با توجه به پیامدهای ناخواسته گردشگری انبوه (Wondirand et al., 2020)، به‌عنوان نوعی گردشگری جایگزین (Martínez et al., 2018) و به‌منظور توصیف تمامی فعالیت‌ها و بازدیدها در مناطق طبیعی یا حفاظت‌شده (Adom, 2019) به ادبیات گردشگری راه پیدا کرده است. اکوتوریسم توسط نویسندگان بسیاری مفهوم‌پردازی شده (Wondirand et al., 2020) که نشانگر ماهیت پیچیده آن است (Eriksson & Lidström, 2013). هال و پیچ^۱ (۲۰۰۶)، اکوتوریسم را گردشگری سبز یا طبیعت‌محور و هرگونه فعالیت گردشگری تعریف کرده‌اند که مستلزم ارتباط با طبیعت و بیانگر علائق خاص گردشگران و بازارهایی خاص است که محصولات و خدماتی

ویژه آن ارائه می‌گردد. در حالی که اکوتوریسم از دیدگاه بجارک^۱ (۲۰۰۰)، مجموعه فعالیت‌هایی با مشارکت سیاست‌گذاران، فعالان صنعت گردشگری، گردشگران و ساکنین بومی در راستای فراهم‌سازی امکان سفر برای گردشگران به نواحی اصیل و بکر طبیعی با اهدافی مانند شناخت، مطالعه و لذت بردن از فرهنگ و طبیعت به طریقی است که علاوه بر حفظ منابع، شرایط توسعه پایدار مقصدها را نیز فراهم می‌آورد. اکوتوریسم همچنین، سفر به مناطقی شکننده، بکر و معمولاً محافظت‌شده تعریف شده که در مقیاس کوچک صورت می‌پذیرد و نسبت به اثرگذاری بر طبیعت حساس است، امکان آموزش به گردشگران را فراهم می‌آورد، تأمین‌کننده منابع مالی برای محافظت از طبیعت است، توسعه اقتصادی جوامع محلی را به صورتی مستقیم تحت تأثیر قرار می‌دهد و احترام به فرهنگ‌های مختلف و حقوق بشر را تقویت می‌کند (Honey, 2008). برخی نیز اکوتوریسم را گونه‌ای جدید از گردشگری آموزشی و ماجراجویانه تعریف کرده‌اند که در مکان‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی و با اهداف آگاهی و شناخت فرهنگ طبیعی و اجتماعی مقصدی خاص و حفظ آن ارتباط دارد (Arsić et al, 201۳).

تعاریف گوناگون ارائه‌شده از اکوتوریسم دارای ابعاد و مضامین مشترکی هستند. اولین وجه اشتراک، تمرکز اکوتوریسم بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی پایدار است (Beaumont, 2011). توجه به طبیعت و یادگیری نیز ابعاد دیگر مشترک در تمامی مفهوم‌پردازی‌ها و به این معنی است که گردشگران اکوتوریسم را فرصتی برای یادگیری (آشنایی و درک عمیق فرهنگ‌ها و سبک زندگی سایر جوامع) بدون اثرگذاری منفی بر آنان می‌دانند. از این رو، فعالیت‌های حفاظتی بخش جدایی‌ناپذیر مفهوم اکوتوریسم است (Eriksson & Lidström, 2013).

برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری

منظور از برنامه‌ریزی، فرایند یا فعالیتی است که نیازمند تعیین اولویت اهداف و مشخص کردن مسیر تحقق اهداف و اولویت‌های تعیین شده است (Ezeani, 2015). هدف از برنامه‌ریزی و تعیین اولویت‌ها نیز شناسایی راه‌حل‌های مناسب برای مهم‌ترین چالش‌ها و مشکلات موجود در راستای افزایش امیدواری و خوش‌بینی، بهینه‌سازی منافع و پیش‌بینی پذیر ساختن

1 Bjork

آینده هست (Harrison et al., 2011). در حالی که توسعه گردشگری در قالب برنامه‌های مناسب و تعیین استراتژی‌های اصلی، تحقق اهداف از مجرای فعالیت‌ها و اقدامات نظام‌مند را تسهیل می‌گرداند، عدم توجه به این موضوع در توسعه گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز صدمات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست‌محیطی بسیار در بلندمدت باشد (Roday et al., 2010). شناسایی استراتژی‌ها، الگویی جهت کنترل و ارزیابی فرایند توسعه ایجاد کرده، زمینه حفظ منابع کمیاب را فراهم آورده، چارچوبی برای معرفی و بازاریابی نظام‌مند مقصد ایجاد می‌کند و می‌تواند به‌عنوان سازوکاری جهت ایجاد انسجام بین عناصر و زیرسیستم‌های صنعت گردشگری و نیز توزیع عادلانه منافع حاصل بین جوامع میزبان عمل کند (Mason, 2003).

پیشینه پژوهش

بررسی مطالعات انجام‌شده در ارتباط با توسعه اکوتوریسم در ایران نشان می‌دهد بیشتر پژوهشگران، توسعه اکوتوریسم را در شهرستان‌ها، استان‌ها و بخش‌هایی خاص دنبال نموده و ارائه مدلی فراگیر در سطح ملی به‌منظور توسعه اکوتوریسم در ایران، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. باین‌حال، برخی از مطالعات انجام‌شده در این ارتباط در این بخش بررسی می‌گردد.

جوزی و همکاران (۱۳۸۹)، به شناسایی سه راهبرد اصلی توسعه اکوتوریسم در منطقه حفاظت‌شده مند بوشهر پرداختند. راهبردهای معرفی‌شده عبارت‌اند از: جلب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی از طریق ارائه تسهیلات بانکی با دوره بازگشت طولانی‌مدت و واگذاری انفال در قالب اسناد نودون‌ساله، ایجاد فرصت‌های جدید شغلی بر مبنای پتانسیل‌های طبیعی و فرهنگ غنی بومیان منطقه باهدف حمایت از صنایع دستی، صیانت از هویت فرهنگی و پیش‌گیری از مهاجرت افراد محلی به خارج از منطقه مند و تلاش در جهت اعتلای امنیت، تنویر افکار عمومی و معرفی جاذبه‌های گردشگری منطقه در ابعاد ملی و بین‌المللی.

بدری و همکاران (۱۳۹۰) راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان مریوان را در دو دسته راهبردهای تنوعی و راهبردهای تهاجمی قرار دادند. هرچند این پژوهشگران، راهبردهایی کلی پیشنهاد دادند و به ارائه راهبردهای دقیق نپرداختند، به بیان آن‌ها به‌منظور توسعه اکوتوریسم می‌بایست ابتدا راهبردهای تنوعی و پس‌از آن راهبردهای تهاجمی در دستور کار قرار گیرند.

رضائیان و همکاران (۱۳۹۲)، در مطالعه‌ای به منظور طراحی برنامه مدیریت راهبردی توسعه اکوتوریسم در جزیره قشم، چهار استراتژی توسعه طبیعت‌گردی را مورد شناسایی قرار داده‌اند که عبارت‌اند از: اجرای مطالعات توجیه فنی و اقتصادی توسعه صنعت طبیعت‌گردی با تأکید بر جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی منطقه، بهره‌گیری از امکانات و تسهیلات سازمان توسعه و عمران قشم به منظور آموزش و اطلاع‌رسانی به ساکنان و طبیعت‌گردهای ورودی به جزیره، آموزش به ساکنان و گردشگران منطقه در خصوص اهمیت بوم‌سازگان‌های طبیعی و ارزش ابنیه و آثار تاریخی و طبیعی منطقه و استفاده از امکانات اقامتی و خدماتی سازمان توسعه و عمران قشم برای سرویس‌دهی اولیه به گردشگران منطقه در کوتاه‌مدت.

حاجی‌نژاد و آقایی (۱۳۹۲) چهار استراتژی اصلی توسعه اکوتوریسم در استان اردبیل تحت عناوین استراتژی رقابتی، استراتژی بازننگری، استراتژی تدافعی و استراتژی تنوع را پیشنهاد دادند. کاسه‌گر محمدی و هاشمی (۱۳۹۴) چهار دسته استراتژی اصلی (استراتژی-های اقتصادی، استراتژی‌های فرهنگی و اجتماعی، استراتژی‌های مدیریتی و استراتژی‌های کالبدی و محیطی) را به منظور توسعه اکوتوریسم در شهرستان تنکابن شناسایی کردند. سلیمانی و همکاران (۱۳۹۷)، راهبردهای توسعه اکوتوریسم شهرستان آبدانان را در قالب چهار راهبرد اصلی توسعه-رقابتی، تدافعی، ی بازننگری و تنوع‌دسته‌بندی کردند. یعقوبی و همکاران (۱۳۹۸) نیز چهار راهبرد اصلی توسعه اکوتوریسم در دشت لوت را در قالب راهبردهای تهاجمی، رقابتی، محافظه‌کارانه و تدافعی دسته‌بندی کرده و مطلوب‌ترین راهبردهای توسعه اکوتوریسم را راهبردهای تهاجمی معرفی کردند.

