

## Research Paper

## Model Development of Nature Tourism with a Meta Synthesis Approach (Case Study: Iran)

Rahim Bazgir <sup>1</sup>, Farshid Namamian <sup>2\*</sup>, Alireza Islambolchi <sup>3</sup>, Ruhollah Sohrabi <sup>4</sup>

1. PhD Student, Department of Business Administration, Hamadan Branch, Islamic Azad University, Hamadan, Iran
2. Assistant Professor, Department of Business Administration, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran
3. Assistant Professor, Department of Public Administration, Hamadan Branch, Islamic Azad University, Hamadan, Iran
4. Assistant Professor, Department of Economics, Bu Ali Sina University, Hamadan, Iran

Received: 2019/7/10

Accepted: 2020/4/11

PP: 1-15

Use your device to scan and read the article online

**Keywords:**

Model, Development, Nature Tourism, Meta Synthesis

**Abstract**

Nature tourism With increasing development, is one of the pillars of the economy and the main sector of investment in the world. Iran, with abundant natural resources, is one of the five countries that have highest environmental and geographical diversity in the world. This study has determined the development model of nature tourism in Iran. The research method in this study is qualitative and a kind of study called Meta Synthesis. Library method has been used to collect data. The study population is all research related to the field of nature tourism, which was conducted between ۲۰۰۰ until ۲۰۲۰ Year that was obtained by searching the databases Scopus, Civilica, SID, IRANDOC, IEEE, ISC, Emerald, Science Direct, as well as Google Scholar. based on the evaluations Among the 1523 identified studies, 7 case of them were evaluated and interpreted. Based on this, 45 reference codes were identified, That whit By combining them, 13 themes are included in the form of 6 main categories Included: The attractiveness of the tourism region, the participation and cohesion of nature tourism stakeholders, the support of nature tourism governance, cultural factors, nature tourism marketing management and educational-cultural policies have been determined, That presented as a model for the development of nature tourism in Iran. attention to the results and identified factors resulting from this study can be a basis for managers and decision makers in the field of nature tourism in order to plan for the development and expansion of this industry in the country.

**Citation** Bazgir Rahim, Namamian Farshid, Islambolchi Alireza, Sohrabi Ruhollah. (2021). Model Development of Nature Tourism with a Meta Synthesis Approach (Case Study: Iran). Journal of Regional Planning , Vol 11, No 43, PP: 1-15

**DOI:** 10.30495/jzpm.2021.4018

**Corresponding author:** Farshid Namamian

**Address:** Assistant Professor, Department of Business Administration, Kermanshah Branch, Islamic Azad University, Kermanshah, Iran

**Tell:** :+989126548699

**Email:** farshidnamamian@gmail.com

## Extended Abstract

### Introduction:

Nature tourism become an important economic activity in natural areas around the world. This activity provides opportunity for visitors to experience the manifestations of nature and culture, and understand the importance of protecting biodiversity and local cultures (Drum & Moore, 2002: 2). Increasing development of nature tourism has made one of the pillars of the economy main sectors of investment in the world (Khaledi et al: 2015: 94). Iran Country , despite unique climate diversity (Faaljou & Nasirian, 2015: 26), and great potential in the field of nature tourism (Sarkhosh Sara et al, 2018: 2) hasnt achieved true place in the industry In a way Until 1398, the country has managed to register only two natural heritage sites of Lut Desert and Hyrcanian forests in the UNESCO World Heritage List. Therefore, in order to take advantage of Iran's nature tourism capacities, more detailed studies in this field are important.

### Integration method:

The aim of this study is fundamental, and the method used in it qualitative, of Meta Synthesis type. In the Meta Synthesis The researcher needs to thorough depth review of the documents under study and combine previous research with each other. The method collection data is library and the population studied are all research related to the field of nature tourism, which took place between 2000 and 2020, years, that have been extracted by searching the scientific databases inside and outside the country. Following the research, based on the process and pattern of Barso and Sandloski, the studies were determined and then all the factors extracted from the studies were identified as code, which, considering the meaning of each of these codes, put them in a similar concept (theme). Categorize to form research concepts and categories.

### research findings:

Among the 1523 identified research topics, based evaluations 7 of them were identified, interpreted and analyzed on the related to this study. Therefore, 45 referral codes were identified, that combined 13 of themes , 6 main categories, including the attractiveness of the tourist area, participation and cohesion of nature tourism stakeholders, support for nature

tourism governance, cultural factors, nature tourism marketing management and educational policies. Cultural, has been determined, that presented as a model for the development of nature tourism in Iran.

### Conclusion:

Due to the importance of nature tourism in development the economic, social and cultural of Iran, this study was conducted to present the development model of nature tourism in Iran. In this study by searching among domestic and foreign publications, 1523 articles on tourism were examined. Using the Meta Synthesis method and based on the model of Barso and Sandloski, with the subject and method of this research, only 7 of them were consistent They were excluded from the analysis process. Given that each of these studies pointed to aspects of the development of nature tourism, in order to summarize their results, by classifying, interpreting and analyzing codes, new categories are presented in the form of factors affecting the development of nature tourism.

One of the factors in the development of nature tourism in Iran, that is determined in this model, is the marketing management of nature tourism with the dimensions of advertising and information. Marketing and advertising play an important role in stimulating consumer experience in nature tourism services. Because understanding experience in the field of marketing is a new concept that has evolved over the last few decades from the concepts of production, sales, marketing, social marketing, and marketing related to the concept of experience-based marketing.

Educational and cultural policies with dimensions of cultural and educational mechanisms are among the factors affecting the development of tourism in Iran, which is specified in this model. In this regard, it can be said that culture building through formal and informal methods of education and changing the orientation of the education system and good governance as an efficient policy system are two practical approaches to move towards sustainable tourism development.

Welfare factors with the dimensions of facilities and infrastructures, economic facilities are other factors to development of

nature tourism in Iran, which has been identified in this study. Residential infrastructure is one of the most important components of tourism space system, so that the quantity and quality of infrastructure is effective in attracting tourists.

participation and coherence of tourism stakeholders with the dimensions of cohesion is one of the factors to development of nature tourism in Iran, which was determined in this study. People's participation in decision-making and policy-making is important in order to familiarize them with the obstacles and benefits of the nature tourism industry. People's participation is also one of the indicators of

development. Because community-based tourism is associated with the protection of the natural environment and resources and the development of nature tourism.

The attractiveness of the tourist area with the dimensions of location, side factors in the areas, natural attractiveness are other factors affecting the development of nature tourism. The attractiveness of destinations plays a decisive role in the potential tourism position in any region. Because nature tourism depends on the attractiveness of the environment. So that the attractiveness and sense of place is considered as a factor in repeating the tourism experience.



## مقاله پژوهشی

مدل توسعه گردشگری طبیعت با رویکرد فراترکیب (مطالعه موردی: کشور ایران)<sup>۱</sup>رحیم بازگیر<sup>۱</sup>، فرشید نامامیان<sup>۲\*</sup>، علیرضا اسلامبولچی<sup>۳</sup>، روح اله سهرابی<sup>۴</sup>

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

۳. استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران

۴. استادیار مدیریت تولید و عملیات، گروه حسابداری، دانشکده علوم اقتصادی و اجتماعی دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