روش

پژوهش حاضر از نظر روش، آمیخته اکتشافی (کیفی و کمی) و از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی قرار می‌گیرد. جامعه آماری آن را کارشناسان و فعالان صنعت گردشگری ایران تشکیل می‌دهند که در بخش کیفی ۳۰ نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. به این ترتیب که ابتدا کارشناسان و فعالانی که حداقل دارای ده سال سابقه فعالیت در حوزه اکوتوریسم و مدرک تحصیلی لیسانس بودند شناسایی شدند و سپس در یک بازه زمانی سه‌ماهه نسبت به مصاحبه با افراد علاقه‌مند اقدام گردیده است. در طول

مصاحبه‌های ساختاریافته که هر کدام به صورت میانگین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامید، از مشارکت کنندگان درخواست شد که ضمن تحلیل وضعیت موجود اکوتوریسم در ایران، راهکارهایی برای توسعه این گونه گردشگری در کشور ارائه دهند. مصاحبه‌ها با موافقت مشارکت کنندگان ضبط شدند. پس از اتمام هر مصاحبه، تمامی مطالب با دقت تحلیل و فرایند انجام مصاحبه‌ها تا اشباع داده‌ها ادامه یافت. سپس، داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون^۱ تحلیل شد.

پژوهش‌های مرتبط با استراتژی می‌بایست مسائل چندگانه‌ای را از دیدگاهی کل‌نگر مورد ملاحظه قرار دهد. چراکه تحلیل پدیده‌ای جامع نیازمند در نظر گرفتن زمینه، پیچیدگی و ماهیت خاص پژوهش‌های مدیریت (Gummesson, 2006) و تحلیل موضوع با توجه به زوایای آشکار و پنهان آن است (Amjad, 2014). از این رو، نویسندگان برتر در حوزه روش‌های تحقیق در مدیریت استراتژیک، استفاده از روش‌های پژوهش کیفی را از ضروریات این حوزه می‌دانند (Langley, 2007). تحلیل مضمون با داشتن رویکردی فرایندی (Langley, 2007) به‌عنوان یکی از روش‌های کیفی مناسب در پژوهش‌های مدیریت استراتژیک معرفی شده است (Amjad, 2014)، چراکه فرایند نظام‌مند گردآوری داده‌های کیفی، شناسایی مضامین و معانی آشکار و پنهان و تحلیل آن‌ها با استفاده از تفسیرهای پژوهشگر را در برمی‌گیرد. تحلیل مضمون یکی از کاربردی‌ترین روش‌های تحلیل داده‌های کیفی و فرایندی برای تحلیل داده‌های پراکنده و متنوع و تبدیل آن‌ها به داده‌هایی غنی و تفصیلی (Braun, & Clarke, 2006) به‌منظور بازشناسی الگوی درون داده‌ها است (Fereday & Muir-Cochrane, 2006).

در پژوهش حاضر، روش پیشنهادی براون و کلارک (۲۰۰۶) مورد استفاده قرار گرفته است که تحلیل مضمون را فرایندی به شرح شکل ۱ معرفی می‌کند.

جدول ۱. مشخصات نمونه

سطح تحصیلات	طبقه	کارشناسی	کارشناسی ارشد	دکتری
	فراوانی	۱۵	۱۰	۵
	درصد فراوانی	۵۰/۰۰	۳۳/۳	۱۶/۶
سابقه فعالیت در صنعت	طبقه	زیر ۱۵ سال	۱۵-۲۰ سال	بیشتر از ۲۰ سال
	فراوانی	۱۶	۱۰	۴
	درصد فراوانی	۵۳/۳	۳۳/۳	۱۳/۳
	طبقه	بخش دولتی	بخش خصوصی	بخش دانشگاهی
حوزه فعالیت	فراوانی	۷	۱۸	۵
	درصد فراوانی	۲۳/۳	۶۰/۰۰	۱۶/۶

شکل ۱. مراحل روش تحلیل مضمون



(Braun, & Clarke, 2006)

در مرحله دوم، ابعاد مدل و استراتژی‌های شناسایی شده در هر بعد، در قالب پرسشنامه‌ای تنظیم و از ۱۰ نفر خبره حوزه گردشگری که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب گردیدند، از طریق پرسشنامه مقایسات زوجی، نظرسنجی به عمل آمد. در بخش کمی، برای اولویت‌بندی این ابعاد و استراتژی‌ها، داده‌ها به روش مجموعه‌های فازی مورد تحلیل شده است. روش تاپسیس یکی از پرکاربردترین روش‌های تصمیم‌گیری چند معیاره است. در این روش نخست یک مقدار ایده‌آل مثبت و یک مقدار ایده‌آل منفی تعریف می‌شود و در نهایت گزینه‌ای انتخاب می‌شود که کمترین فاصله را با ایده‌آل مثبت و بیشترین فاصله را با ایده‌آل منفی داشته باشد (Beg & Rashid, 2013). ژو و ژانگ^۱ (۲۰۱۳) یک روش تاپسیس گروهی با استفاده از متغیرهای کلامی فازی مورد ارائه دادند. گام‌های این روش همانند

روش تاپسیس سنتی است و محققان در تمام مراحل از جمله ترکیب ماتریس‌ها، تعیین ایده‌آل مثبت و منفی و محاسبه‌ی فاصله‌ی بین گزینه‌ها، از روش‌هایی که برای متغیرهای کلامی فازی مردد معرفی شده، استفاده کرده‌اند. ایده اصلی این روش از روش تاپسیس کلاسیک ناشی شده است.

با توجه به تردید و دودلی‌هایی که نسبت به قضاوت‌های انسانی وجود دارد و به دلیل عدم اطمینان موجود در مسائل تصمیم‌گیری، انتخاب یک گزینه از بین متغیرهای زبانی مشکل و با دودلی همراه است؛ به همین دلیل از روش متغیرهای فازی مردد استفاده شده است که با استفاده از یکسری قواعد زبانی برای استخراج اطلاعات از متغیرهای زبانی، امکان انتخاب چندین گزینه از بین متغیرهای زبانی و همچنین بیان نظرات به وسیله‌ی عبارات تفصیلی نظیر «کمتر از متوسط» یا «بین متوسط و خیلی خوب» را جهت مقابله با تردید موجود در ارزیابی‌ها، فراهم می‌کنند (Liou et al., 2014). رویکرد فازی کاربردهای فراوانی را در علوم پیچیده همچون مدیریت و تصمیم‌گیری یافته است. استفاده از این رویکرد در پژوهش در حوزه‌ی مدیریت استراتژیک که نیازمند تعامل با مجموعه پیچیده و کلان از متغیرها است و به سبب ماهیت خود با عدم اطمینان فراوانی روبرو است، می‌تواند درک کامل‌تری را نسبت به دیگر رویکردهای تحلیلی و آماری فراهم آورد (خاتمی فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۲).

یافته‌ها

به منظور تحلیل داده‌ها، پس از بررسی متن پیاده شده مصاحبه‌ها ۴۷ عبارت مرتبط باهدف پژوهش استخراج گردید. سپس، مضمون‌های فرعی استخراج شد (جدول ۲)

جدول ۲. نمونه‌ای از عبارات‌ها و مضمون‌های فرعی استخراج‌شده در مراحل اول و دوم تحلیل مضمون

عبارت‌ها	مضمون‌های فرعی
یکی از نکته‌های مهمی که در راستای توسعه اکوتوریسم می‌بایست موردتوجه قرار گیرد افزایش تاب‌آوری و پایداری کسب‌وکارها در این بخش در مقابل بحران‌ها و اضطراب‌های طبیعی است.	افزایش تاب‌آوری و پایداری کسب‌وکارها
اگر می‌خواهیم اکوتوریسم را در کشور توسعه دهیم می‌بایست کیفیت خدمات در این بخش را بهبود دهیم. برای مثال می‌بایست نسبت به تأسیس اکو-هتل در سایت‌های اکوتوریسم اقدام کنیم.	تأسیس اکو-هتل در سایت‌های اکوتوریسم
باید نسبت به ایجاد سازوکار مدیریتی مناسبی اقدام کنیم و تمامی اقدامات مدیریتی در سطح کشور (برنامه‌ریزی، سیاست‌گذاری و اجرا) را هماهنگ نماییم.	هماهنگ‌سازی اقدامات مدیریتی در سطح کشور