## چکیده

گردشگری طبیعت با توسعه روز افزون، یکی از ارکان اقتصاد و از بخشها اصلی سرمایه گذاری در جهان محسوب می شود. کشور ایران با دارا بودن منابع طبیعی فراوان، جزو پنج کشوری است که دارای بیشترین تنوع محیطی و جغرافیای در سطح جهان است. این پژوهش با هدف تعیین مدل توسعه گردشگری طبیعت ایران صورت گرفته است. روش پژوهش در این مطالعه، کیفی و نوعی از متامطالعه به نام فراترکیب است. برای گردآوری داده ها از روش کتابخانه ای استفاده شده است. جمعیت مورد مطالعه، تمامی پژوهش های مرتبط با حوزه گردشگری طبیعت می باشد که در بازه زمانی سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ صورت گرفته که با جستجو از پایگاه های داده Civilica, Scopus, Emerald, JISC, IEEE, IRANDOC, SID, Science Direct و همچنین پایگاه تخصصی Google Scholar استخراج شده اند. از میان ۱۵۲۳ عنوان پژوهش شناسایی شده، تعداد ۷ مورد از آنها بر اساس ارزیابی های صورت گرفته مرتبط با این مطالعه تشخیص داده و مورد تفسیر و تحلیل قرار گرفتند. بر این اساس تعداد ۴۵ کد ارجاعی مشخص گردید که با ترکیب آنها، تعداد ۱۳ تم در قالب ۶ مقوله اصلی شامل، جذابیت منطقه گردشگری، مشارکت و انسجام ذینفعان گردشگری طبیعت، پشتیبانی حاکمیت از گردشگری طبیعت، عوامل فرهنگی، مدیریت بازاریابی گردشگری طبیعت و سیاستهای آموزشی- فرهنگی، تعیین گردیده، که به عنوان مدل توسعه گردشگری طبیعت ایران ارائه شده است. توجه به نتایج و عوامل شناسایی شده حاصل از این مطالعه می تواند مبنایی برای مدیران و تصمیم گیرندگان حوزه گردشگری طبیعت کشور به منظور برنامه ریزی در جهت توسعه و گسترش این صنعت در کشور باشد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۴/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱/۲۳

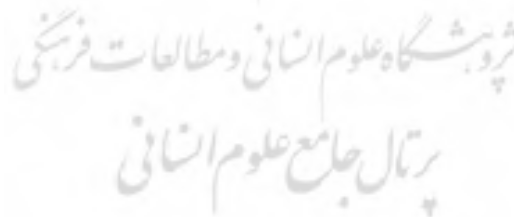
شماره صفحات: ۱۵-۱

از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید



## واژه های کلیدی:

مدل، توسعه، گردشگری طبیعت، فراترکیب



استاد: بازگیر رحیم، نامامیان فرشید، اسلامبولچی علیرضا، سهرابی روح اله (۱۴۰۰): مدل توسعه گردشگری طبیعت با رویکرد فراترکیب (مطالعه موردی: کشور ایران) ، فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای، سال ۱۱، شماره ۴۳، مژده: صص ۱۵-۹

DOI: 10.30495/jzpm.2021.4018

\* نویسنده مسئول: فرشید نامامیان

نشانی: استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران

تلفن: ۰۹۱۲۶۵۴۸۶۹۹

پست الکترونیکی: farshidnamamian@gmail.com

۱. این مقاله بر گرفته از متن رساله دکتری است.

## مقدمه

گردشگری طبیعت با توسعه روز افزون به یکی از ارکان اقتصاد و از بخشها اصلی سرمایه گذاری در جهان محسوب می شود (Khaledi et al, 2015:94). این صنعت به عنوان یکی از عوامل مهم ایجاد درآمد، ایجاد اشتغال و توسعه ساختارهای زیربنایی مورد توجه می باشد، به نحوی که بیشتر از هر فعالیت اقتصادی و صنعتی در جهان، موجب انتقال سرمایه شده و به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان از حیث درآمدزایی است (Panahi et al, 2017: 128). سازمان جهانی گردشگری آنرا بعنوان کاتالیزور اقتصادی، و عامل مهمی در رشد اقتصادی معرفی کرده است. بنابراین کشورهای در حال توسعه در جستجوی کسب منافع اقتصادی ناشی از صنعت گردشگری هستند (Esu, 2015:569). طبیعت گردی با ایجاد فرصتهای شغلی، به عنوان منبع درآمدی برای مناطق گردشگری و عاملی برای حفاظت از تنوع زیستی می باشد (Snyman & Bricker, 2019:706). همچنین طبیعت گردی فرصتی برای بهبود وضعیت زیست محیطی از طریق انتقال تجربیات گردشگران (Schild, 2019:630)، تغییرات پایدار در محیط طبیعی و اجتماعی (Bender et al, 2016:196) فراهم آورده است. طبیعت گردی علاوه بر منافع اقتصادی و اجتماعی فراوان دارای منافع فردی نیز می باشد به طوری که پیوند با طبیعت و درک تجربه طبیعت گردی همچنین گردش در فضای باز و افزایش فعالیت های جسمی موجب کاهش هزینه های مراقبت های پزشکی شده است (Karjalainen et al, 2010:3). کشور ایران، با وجود داشتن تنوع آب و هوایی کم نظیر (Faaljou & Nasirian, 2015: 26)، وجود پتانسیلهای فراوان در زمینه گردشگری طبیعت (Sarkhosh Sara et al, 2018:2) هنوز نتوانسته است جایگاه واقعی خود را در این صنعت به دست آورد به طوری که تا سال ۱۳۹۸ این کشور نتوانسته است موفق به ثبت تنها دو میراث طبیعی کویر لوت و جنگلهای هیرکانی در سازمان جهانی یونسکو شود (MCHT). لذا به منظور بهره برداری از ظرفیتهای طبیعت گردی کشور ایران، بررسی های دقیق تری در این زمینه دارای اهمیت می باشد. هر چند مطالعاتی در زمینه گردشگری طبیعت ایران صورت گرفته است و لیکن این مطالعات با تمرکز بخشی و جزئی به موضوع پرداخته اند ولیکن ترکیب نتایج تمام این پژوهشها و دستیابی به مدل جامع توسعه گردشگری طبیعت ایران ضروری به نظر می رسد. لذا این پژوهش به دنبال پاسخ به سوالات زیر است.

- ابعاد توسعه گردشگری طبیعت ایران کدامند؟

- مدل توسعه گردشگری طبیعت ایران چگونه است؟

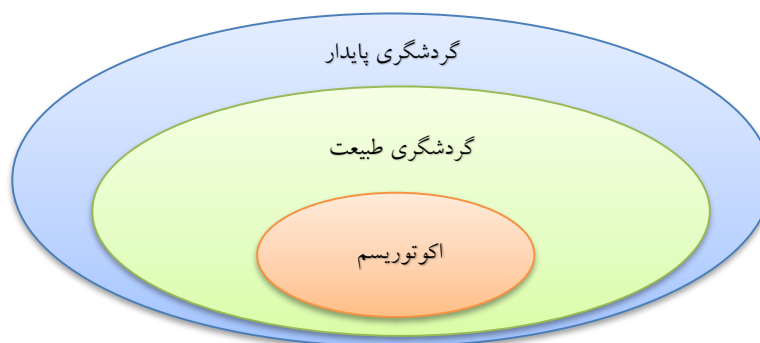
## مبانی نظری و پیشینه تحقیق:

طبیعت گردی به یک فعالیت اقتصادی مهم در مناطق طبیعی سراسر دنیا تبدیل شده است. این فعالیت، فرصت هایی را برای بازدید کنندگان فراهم می کند تا مظاهر طبیعت و فرهنگ را تجربه کنند، و اهمیت حفاظت از تنوع زیستی و فرهنگ های محلی را درک نمایند (Drum & Moore, 2002:2) و هم زمان نیز منافع اقتصادی مانند کاهش فقر را برای جوامع ساکن در مکان های دوردست به ارمغان آورند (Zeng, 2020: 2). همچنین گردشگری مبتنی بر طبیعت یک خدمت فرهنگی است که مردم از طریق اکوسیستم به رشد معنوی و شناختی، تأمل، تفریح و تجربیات زیبایی شناسی دست می یابند (Kim et al, 2019: 249). همچنین موجب بهبود زیرساخت ها، حفاظت و بازسازی فرهنگها، افزایش آگاهی زیست محیطی می شود (Yotsumoto & Wang, 2019: 188).