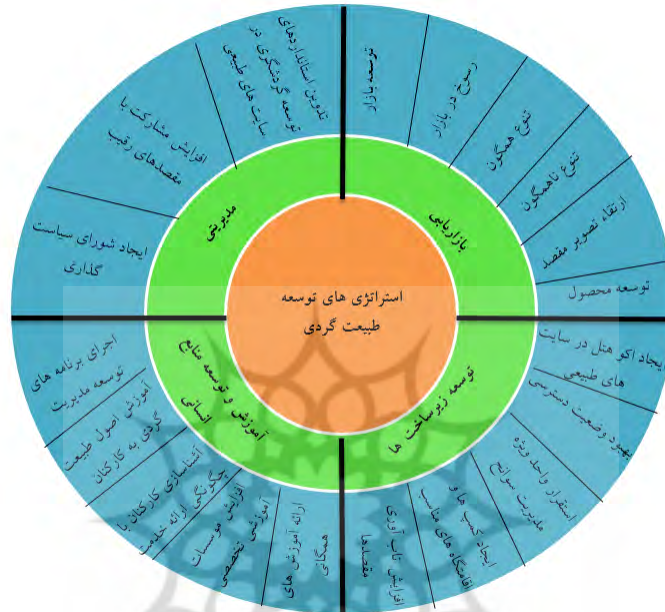
در مرحله سوم، مضمون‌های فرعی بازبینی شد و مضمون‌های فرعی متمایز، غیر تکراری و مشتمل بر مجموعه ایده‌های مطرح‌شده در بخش‌های مختلف متن اصلی شناسایی شدند. با دسته‌بندی این مضامین، شبکه مضامین ترسیم شد، به این ترتیب که خرده مضمون‌های به دست آمده از متن، در گروه‌های مشابه و منسجمی طبقه‌بندی و مضمون‌های اصلی (ابعاد) استخراج گردید که همگی زیربنای ایجاد مضمون فراگیر «استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم» را تشکیل داده‌اند (مرحله چهارم). در نهایت، پس از اطمینان از صحت شبکه مضامین، گزارش نهایی تدوین گردید (جدول ۳).

جدول ۳. مرحله چهارم تحلیل مضمون

مضمون فراگیر	ابعاد (مضامین اصلی)	کد	استراتژی‌ها (مضامین فرعی)
استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم	مدیریتی	A1	تأسیس شورای سیاست‌گذاری اکوتوریسم متشکل از فعالان
		A2	افزایش همکاری با مقصدهای رقیب (مشارکت). برای مثال، انجام تبلیغات محیطی متقابل برای جاذبه‌های طبیعی ایران در کشورهای برخوردار از جاذبه‌های طبیعی
		A3	تدوین استانداردهای توسعه گردشگری در سایت‌های طبیعی و نظارت مستمر به‌منظور کاهش تخریب سایت‌های طبیعی ناشی از توسعه گردشگری
	توسعه زیرساخت‌ها	B1	افزایش تاب‌آوری مقصدهای گردشگری در مقابل بلایا و تنش‌های طبیعی
		B2	توسعه کمپ‌ها و اترافگاه‌های مناسب در سایت‌های طبیعی
		B3	بهبود وضعیت راه‌های دسترسی به روستاهای هدف گردشگری کشور
		B4	تأسیس اکو هتل در سایت‌های طبیعی
		B5	استقرار واحدهای ویژه مرتبط با مدیریت سوانح در محل سایت‌های طبیعی (برای مثال استقرار واحد پزشکی یا کمک‌های اولیه به‌منظور رسیدگی مقدماتی به مصدومین احتمالی)
	آموزش و توسعه منابع انسانی	C1	ارائه آموزش‌های همگانی در ارتباط با اصول اکوتوریسم
		C2	افزایش تعداد مؤسسات آموزشی تخصصی طبیعت‌گردی
		C3	آشناسازی کارکنان فعال در این بخش در ارتباط با چگونگی تعامل و ارائه خدمات به اکوتوریست‌ها
		C4	آموزش اصول اکوتوریسم و استانداردهای مربوط به این حوزه به کارکنان فعال در این بخش
		C5	طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه مدیریت با محوریت مدیریت سایت‌های طبیعی
	بازاریابی	D1	انجام فعالیت‌های بازاریابی برای افزایش سهم بازار اکوتوریسم (رسوخ در بازار)
		D2	ارتقاء تصویر مقصد
		D3	شناسایی بازارهای هدف جدید برای گونه اکوتوریسم و انجام فعالیت‌های بازاریابی برای نفوذ در آن‌ها (توسعه بازار)
		D4	تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم کشور (تنوع ناهمگون)، برای مثال، از طریق برگزاری جشنواره‌هایی با محوریت طبیعت و فرهنگ مانند جشن برداشت محصول یا جشنواره کوچ عشایر
		D5	تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم کشور (تنوع همگون)، برای مثال، از طریق طراحی بسته‌ها و مسیرهای سفر با علائق ویژه مانند پرندنگری
D6		بهبود کیفیت محصول اکوتوریسم کشور (توسعه محصول)	

همان گونه که در شکل ۲ قابل مشاهده است، مدل توسعه اکوتوریسم در ایران در قالب ۴ بعد (مضمون) اصلی و ۱۹ استراتژی (مضمون فرعی) دسته‌بندی گردیده است.

شکل ۲. مدل مستخرج از بخش کیفی پژوهش



پس از شناسایی مدل، پرسشنامه‌ای متشکل از ابعاد و استراتژی‌های شناسایی شده در اختیار خبرگان حوزه گردشگری قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد تا میزان اهمیت هر یک از استراتژی‌ها را در طیف ۹ امتیازی از خیلی کم اهمیت (۰/۱) تا خیلی مهم (۰/۹) مشخص کنند و در صورتی که برای امتیازدهی به گزینه‌ای مردد هستند، بیش از یک گزینه انتخاب کنند. پیش از رفتن به گام دوم، بایستی تمام عناصر فازی مردد هم طول گردند. در این پژوهش جهت طول عناصر، از قاعده خوش‌بینانه استفاده گردید، طول بیشینه در میان عناصر فازی مردد مختلف ۴ است، از آنجایی که تمام عناصر فازی مردد بایستی هم طول گردند، در هر عنصر فازی مردد، بزرگ‌ترین عضو را تا جایی اضافه کرده تا همه آن‌ها هم طول گردند (Xu and Zhang, 2013). براین اساس ماتریس تصمیم‌گیری هم طول شده به شرح جدول ۴ می‌باشد.

جدول ۴: ماتریس تصمیم‌گیری هم طول شده هر خبره

استراتژی	خبره ۱	خبره ۲	خبره ۹	خبره ۱۰
A1	۰/۳، ۰/۴، ۰/۵، ۰/۶	۰/۴، ۰/۵، ۰/۵، ۰/۵	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸
A2	۰/۶، ۰/۷، ۰/۷، ۰/۷	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۹
A3	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸
B1	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۹	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶
B2	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶
B3	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۹	۰/۷، ۰/۸، ۰/۹، ۰/۹	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸
B4	۰/۷، ۰/۸، ۰/۸، ۰/۸	۰/۲، ۰/۳، ۰/۴، ۰/۴	۰/۳، ۰/۴، ۰/۴، ۰/۴	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸
B5	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۳، ۰/۴، ۰/۴، ۰/۴	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶
C1	۰/۳، ۰/۴، ۰/۵، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸
C2	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۲، ۰/۳، ۰/۴، ۰/۴	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶
C3	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۸، ۰/۹، ۰/۹، ۰/۹
C4	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۸، ۰/۹، ۰/۹، ۰/۹	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۸
C5	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۲، ۰/۳، ۰/۴، ۰/۴	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶
D1	۰/۸، ۰/۹، ۰/۹، ۰/۹	۰/۷، ۰/۸، ۰/۹، ۰/۹	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶
D2	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۹	۰/۶، ۰/۷، ۰/۸، ۰/۹
D3	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۲، ۰/۳، ۰/۴، ۰/۴	۰/۸، ۰/۹، ۰/۹، ۰/۹	۰/۸، ۰/۹، ۰/۹، ۰/۹
D4	۰/۵، ۰/۶، ۰/۷، ۰/۸	۰/۳، ۰/۴، ۰/۵، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶
D5	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶	۰/۴، ۰/۵، ۰/۶، ۰/۶
D6	۰/۵، ۰/۶، ۰/۶، ۰/۶	۰/۲، ۰/۳، ۰/۴، ۰/۴	۰/۸، ۰/۹، ۰/۹، ۰/۹	۰/۸، ۰/۹، ۰/۹، ۰/۹

در این گام وزن خبرگان بر اساس روش بیشینه کردن انحراف‌ها تعیین گردید که به ترتیب برای خبره اول تا دهم اعداد ۰/۰۷۵۳، ۰/۱۱۰۲، ۰/۱۵۴۵، ۰/۱۰۹۳، ۰/۰۷۴۴، ۰/۰۶۷۷، ۰/۱۶۳۴، ۰/۰۶۵۱، ۰/۱۰۱۸ و ۰/۰۷۸۲ به دست آمد. در ادامه، ایده آل مثبت و منفی برای هر خبره محاسبه شد. سپس، اندازه فاصله هر استراتژی از ایده آل مثبت و منفی و درنهایت، ضریب نزدیکی نسبی محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۵ مشاهده می‌شود. با توجه به این جدول، در بُعد مدیریتی، «افزایش همکاری با مقصدهای رقیب (مشارکت)» و «تدوین استانداردهای توسعه گردشگری در سایت‌های طبیعی و نظارت مستمر به منظور کاهش تخریب سایت‌های طبیعی ناشی از توسعه گردشگری»؛ در بُعد توسعه زیرساخت‌ها، «بهبود

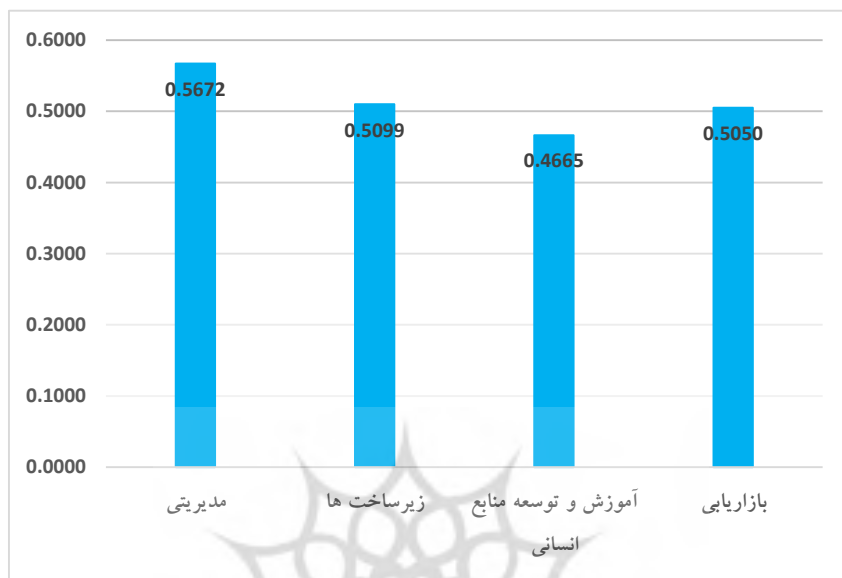
وضعیت راه‌های دسترسی به روستاهای هدف گردشگری کشور» و «افزایش تاب‌آوری مقصدهای گردشگری در مقابل بلایا و تنش‌های طبیعی»؛ در بُعد آموزش و توسعه منابع انسانی، «ارائه آموزش‌های همگانی در ارتباط با اصول اکوتوریسم» و «آشناسازی کارکنان فعال در این بخش در ارتباط با چگونگی تعامل و ارائه خدمات به گردشگران طبیعت‌گرد» و در بُعد بازاریابی، «انجام فعالیت‌های بازاریابی برای افزایش سهم بازار اکوتوریسم (رسوخ در بازار)» و «تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم کشور (تنوع ناهمگون)» به‌عنوان مهم‌ترین استراتژی‌ها اولویت‌بندی شده‌اند.

همچنین، مطابق با جدول ۵ از میان ۱۹ استراتژی شناسایی شده، استراتژی‌های «انجام فعالیت‌های بازاریابی برای افزایش سهم بازار اکوتوریسم (رسوخ در بازار)»، «تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم کشور (تنوع ناهمگون)»، «بهبود وضعیت راه‌های دسترسی به روستاهای هدف گردشگری کشور»، «افزایش تاب‌آوری مقصدهای گردشگری در مقابل بلایا و تنش‌های طبیعی» و «ارائه آموزش‌های همگانی در ارتباط با اصول اکوتوریسم» به ترتیب مهم‌ترین استراتژی‌های توسعه اکوتوریسم در ایران محسوب می‌شوند. علاوه بر این، برای اولویت‌بندی ابعاد توسعه اکوتوریسم، میانگین ضریب نزدیکی نسبی (Ci) شاخص‌های هر بُعد محاسبه شد که در شکل ۳ مشاهده می‌شود. با توجه به این نتایج، ابعاد مدیریتی و توسعه زیرساخت‌ها به ترتیب مهم‌ترین ابعاد توسعه اکوتوریسم ایران محسوب می‌شوند.

جدول ۵. فاصله شاخص‌ها از ایده‌آل مثبت و منفی و ضریب نزدیکی نسبی

رتبه	C_i	d^+	d^-	استراتژی‌ها	کد
۱۰	۰/۴۵۲۵	۰/۳۱۳۹	۰/۲۵۹۵	تأسیس شورای سیاست‌گذاری اکوتوریسم متشکل از فعالان	A1
۷	۰/۶۴۰۴	۰/۲۰۵۰	۰/۳۶۵۱	افزایش همکاری با مقصدهای رقیب (مشارکت)	A2
۸	۰/۶۰۸۶	۰/۲۲۲۸	۰/۳۴۶۵	تدوین استانداردهای توسعه گردشگری در سایت‌های طبیعی و نظارت مستمر به منظور کاهش تخریب سایت‌های طبیعی ناشی از توسعه گردشگری	A3
۴	۰/۷۲۰۷	۰/۱۵۹۴	۰/۴۱۱۲	افزایش تاب‌آوری مقصدهای گردشگری در مقابل بلایا و تنش‌های طبیعی	B1
۱۲	۰/۴۰۱۰	۰/۳۳۷۹	۰/۲۲۶۲	توسعه کمپ‌ها و اترافگاه‌های مناسب در سایت‌های طبیعی	B2
۳	۰/۷۸۸۰	۰/۱۲۰۸	۰/۴۴۹۲	بهبود وضعیت راه‌های دسترسی به روستاهای هدف گردشگری کشور	B3
۱۷	۰/۲۸۹۶	۰/۳۹۸۸	۰/۱۶۲۶	تأسیس اکو هتل در سایت‌های طبیعی	B4
۱۵	۰/۳۵۰۳	۰/۳۶۷۱	۰/۱۹۷۹	استقرار واحدهای ویژه مرتبط با مدیریت سوانح در محل سایت‌های طبیعی	B5
۵	۰/۶۷۱۸	۰/۱۸۵۴	۰/۳۷۹۵	ارائه آموزش‌های همگانی در ارتباط با اصول اکوتوریسم	C1
۱۹	۰/۱۵۷۱	۰/۴۷۴۵	۰/۰۸۸۴	افزایش تعداد مؤسسات آموزشی تخصصی طبیعت‌گردی	C2
۶	۰/۶۶۹۹	۰/۱۸۶۷	۰/۳۷۹۰	آشناسازی کارکنان فعال در این بخش در ارتباط با چگونگی تعامل و ارائه خدمات به گردشگران طبیعت‌گرد	C3
۹	۰/۵۳۹۱	۰/۲۵۹۶	۰/۳۰۳۶	آموزش اصول اکوتوریسم و استانداردهای مربوط به این حوزه به کارکنان فعال در این بخش	C4
۱۶	۰/۲۹۴۸	۰/۳۹۹۱	۰/۱۶۶۸	طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه مدیریت با محوریت مدیریت سایت‌های طبیعی	C5
۱	۰/۸۲۴۸	۰/۰۹۹۵	۰/۴۶۸۶	انجام فعالیت‌های بازاریابی برای افزایش سهم بازار اکوتوریسم (رسوخ در بازار)	D1
۱۳	۰/۴۰۰۳	۰/۳۴۰۰	۰/۲۲۷۰	ارتقاء تصویر مقصد	D2
۱۸	۰/۲۳۸۸	۰/۴۲۸۵	۰/۱۳۴۴	شناسایی بازارهای هدف جدید برای گونه اکوتوریسم و انجام فعالیت‌های بازاریابی برای نفوذ در آنها (توسعه بازار)	D3
۲	۰/۷۹۱۴	۰/۱۱۷۱	۰/۴۴۴۰	تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم کشور (تنوع ناهمگون)	D4
۱۴	۰/۳۶۳۱	۰/۳۵۸۲	۰/۲۰۴۲	تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم کشور (تنوع همگون)	D5
۱۱	۰/۴۱۱۷	۰/۳۳۲۲	۰/۲۳۲۴	بهبود کیفیت محصول اکوتوریسم کشور (توسعه محصول)	D6

شکل ۳. اولویت‌بندی ابعاد توسعه اکوتوریسم



بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به اهمیت و نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار (Liu et al, 2014) و قابلیت‌های ایران در ارتباط با توسعه این گونه (موحد و زاده دباغ، ۱۳۸۹؛ نوحه‌گر و همکاران، ۱۳۸۸؛ موسوی و همکاران، ۱۳۹۶)، مطالعه حاضر به منظور توسعه مدل اکوتوریسم در ایران اجرا گردید. نتایج، حاکی از این است که مدل توسعه اکوتوریسم چهار بعد اصلی بازاریابی، توسعه زیرساخت‌ها، آموزش و توسعه منابع انسانی و مدیریتی را دربر می‌گیرد.