## گردشگری پایدار، گردشگری مبتنی بر طبیعت و اکوتوریسم:

در گردشگری مبتنی بر طبیعت معمولاً پارادایم پایداری مطرح می شود. هچت<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) اشاره دارد، گردشگری پایدار، گردشگری مبتنی بر طبیعت و اکوتوریسم با تاکید بر جنبه های طبیعی، اجتماعی و فرهنگی گردشگری، مفهومی مشابه دارند. از طرفی کوئیزی و مک نیل<sup>۳</sup> (۲۰۰۸) نظریه ای خلاف آن دارند و ارتباطی بین آنها قائل نمی شود، زیرا اهداف گردشگری مبتنی بر طبیعت با اکوتوریسم و گردشگری پایدار منطبق نیست بر همین اساس زیفر<sup>۴</sup> (۱۹۸۹) استدلال کرده است که بین اکوتوریسم و گردشگری مبتنی بر طبیعت تفاوت وجود دارد زیرا اولی الزاماً پایبندی به مجموعه خاصی از اصول است و گردشگری مبتنی بر طبیعت، صرفاً سفرهای تفریحی است که شامل مصرف منابع طبیعی منطقه است. براساس آنچه بیان شد در شکل (۱) ارتباط بین اکوتوریسم، گردشگری مبتنی بر طبیعت و گردشگری پایدار به تصویر کشیده شده است.

1. Ministry of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism
2. Hecht
3. Coehenes & McNeill
4. Ziffer



شکل ۱. ارتباط بین اکوتوریسم، گردشگری مبتنی بر طبیعت  
منبع: Marzuki et al, 2011:2

### توسعه گردشگری طبیعت:

امروزه همه کشورها پذیرفته‌اند که توسعه در هر زمینه‌ای تنها با برنامه‌ریزی امکان پذیر است. این موضوع بخصوص در ارتباط با توسعه پایدار بیشتر اهمیت می‌یابد. توسعه طبیعت‌گردی پایدار، به دلیل اهمیت و تاثیرات بالقوه مثبت و منفی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و محیط زیستی که دارد، بدون برنامه‌ریزی امکان‌پذیر و دست نیافتنی است (2: Khaksari, 2003). زیرا برنامه‌ریزی برای شناسایی مناطق مستعد گردشگری طبیعت و مطالعه دقیق برای امکان‌سنجی این مناطق به لحاظ قدرت جذب گردشگر و ایجاد امکانات زیربنایی از راهکارهای گسترش صنعت گردشگری طبیعت است (11: Rezvani, 1995). چون که الگوهای نوین توسعه بر بهره‌گیری از تنوع‌های مکانی و فضایی استوار هستند. که زیرساختها و مدیریت می‌توانند به این موضوع کمک نماید (196: Shaterian et al, 2016).

مشارکت مردم و متصدیان مربوط به امر حفاظت محیط زیست جهانی، میراث فرهنگی و طبیعی، از عوامل مؤثر در توسعه صنعت گردشگری قلمداد می‌شود (112: Abdul Manafi & Ozkia, 2011). محققین معتقدند توسعه در گردشگری مبتنی بر طبیعت به مولفه‌های کیفیت خدمات دهی به مصرف‌کنندگان، جذابیت محیطی، حفاظت از منابع زیست محیطی و فرهنگی، حمل و نقل، مسکن، امکانات لازم برای بازدیدکنندگان، تعامل مؤثر با گردشگران، و زیرساخت‌های آب رسانی در مناطق مورد بازدید بستگی دارد (Alaeddinoglu & solkhokhan, 2011: 199). تحرک جمعیتی و توسعه فناوری، هماهنگی بین نهادهای متفاوت جامعه از جمله نهادهای اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی نیز بر توسعه این صنعت مؤثر شناخته شده است (175: Shah Hosseini, 2013). نظام گردشگری نوعی کنش بین عرضه و تقاضای گردشگری است. به طوری که عوامل عرضه گردشگری در برگیرنده تسهیلات واحدهای اقامتی و خدمات گردشگری، قوانین و مقررات مرتبط با گردشگری، سیاست‌های تسهیل سرمایه‌گذاری و راهبردها و برنامه‌های بازاریابی می‌باشد (97: Amiri et al, 2019). از طرفی تقاضا یا انگیزه گردشگران برای سفر به مناطق گردشگری در بستر ادراک از ظرفیتهای و جاذبه‌های توریستی مکان مورد نظر شکل می‌گیرد. ظرفیت‌های گردشگری یک مکان مشتمل بر ساختاری نظام مند از چشم‌اندازها و امکاناتی است که برحسب میزان جذابیتشان گردشگران را به سوی خود جذب خواهند کرد. همچنین تمایل گردشگران به تجربه کردن فرهنگهای متفاوت از انگیزه‌های اصلی گردشگری است (366: Tovar & Lockwood, 2008). زیرا گردشگری بستری برای تبادل و حفظ هویت فرهنگی و عاملی برای ارتقاء سطح آگاهی و فرهنگ عمومی است.