مهم‌ترین بعد مدل، بعد مدیریتی بود که اهمیت آن در سایر مطالعات نیز مورد تأکید قرار گرفته است (Ismail et al., 2014). هم‌راستا با سایر پژوهش‌ها، (Arsić et al., 2017؛ دستنایی و همکاران، ۱۳۹۴) افزایش همکاری با مقصدهای رقیب (مشارکت) مهم‌ترین استراتژی مرتبط با این بعد تعیین گردید. تدوین استانداردهای توسعه گردشگری و نظارت مستمر به منظور کاهش تخریب سایت‌های طبیعی ناشی از توسعه گردشگری نیز دومین استراتژی است که به منظور پیشگیری از اثرات مخرب فعالیت‌های گردشگری بر محیط‌زیست حائز اهمیت است (Mohammadian Mosammam et al., 2016). سومین استراتژی، تأسیس شورای سیاست‌گذاری اکوتوریسم متشکل از فعالان است که این

یافته با مطالعات پیشین (Wondirand et al., 2020؛ شمالی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۴؛ دستنایی و همکاران، ۱۳۹۴) هم‌راستا است.

توسعه زیرساخت‌ها به‌عنوان دومین بعد تعیین گردید. توسعه پایدار اکوتوریسم نیازمند وجود برخی پیش‌نیازها (Arsić et al., 2017) و برنامه‌ریزی به‌منظور توسعه زیرساخت‌های مناسب (Motlagh et al., 2020) به‌منظور پرهیز از پیامدهای ناخواسته و زیان‌آور گردشگری در مقصدهای گردشگرپذیر است. مشارکت کنندگان، اولین اولویت در این بعد را به بهبود وضعیت راه‌های دسترسی به روستاهای هدف گردشگری داده‌اند. مطالعات پیشین بیانگر اهمیت وضعیت راه‌های دسترسی به مقصدهای اکوتوریسم بوده است (دستنایی و همکاران، ۱۳۹۴؛ یزدانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ هاتفی شجاع، ۱۳۹۶). افزایش تاب‌آوری مقصدهای گردشگری در مقابل بلایا و تنش‌های طبیعی دومین استراتژی این بعد است. گردشگری به‌ویژه اکوتوریسم در معرض حوادث و بلایای طبیعی بسیار قرار دارد (Biggs et al., 2012). از این رو، افزایش تاب‌آوری مقصدها می‌تواند به‌عنوان یکی از الزامات توسعه گردشگری مطرح گردد (Barbhuiya & Chatterjee, 2020). اندیشمندان بر این باورند که رویکرد مدیریت بحران در گردشگری باید به سمت افزایش تاب‌آوری معطوف شود (Prayag, 2018). سومین استراتژی، توسعه کمپ‌ها و اتراقگاه‌های مناسب در سایت‌های طبیعی است و پژوهش حاضر از این جهت نیز با سایر مطالعات (دستنایی و همکاران، ۱۳۹۴؛ محمدی و همکاران، ۱۳۹۵؛ یزدانی و همکاران، ۱۳۹۷؛ هاتفی شجاع، ۱۳۹۶) هم‌راستا است. با توجه به یافته‌ها، استقرار واحدهای ویژه مرتبط با مدیریت سوانح در محل سایت‌های طبیعی، چهارمین استراتژی است که اهمیت آن در مطالعات حسنی‌مهر و کوهی (۱۳۹۰) و شاطریان و همکاران (۱۳۹۵) نیز مورد تأیید قرار گرفته است. در نهایت، تأسیس اکوهتل در سایت‌های طبیعی به‌عنوان آخرین استراتژی در بعد توسعه زیرساخت‌ها شناسایی شده است. تأسیس اکوهتل از طریق حفظ پاکیزگی محیط، کاهش اثرات مخرب گردشگری بر آن، کاهش هزینه‌ها و غیره، توسعه پایدار گردشگری را ممکن می‌سازد (Perčić et al., 2005؛ وارثی و همکاران، ۱۳۹۲؛ شاطریان و همکاران، ۱۳۹۵).

همراستا با پژوهش‌های پیشین (MCShea, 2010; Najafi Nasab et al., 2018)، بازاریابی به‌عنوان سومین بعد مدل توسعه اکوتوریسم ایران تعیین شده است. انجام فعالیت‌های بازاریابی برای افزایش سهم بازار اکوتوریسم (رسوخ در بازار) به‌عنوان اولین استراتژی در

این بعد مطرح گردیده و در سایر پژوهش‌ها نیز به‌عنوان یکی از راهکارهای توسعه گردشگری مطرح شده است (Miranda Lopez et al., 2017؛ دستنایی و همکاران، ۱۳۹۴؛ حسنی مهر و کوهی، ۱۳۹۰). دومین استراتژی، تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم (تنوع ناهمگون) است. اهمیت تنوع محصولات و خدمات در توسعه گردشگری، در پژوهش‌های دیگر (Benur & Bramwell, 2015) نیز مورد توجه قرار گرفته است. بهبود کیفیت محصول اکوتوریسم (توسعه محصول) نیز سومین استراتژی است و پژوهش حاضر از این جهت نیز با سایر مطالعات (Benur & Bramwell, 2015؛ دستنایی و همکاران، ۱۳۹۴) هم‌راستا است. ارتقاء تصویر مقصد چهارمین استراتژی بازاریابی است. ارتقاء تصویر مقصد و معرفی مقصدهای گردشگری به‌عنوان مکان‌هایی جذاب به‌عنوان یکی از استراتژی‌های توسعه گردشگری در سایر مطالعات نیز مورد تأکید قرار گرفته است (Arsić et al., 2017). به‌علاوه، نتایج نشان داد تنوع‌بخشی به محصول اکوتوریسم ایران (تنوع همگون)، پنجمین استراتژی است که اهمیت آن در سایر مطالعات نیز (دستنایی و همکاران، ۱۳۹۴؛ هاتفی شجاع، ۱۳۹۶؛ وارثی و همکاران، ۱۳۹۲) بیان شده است. درنهایت، شناسایی بازارهای هدف جدید برای گونه اکوتوریسم و انجام فعالیت‌های بازاریابی برای نفوذ در آن‌ها (توسعه بازار)، آخرین استراتژی است که یکی از استراتژی‌های نوآورانه بازاریابی به شمار می‌آید (Gardiner & Scott, 2018).

آموزش و توسعه منابع انسانی آخرین مدل توسعه اکوتوریسم در ایران است. ارائه آموزش‌های همگانی در ارتباط با اصول اکوتوریسم، به‌عنوان اولین استراتژی این بعد تعیین شده است. با توجه به انجام بیشتر فعالیت‌های مرتبط با اکوتوریسم در مناطق بومی، این گونه گردشگری تأثیر بسیاری از فرهنگ، تاریخ و سنت‌های بومی پذیرد و مشارکت فعال ساکنین یکی از عوامل کلیدی موفقیت در توسعه پایدار اکوتوریسم است (Adom, 2019)؛ بنابراین، ارائه آموزش‌های همگانی به جامعه میزبان در توسعه این گونه گردشگری از اهمیت بسیار برخوردار است (Shemshad & Malek Mohammadi, 2012؛ Adom, 2019؛ وارثی و همکاران، ۱۳۹۲). آشناسازی کارکنان فعال در این بخش در ارتباط با چگونگی تعامل و ارائه خدمات به گردشگران دومین استراتژی این بعد است و پژوهش حاضر از این جهت نیز با پژوهش‌های پیشین (هاتفی شجاع، ۱۳۹۶؛ شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶؛ وارثی و همکاران، ۱۳۹۲) هم‌راستا است. آموزش اصول اکوتوریسم و

استانداردهای مربوط به این حوزه به کارکنان فعال در این بخش به‌عنوان سومین استراتژی شناسایی شده و در سایر پژوهش‌ها نیز به‌عنوان یکی از الزامات توسعه اکوتوریسم مورد توجه قرار گرفته است (غلامی بیمرغ و همکاران، ۱۳۹۰؛ وارثی و همکاران، ۱۳۹۲). طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه مدیریت با محوریت مدیریت سایت‌های طبیعی نیز چهارمین بعد بوده است. در حوزه اکوتوریسم عدم برخورداری از شایستگی‌های برنامه‌ریزی و اجرا به‌عنوان یکی از چالش‌های اصلی توسعه مطرح است (Wondirand et al., 2020؛ Arsić et al., 2017). بعلاوه، بهره‌برداری بهینه از قابلیت‌های اکوتوریسم، در عین پرهیز از آسیب به سایت‌های طبیعی مستلزم وجود برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران توانمند و آشنا به اصول اکوتوریسم است. از این رو، طراحی و اجرای برنامه‌های توسعه مدیریت با محوریت مدیریت سایت‌های طبیعی از اهمیت بسیاری برخوردار است. افزایش تعداد مؤسسات آموزشی تخصصی اکوتوریسم نیز آخرین استراتژی در این بعد است که اهمیت آن در سایر پژوهش‌ها تأیید شده است (هاتفی شجاع، ۱۳۹۶).

مرور پژوهش‌های پیشین در ارتباط با اکوتوریسم نشان می‌دهد که علی‌رغم انجام مطالعات بسیار در این حوزه با رویکردهای گوناگون و در نقاط مختلف جهان (Adom, 201; ; Arsić et al., 201; ; hoi, 2020; Wondirand et al., 2020; Martínez et al., 2018; Safarabadi, 2016; Motlagh et al., 2020)، ارائه مدل توسعه اکوتوریسم به صورتی جامع و با مشارکت خبرگان و فعالین این صنعت مورد توجه قرار نگرفته و این موضوع می‌تواند به‌عنوان نقطه تمایز پژوهش فعلی با سایر پژوهش‌ها مطرح گردد. مرور مطالعات انجام‌شده در کشور ایران نیز نشان می‌دهد تمامی پژوهش‌های مربوط به توسعه اکوتوریسم، توجه خود را به توسعه اکوتوریسم در مقصدهایی خاص معطوف کرده و پژوهش در سطح ملی در ارتباط با توسعه این گونه گردشگری، مغفول مانده که این موضوع نیز می‌تواند دومین نقطه تمایز این مطالعه باشد. همچنین استفاده از روش فازی مردد در حوزه تحقیقات مربوط با اکوتوریسم از دیگر نقاط متمایز پژوهش حاضر است.

یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند رهنمودهایی کاربردی و علمی به‌منظور توسعه اکوتوریسم در ایران را در اختیار مدیران و سیاست‌گذاران قرار دهد. در واقع، از یک سو، با توجه به کمبود پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه و نیز فقدان سیاست‌ها و برنامه‌های دقیق و منسجم در ارتباط با توسعه اکوتوریسم در ایران (مخفی و همکاران، ۱۳۹۱) و از سوی دیگر، اهمیت معرفی الگو و شناسایی روش‌هایی کاربردی در فرایند توسعه گردشگری،

مدیران و سیاست‌گذاری به‌عنوان متولیان اصلی برنامه‌ریزی و توسعه این صنعت می‌توانند از مدل پیشنهادی به‌عنوان راهنمایی در راستای برنامه‌ریزی توسعه اکوتوریسم در کشور استفاده نمایند. در این راستا، برخی از اقدامات عملی لازم (بر اساس نتایج حاصل از پژوهش) عبارت‌اند از:

انجام تحقیقات بازاریابی به‌منظور شناسایی دقیق بازارهای هدف اولیه و ثانویه و تمهید اقداماتی به‌منظور جذب گردشگران بیشتر از این بازارها؛
تنوع‌بخشی به محصولات و خدمات طبیعت‌گردی کشور در راستای تأمین و پاسخگویی به طیف گسترده‌تری از نیازها و تقاضاهای گردشگران در این بخش؛
بهسازی زیرساخت‌های طبیعت‌گردی کشور برای مثال بهبود راه‌های دسترسی به سایت‌های طبیعت‌گردی؛

مطالعه و ارزیابی وضعیت تاب‌آوری مقصدها و کسب‌وکارهای طبیعت‌گردی و تلاش در راستای افزایش تاب‌آوری آنها؛
افزایش آگاهی و دانش ساکنین مناطق طبیعت‌گردی در ارتباط با اصول طبیعت‌گردی، چگونگی ایجاد و اداره کسب‌وکارهای مرتبط، چگونگی تعامل با گردشگران و مواردی از این دست از طریق آموزش‌های همگانی؛
برگزاری دوره‌های آموزشی تخصصی ویژه کارکنان فعال در طبیعت‌گردی کشور در تمامی سطوح؛

مشارکت و همکاری با مقصدهای رقیب در زمینه تبلیغات، جذب گردشگر، برگزاری تورهای مشترک و مانند آن




تصویب و اجرای قوانین و مقررات مناسب در راستای حفظ سایت‌ها و میراث طبیعی. به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد توسعه اکوتوریسم در ایران را از جنبه‌هایی دیگر مورد توجه قرار دهند. برای مثال مطالعات آتی می‌توانند به‌منظور تدوین استراتژی‌های ارتقاء جایگاه ایران در بازار اکوتوریسم نسبت به رقبای اقدام نمایند. پیشنهاد پژوهشی دیگر، در نظر گرفتن هر کدام از ابعاد شناسایی شده و طراحی و اجرای مطالعاتی به‌منظور واکاوی موضوع به صورتی دقیق‌تر و عمیق‌تر است. برای مثال، چالش‌ها و فرصت‌های آموزش و توسعه منابع انسانی در اکوتوریسم ایران می‌تواند به‌عنوان یک موضوع پژوهشی مدنظر قرار گیرد. مطالعات آتی همچنین می‌توانند حول هر کدام از استراتژی‌های فرعی معرفی شده در ابعاد

چهارگانه و شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های اجرای هرکدام از این استراتژی‌ها طراحی کردند. برای مثال، شناسایی چالش‌ها و فرصت‌های ارائه آموزش‌های همگانی در ایران در ارتباط با اکوتوریسم.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Ali Asghar Mobasheri		http://orcid.org/0000-0003-2363-1465
Fatemeh Shekari		http://orcid.org/0000-0001-7738-3853
Moslem Bagheri		http://orcid.org/0000-0002-7821-8937
Zahra Moaven		http://orcid.org/0000-0003-1578-4840
Mehrdad Kiani		http://orcid.org/0000-0002-1547-0481

منابع

- بدری، سیدعلی، رحمانی، خلیل، سجادی قیدارسی، مجید، حسن پور، امید. (۱۳۹۰). راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان مریوان، پژوهش‌های روستایی، ۲ (۲)، ۵۴-۳۱.
- جوزی سیدعلی، رضائیان، سحر، ایرانخواهی، مهدی و مرادی، نبی‌الله. (۱۳۸۹). ارائه برنامه راهبردی توسعه اکوتوریسم در منطقه حفاظت‌شده مند بوشهر به روش فریمن. علوم محیطی، ۷ (۴)، ۲۲-۱.
- حاجی‌نژاد، علی و آقایی، واحد. (۱۳۹۲). راهکارهای بهینه توسعه اکوتوریسم استان اردبیل با استفاده از روش برنامه‌ریزی استراتژیک (SWOT). چشم‌انداز جغرافیایی، ۸ (۲۲)، ۳۵-۱۵.
- حسینی‌مهر، سیده صدیقه و کوهی، شهربانو. (۱۳۹۰). شناسایی توانمندی‌های بالقوه حوضه‌های رودخانه‌ای به‌عنوان مکان‌های مناسب طبیعت‌گردی، مطالعه موردی: شفارود گیلان. فصلنامه جغرافیایی آمایش محیط، ۱۳، ۱۱۸-۱۰۵.
- خاتمی فیروزآبادی، سید محمدعلی، جلالی، سید حسین، پرورده، سید علی محمد، (۱۳۹۲). استفاده از روش تاپسیس فازی به‌منظور اولویت‌بندی موانع اجرای استراتژی در میان پیمانکاری بخش انرژی، فصلنامه مطالعات مدیریت صنعتی، ۱۱ (۲۹)، ۱۱۳.
- دانش‌مهر، حسین، کریمی، علیرضا و صفری، وریا. (۱۳۹۱). بررسی نقش طبیعت‌گردی و آثار آن در توسعه مناطق روستایی با استفاده از مدل تحلیلی SWOT. پژوهش‌های روستایی، ۳ (۳)، ۲۳۴-۲۰۹.

رضایان، سحر، جوزی، سید علی و پیراسته، اسماء. (۱۳۹۲). ارائه برنامه مدیریت راهبردی توسعه طبیعت گردی جزیره قشم به روش SWOT. علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۱۵ (۱)، ۱۰۹-۹۱.

سالاری، عبدالله و ارجمندی، رضا. (۱۳۸۸). مدیریت زیست محیطی طبیعت گردی در پارک ملی کویر با استفاده از GIS. علوم و تکنولوژی محیط زیست، ۱۱ (۱)، ۱۸۶-۱۷۳.

سلیمانی، یعقوب، سبزی، برزو و حبیبیان، شیرزاد. (۱۳۹۷). تدوین راهبردهای توسعه اکوتوریسم (مورد: دریاچه دوقلو سیاه گاو، شهرستان ابدانان). میراث و گردشگری، ۳ (۹)، ۳۰-۱۳.

شاطریان، محسن، کیانی سلمی، صدیقه و زورمند، پریناز. (۱۳۹۵). ارزیابی عوامل اثرگذار بر فضای ارزش آفرینی طبیعت گردی در اکوسیستم های بیابانی (نمونه موردی: مرنجاب). مجله علمی پژوهشی مهندسی اکوسیستم بیابان، ۵ (۱۳)، ۱۲۹-۱۱۷.