علی‌رغم مزایای فراوان گردشگری طبیعت، ممکن است باعث ایجاد پیامدهای منفی برای مناطق گردشگری شود به طوری که برنامه‌ریزی غیر اصولی در گردشگری، افزایش بیش از حد امکانات گردشگری و مدیریت نامناسب جریان گردشگری مشکلات زیست محیطی و تخریب منابع طبیعی را در بر داشته (3: Tang, 2015) و کیفیت جاذبه‌های گردشگری طبیعی را تحت تأثیر قرار داده و توسعه پایدار گردشگری مبتنی بر طبیعت را به خطر انداخته است. همچنین مشکلات زیست محیطی هنگامی رخ خواهد داد که شدت فعالیت گردشگری بیش از ظرفیت حمل‌آکولوژیک مناطق باشد و منجر به درگیری بین توسعه گردشگری مبتنی بر طبیعت و حفاظت از محیط زیست شود (3: Shi et al, 2015). توسعه پایدار گردشگری مبتنی بر طبیعت با حفظ تعادل بین حفاظت از محیط زیست و اکوسیستم، و کسب مزایای اقتصادی محقق خواهد شد (2: Fadafan, 2018). لذا برای جلوگیری از گسترش تخریب طبیعت و به منظور حفاظت از منابع موجود، روش‌های آموزشی و آگاه‌سازی مردم ضروری است زیرا حفاظت پایدار را در گرو آن می‌باشد. همچنین توجه به ظرفیت برد به عنوان عاملی در جلوگیری از تخریب طبیعت

مورد توجه است. زیرا ظرفیت برد ابزاری برای برنامه ریزی و مدیریت گردشگری برای حمایت از منطقه بوده که کیفیت بازدید از مناطق طبیعت گردی را تضمین می کند (Manning et al, 2002:31).

به منظور دستیابی به نتایج حاصل از تحقیقات گذشته در جهت عمق بخشی به موضوع مورد مطالعه به بررسی پیشینه تحقیقات صورت گرفته در این زمینه پرداخته شده است که اهم نتایج آنها ارائه شده است.

یافته های پژوهش آقایان صفار حیدری (۱۳۹۸) نشان می دهد که اثرات تخریبی گردشگری به نوع تلقی و نگاه گردشگران به طبیعت بستگی دارد. به طوری که هم اکنون به علت نگاه تکنیکی، اقتصادی و سوداگرانه انسان به صنعت طبیعت گردی، ارتباط عمیق میان انسان و طبیعت با بحران مواجه گشته است.

نتایج تحقیقات تائوتائوو و همکاران (۲۰۱۹) به این موضوع اشاره دارد که توسعه امکانات و سیاستهای گردشگری تاثیر مثبتی بر افزایش جذابیت و رونق گردشگری می شود.