شاطریان، محسن، کیانی سلمی، صدیقه، غلامی، یونس و منتصری، زهرا. (۱۳۹۶). اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه طبیعت گردی روستاهای بخش برزک - کاشان با تلفیق تکنیک های ANP و DEMATEL. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۷ (۴۴)، ۱۵۴-۱۳۱.

شمالی زاده، فرخنده، دشتی، سیده سولماز و حمادی، کاظم. (۱۳۹۴). تحلیل و ارزیابی پتانسیل و راهبردهای توسعه طبیعت گردی در دریاچه سد دز با استفاده از روش فریمن. فصلنامه علمی- پژوهشی اکوبیولوژی تالاب، ۷ (۲۵)، ۲۰-۵.

غلامی بيمرغ، یونس، موسوی، سیدعلی و وارثی، حمیدرضا. (۱۳۹۰). تحلیل بر وضعیت گردشگری شهرستان نورآباد ممسنی. تحقیقات جغرافیایی، ۲۶ (۱۰۱)، ۷۸-۴۹.

کاسه گر محمدی، شعیب و هاشمی، سید یوسف. (۱۳۹۴). بررسی استراتژی مدیریتی توسعه پایدار اکوتوریسم در شهر تنکابن. معماری و شهرسازی پایدار، ۳ (۲)، ۲۲-۱۱.

محمدی، بهاره، عظیمی، مژگان سادات و سپهری، عادل. (۱۳۹۵). بررسی شایستگی مراتع شرق استان گلستان به منظور طبیعت گردی (مطالعه موردی مناطق تیل اباد و خوض ییلاق در شهرستان آزادشهر، استان گلستان). نشریه علمی پژوهشی مرتع، ۱۰ (۳)، ۳۲۷-۳۱۵.

مخفی، گلناز، رونیاسی، نسیم، سبحان اردکانی، سهیل و یالپانیان، علی اکبر. (۱۳۹۱). مکان یابی مناطق مستعد توسعه گردشگری در شهرستان همدان. جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱ (۲)، ۹۴-۷۹.

موحد، علی و زاده دباغ، نسیم. (۱۳۸۹). ارزیابی توان اکولوژیک محدوده رودخانه دز حدفاصل سد تنظیمی تا بند قیر برای طبیعت گردی. محیط شناسی، ۳۶ (۵۵)، ۲۴-۱۳.

- موسوی، سیدحجت، کیانی، صدیقه، صادقی، آرش و فیض آبادی، حسین. (۱۳۹۶). ارزیابی قابلیت توسعه طبیعت گردی بر مبنای عیارسنجی اکولوژیکی و مدیریتی در زیستگاه حیات وحش عباس-آباد. *مجله علمی- پژوهشی مهندسی اکوسیستم بیابان*، ۶ (۱۶)، ۱۱۹-۱۳۴.
- نوحه گر، احمد، حسین زاده، محمدمهدی و پیراسته، اسماء. (۱۳۸۸). ارزیابی قابلیت های طبیعت-گردی جزیره قشم با بهره گیری از مدل مدیریت استراتژی SWOT. *جغرافیا و توسعه*، ۱۵، ۱۷۲-۱۵۱.
- وارثی، حمیدرضا، موسوی، سیدعلی و غلامی بيمرغ، یونس. (۱۳۹۲). تحلیلی بر طبیعت گردی آبشار مارگون با تأکید بر توسعه پایدار. *مجله علمی- پژوهشی برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)*، ۳ (۲)، ۵۷-۷۸.
- هاتفی شجاع، سمیه. (۱۳۹۶). نقش طبیعت گردی در توسعه پایدار روستای دره مرادیگ همدان با استفاده از مدل تحلیل سوات (SWOT). *فصلنامه روستا و توسعه*، ۲۰ (۲)، ۲۱-۱.
- یزدانی، علی، کیانی سلمی، صدیقه و بسحاق، محمدرضا. (۱۳۹۷). سنجش نقش جاذبه های طبیعت-گردی در توسعه گردشگری باغ بهاداران و تحلیل شاخص های مؤثر در آن. *جغرافیا و توسعه*، ۱۹۵-۲۰۱۸، ۵۳.
- یعقوبی، نورمحمد، قصاب زاده لنگری، زینب، آهنگ، فرحناز و غفاری، حسن. (۱۳۹۸). تدوین راهبردهای توسعه اکوتوریسم بیابان در دشت لوت. *مطالعات مدیریت راهبردی*، ۱۷۴-۱۵۱.

References

- Adom, D. (2019). The place and voice of local people, culture, and traditions: A catalyst for ecotourism development in rural communities in Ghana. *Scientific African*, 6, 1-12.
- Amjad, M. (2014). Thematic analysis to explore strategy implementation barriers. *British Academy of Management Conference*, Belfast, UK.
- Arsić, S., Nikolić, D., & Živković, Z. (2017). Hybrid SWOT - ANP - FANP model for prioritization strategies of sustainable development of ecotourism in National Park Djerdap, Serbia. *Forest Policy and Economics*, 80, 11-26.
- Ayachi, H., & Jaouadi, S. (2017). Problems and Perspective of Ecotourism in the island of Farahan: An Empirical Study based on Survey Data. *Society and Business Review*, 12 (2), 235-251.
- Badri, S., rahmani, K., sojasi qeydari, M., hasan poor, O. (2011). Strategies of Ecotourism Development in Marivan Township. *Journal of Rural Research*, 2(6), 31-54. [In Persian]

- Barbhuiya, M. R., & Chatterjee, D. (2020). Vulnerability and resilience of the tourism sector in India: Effects of natural disasters and internal conflict. *Tourism Management Perspectives*, 33 (100616), 1-13.
- Beaumont, N. (2011). The third criterion of ecotourism: are ecotourists more concerned about sustainability than other tourists? *Journal of Ecotourism*, 10 (2), 135-148.
- Beg, I., & Rashid, T. (2013). TOPSIS for hesitant fuzzy linguistic term sets. *International Journal of Intelligent Systems*, 28(12), 1162-1171.
- Benur, A., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224.
- Biggs, D., Hall, C. M., & Stoeckl, N. (2012). The resilience of formal and informal tourism enterprises to disasters: Reef tourism in Phuket, Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(5), 645-665.
- Bjork, P. (2007). *Critical issues in ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon* (J. Higham Ed), Oxford: Elsevier.
- Bramwell, B. (1998). User satisfaction and product development in urban tourism. *Tourism Management*, 19 (1), 35-47.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), pp. 77-101.
- Choi, M. (2020). Multiple environmental subjects: Governmentalities of ecotourism development in Jeungdo, South Korea. *Geoforum*, 110, 77-86.
- Daneshmehr, H., Karimi, A., & Safari, V. (2012). Investigating ecotourism and its outcomes in developing rural areas through SWOT. *Rural Studies*, 3(3), 209-234. [In Persian]
- Diamantis, D. (1999). The Concept of Ecotourism: Evolution and Trends. *Current Issues in Tourism*, 2 (2-3), 93-122.
- Donohoe, H. M., & Needham, R. D. (2006). Ecotourism: The evolving contemporary definition. *Journal of Ecotourism*, 5 (3), 192-210.
- Eriksson, F., & Lidström, M. (2013). *Sustainable development in ecotourism*, Degree project, Umeå School of Business and Economics, Costa Rica.
- Ezeani, J. E. (2015). Strategies for development: The role of planning in tourism. Retrieved on April 2, 2015, from <http://www.enugustatetourismboard.com/p.php?>
- Gholamibimorgh, Y., Moosavi, S., & Varesi, H. (2011). Analyzing the ecotourism conditions in Noorabad County, Mamasani. *Geographical Research*, 26(101), 49-78. [In Persian]
- Gummesson, E. (2006) Qualitative research in management: addressing complexity, context and persona. *Management Decision*, 44 (2), 167-179.