نتایج پژوهش افیلا و همکاران (۲۰۱۸) بر این موضوع تاکید دارد که تقاضای گردشگری به تغییرات قیمت خدمات توریستی حساس است. نتایج حاصل از پژوهش یان (۲۰۱۸) بر این نکته تاکید دارد که توسعه گردشگری طبیعت به چهار عامل، تغییر سبک زندگی، افزایش امید به زندگی، علاقه مندی به مناطق طبیعی و مهاجرت معکوس بستگی دارد.

برنت و همکاران (۲۰۱۷) توسعه گردشگری طبیعت محور را از دیدگاه گردشگران بازدیدکننده از مناطق حفاظت شده مورد بررسی قرار داده اند. یافته ها نشان می دهد، گردشگران به تجربه فعالیت های گردشگری مبتنی بر جاذبه های طبیعی علاقه مند هستند، و پیشنهاد می دهند اقدامات مدیران در مناطق مستعد برای ایجاد فرصت تجربه گردشگری طبیعت محور برای گردشگران گسترش یابد.

نتایج پژوهش هاندريانا و آمبارا (۲۰۱۶) نشان می دهد سرمایه گذاری در جهت تغییر رفتارهای مسئولانه گردشگران در کاهش اثرات منفی گردشگری بر طبیعت و محیط زیست اثرگذار است.

نتایج حاصل از پژوهش ساندر و همکاران (۲۰۱۶) به این موضوع اشاره دارد که تغییرات اقلیمی مانند تغییرات آب و هوایی و افزایش سطح دریا خطرات بسیاری را در مقایسه با دیگر تهدیدات برای گسترش طبیعت گردی دارد.

ژینگ و همکاران (۲۰۱۶) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که انگیزه های کوشی برای توسعه گردشگری در طبیعت شامل چشم انداز منطقه، اطلاعات، امکانات رفاهی و فعالیت های مختلف سرگرم کننده می باشند. همچنین انگیزه های رانشی عواملی مانند رسیدن به آرامش، کسب دانش و فرار از زندگی روزمره می باشند که در شکل گیری تجربه گردشگری موثرند.

### مواد و روش تحقیق:

امروزه انجام پژوهش های ترکیبی که عصاره تحقیقات انجام شده در یک موضوع خاص را به شیوه نظام مند و علمی فرآوری پژوهشگران قرار دهد به طور روز افزون گسترش یافته است. یکی از روش هایی که به منظور بررسی، ترکیب و آسیب شناسی تحقیقات گذشته در چند سال گذشته معرفی شده است فرامطالعه می باشد که تجزیه و تحلیلی عمیق از کارهای پژوهشی انجام شده در یک حوزه خاص در سال های گذشته را در بر دارد. فرامطالعه دربرگیرنده مجموعه فراترکیب، فراترکیب، فراروش و فرانظریه است (Edwards & Davies, 2009).

از آنجایی که هدف این پژوهش ارائه مدل توسعه گردشگری طبیعت است از نظر هدف بنیادی و روش استفاده شده در این پژوهش، کیفی و از نوع اکتشافی است. شناسایی و دسته بندی ابعاد توسعه گردشگری طبیعت، براساس الگوی بارسو و ساندلوسکی صورت گرفته است. در این راستا با بهره گیری از نتایج تحقیقات صورت گرفته از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ مرتبط با موضوع و روش پژوهش، نتایج آنها را برای پاسخگویی به سئوالات پژوهش ترکیب و تفسیر نموده است. به طوری که مدل بدست آمده حاصل تفسیر و تحلیل یافته های پژوهشهای قبلی است.

### مراحل فراترکیب:

فراترکیب مستلزم آن است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی را نسبت به اسناد مورد مطالعه انجام دهد و تحقیقات قبلی را با یکدیگر ترکیب کند.

1. Taotao
2. Ofelia
3. Libo Yan
4. Brent
5. Handriana & Ambara
6. Sandra
7. Jing

در این رابطه باروسو و سندلوسکی الگوی هفت مرحله ای را ارائه داده اند. بنابراین گامهای انجام این پژوهش برطبق این الگو انجام شده است.