- Hajinejad, A., & Aghaei, V. (2013). Ecotourism Developing Optimum Strategies in Ardebil Province by Strategic Planning Method. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 8(22), 15-35. [In Persian]
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2006). *The geography of tourism & recreation: Environment, place and space*, 3rd ed, Oxon: Routledge.
- Harrison, J., Galland, D., & Tewdwr-Jones, M. (2021). Regional planning is dead: Long live planning regional futures. *Regional Studies*, 55(1), 6-18.
- Hassanimehr, S., & Koochi, S. (2011). Identifying potential capacities river basins as suitable locations for ecotourism: A case study of Shafa Rud Gilan. *Environmental Planning Quarterly*, 13, 105-118. [In Persian]
- Hatefi Shojae, S. (2017). The role of ecotourism in sustainable development in Darreh Morad Beyg, Hamedan, through SWOT model. *Rural Development Quarterly*, 20(2), 1-21. [In Persian]
- Honey, M. (2008). *Ecotourism and sustainable development: Who owns paradise?* 2nd Ed, Washington: Island Press.
- Hunt, C. A., & Harbor, L. C. (2018). Pro-environmental tourism: Lessons from adventure, wellness and eco-tourism (AWE) in Costa Rica. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28 (100202), 1-8.
- Ismail, N., Masron, T., & Ahmad, A. (2014). Cultural Heritage Tourism in Malaysia: Issues and Challenges, *SHS Web of Conferences 12*, 010 59, 2-8.
- Jozi, S., Rezaian, S., Irankhahi, M., Moradi, N. (2010). Presentation of Strategic Planning for Ecotourism Development in Mond Protected Area, Booshehr Province, using the "Freeman Method. *Environmental Sciences*, 7(4), 1-22. [In Persian]
- Kasehgar Mohammadi, S., Hashemi, Y., Mohamadi, A. (2016). Management strategies for sustainable development of ecotourism in the Tonekabon. *Journal of Sustainable Architecture and Urban Design*, 3(2), 11-22. [In Persian]
- Khatami Firouzabadi, Seyed Mohammad Ali, Jalali, Seyed Hossein, Parvardeh Seyed Ali Mohammad, (2013). Prioritizing of Strategy Implementation Obstacles among Energy sector's Contractors Using Fuzzy TOPSIS Method, *Journal of Industrial Management Studies*, 11(29), 113 [In Persian]
- Langley, A. (2007). Process thinking in strategic organization. *strategic organization*, 5 (3), 271. 282.
- Liou, J. J., Chuang, Y. C., & Tzeng, G. H. (2014). A fuzzy integral-based model for supplier evaluation and improvement. *Information Sciences*, 266, 199-217.

- Liu, J., Qu, H., Huang, D., Chen, G., Yue, X., & Zhao, X. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism, *Tour. Manag*, 41 (190), 201.
- Makhfi, G., Rooniasi, N., Sobhani Ardakani, S., & Yalpanian, A. (2012). Positioning areas with potentials for tourism development in Hamedan. *Environmental and Geographical Studies*, 1(2), 79-94. [In Persian]
- Mason, P. (2003). *Tourism Impacts, Planning and Management*. Butterworth-Heinemann, An imprint of Elsevier.
- Martínez, Y. C., Baños, M. R., & Monroy, H. C. (2018). Ecotourism as a path to sustainable development in an isolated Magic Town: The case study of La Trampa, Mexico. *Journal of Tourism Analysis*, 25 (1), 23-38.
- MCShea, L. B. (2010). *Critical Success Factors for Cultural Heritage Tourism Operations*, A Thesis Submitted to the Graduate Faculty of the University of Georgia in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Historic Preservation, Athens, Georgia.
- Miranda Lopez, R. F., Caisa Yucailla, E. D., Guamán Guevara, A. R., Pazmiño Solys, G. A., González Garcés, L. E., & Vallejo Chávez, L. M. (2017). Strategic penetration system in the market for the tourism business sector. *Global Advanced Research Journal of Management and Business Studies (GARJMBS)*, 6 (4), 95-103.
- Mohammadi, B., Azimi, M., & Sepehri, A. (2016). Evaluating the competencies of pastures in Golestan province for the purpose of ecotourism: A case study of Tilabad and Khoshyeylaq in Azadshahr county. *Pasture Research*, 10(3), 315-327. [In Persian]
- Mohammadian Mosammam, H., Sarrafi, M., Tavakoli Nia, J., & Heidari, S. (2016). Typology of the ecotourism development approach and an evaluation from the sustainability view: The case of Mazandaran Province, Iran, *Tourism Management Perspectives*, 18, 168-178.
- Moosavi, H., Kiani, S., Sadeghi, A., & Feizabadi, H. (2017). Assessing the capacity of ecotourism development based on ecological and management metrics in Abasabad Wildlife Habitat. *Desert Ecosystem Engineering*, 6(16), 119-134. [In Persian]
- Motlagh, E. Y., Hajjarian, M., Hossein Zadeh, O., & Alijanpour, A. (2020). The difference of expert opinion on the forest-based ecotourism development in developed countries and Iran. *Land Use Policy*, 94 (104549), 1-9.
- Movahed, A., & Zadeh-Dabagh, N. (2010). Assessing the ecologic capacity of the area between Dez river basin and the constructed dam location in

- Qir harbor for ecotourism. *Environmental Studies*, 36(55), 13-24. [In Persian]
- Nohegar, A., Hosseinzadeh, M., & Pirasteh, A. (2009). Evaluating ecotourism in Ghesm Island using SWOT strategy management. *Geography and Development*, 15, 151-172. [In Persian]
- Peršić, M., Janković, S., & Vlašić, D. (2005). Eco Hotels- Philosophy of the 21ST Century, Managing the Process of Globalization in New and Upcoming EU Members. *Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper Congress Centre Bernardin*, Slovenia.
- Prayag, G. (2018). Symbiotic relationship or not? Understanding resilience and crisis management in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 133–135.
- Rezaeian, S., Jozi., S., & Pirasteh, A. (2013). Proposing a strategic planning for ecotourism development in Ghesm Island through SWOT. *Environmental Sciences and Technology*, 15(1), 91-109. [In Persian]
- Roday, S., Biwal, A., & Joshi, V. (2010). *Tourism operations and management*. Oxford: University Press.
- Ryngnga, P. K. (2008). Ecotourism prioritization: A geographic information system approach. *journal of tourism and heritage*, 1(1), 49-56.
- Safarabadi, A. (2016). Assessing Ecotourism Potential for Sustainable Development of Coastal Tourism in Qeshm Island, Iran. *European Journal of Geography*, 7 (4), 53-66.
- Salari, A., & Arjmand, R. (2009). Managing environmental ecotourism in Kavir National Park using GIS. *Environmental Sciences and Technology*, 11(1), 173-186. [In Persian]
- Salman, A., Jaafar, M., Mohamad, D., & Malik, S. (2021). Ecotourism development in Penang Hill: a multi-stakeholder perspective towards achieving environmental sustainability. *Environmental Science and Pollution Research*, 8: 1-14.
- Shaterian, M., Kiani Salmi, S., & Zoormand, P. (2017). Evaluating factors affecting valuations of ecotourism in desert ecosystems: A case study of Maranjab. *Desert Ecosystem Engineering*, 5(13), 117-129. [In Persian]
- Shaterian, M., Kiani Salmi, S., Gholami, Y., & Montaseri, Z. (2017). Prioritizing factors affecting ecotourism development in Barzok district, Kashan by integrating DEMATEL and ANP techniques. *Applied Research in Geography*, 17(44), 131-154. [In Persian]
- Shemshad, M., & Malek Mohammadi, I. (2012). Analysis of Factors Affecting the Ecotourism Development (In Pasture and Forest

- Cooperatives in Golestan Province, Iran). *International Journal of Architecture and Urban Development*, 2 (4), 19-24.
- Shomalizadeh, F., Dashti, S., & Hamdi, K. (2015). Assessing the potential and strategies of ecotourism development in Dez Dam Lake through Freeman method. *Wetland Ecobiology Quarterly*, 7(25), 5-20. [In Persian]
- Soleimani, Y., and Sabzi, B., and Habibian, Sh. (1397). Development of ecotourism development strategies (Case: Black Cow Twin Lake, Abdanan city). *Heritage and Tourism*, 3 (9), 13-30. [In Persian]
- UNESCO World Heritage Centre. (2020). World Heritage List, available at: <https://whc.unesco.org/en/list/?order=country>.
- Varesi, H., Moosavi, S., & Gholamibimorgh, Y. (2013). Investigating ecotourism in Margoon Waterfall with a focus on sustainable development. *Geographical Space Planning*, 3(2), 57-78. [In Persian]
- Wondirand, A., Tolkach, D., & King, B. (2020). Stakeholder collaboration as a major factor for sustainable ecotourism development in developing countries. *Tourism Management*, 78 (104024), 1-21.
- Xu, Z., & Zhang, X. (2013). Hesitant fuzzy multi-attribute decision making based on TOPSIS with incomplete weight information. *Knowledge-Based Systems*, 52
- Yaghoubi, N., ghasabzadeh langari, Z., Ahang, F., Ghaffari, H. (2020). Develop the Desert Ecotourism Development Strategies in Lut Plain. *Journal of Strategic Management Studies*, 10(40), 151-174. [In Persian]
- Yazdani, A., Kiani Salmi, S., & Boshagh, M. (2018). Measuring the role of ecotourism attractions in tourism development of gardens and analyzing the effective factors. *Geography and Development*, 53, 195-218. [In Persian]

استناد به این مقاله: مباحثی، علی اصغر، شکاری، فاطمه، باقری، مسلم، معاون، زهرا، کیانی، مهرداد. (۱۴۰۱). مدل توسعه اکوتوریسم در ایران: ابعاد و استراتژی ها. *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۷(۵۷)، ۱۴۷-۱۷۸.



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