شکل ۲. فرآیند پژوهش فراترکیب  
(Barroso and Sandelowski, 2007)

**گام اول، تنظیم سؤال پژوهش:** نخستین گام در روش فراترکیب تنظیم سؤالات پژوهش است. با در نظر گرفتن هدف پژوهش سؤالات پژوهش عبارتند از:

ابعاد توسعه گردشگری طبیعت ایران کدامند؟  
مدل توسعه گردشگری طبیعت ایران چگونه است؟

### گام دوم، مروری نظام مند بر ادبیات :

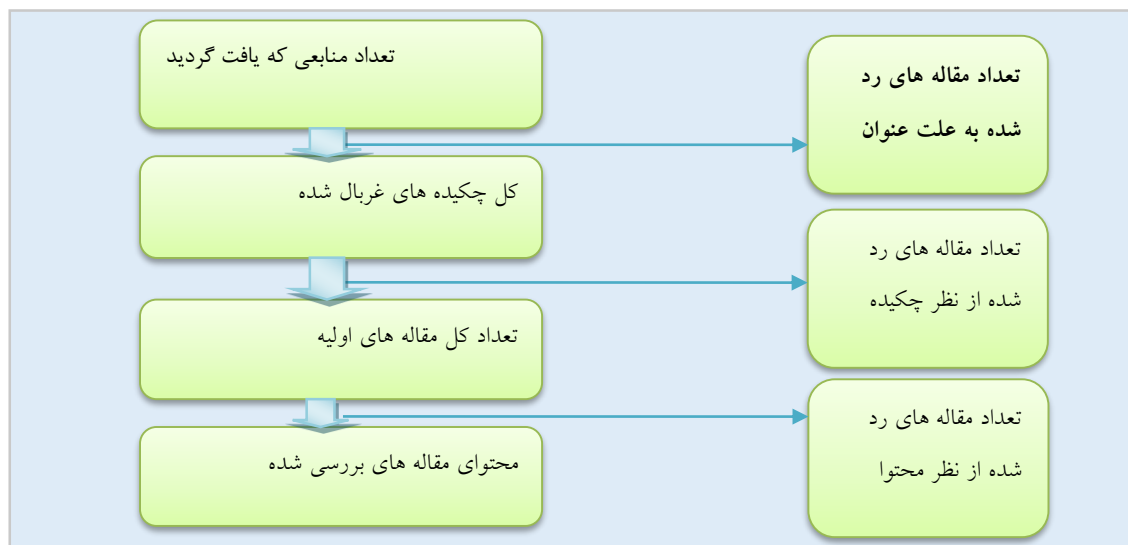
در این مرحله با هدف دستیابی به اسناد و مطالعات معتبر در زمینه گردشگری طبیعت، به جستجوی سیستماتیک کلید واژه های گردشگری و گردشگری طبیعت در بین مقالات منتشر شده در بازه زمانی بین سالهای 2000 تا ۲۰۲۰ تمرکز نموده و به بررسی آنها در بین مجلات علمی مختلف و معتبر داخلی و خارجی همچون گوگل اسکولار، امرالد، ساینس دایرکت، اسکوپوس، ایران داک، سید، نورمگز، ماگیران، جهاد دانشگاهی و همایشهای علمی، متن مطالعات منتخب را تهیه نموده است.

**گام سوم، جستجو و انتخاب متون مناسب:** در فرآیند جستجو پژوهشگر مشخص می کند که آیا مقالات یافت شده متناسب با سؤال پژوهش می باشد یا خیر. بنابراین در این پژوهش با در نظر گرفتن سؤالات پژوهش تعداد ۱۵۲۳ مقاله را که مرتبط با موضوع مورد مطالعه بوده اند شناسایی و دریافت نموده و با هر مرحله بازبینی تعدادی از آنها که با سؤال و هدف پژوهش تناسبی ندارد، حذف می کند. خلاصه این فرآیند در شکل شماره (3) ارائه شده است.

با توجه به شکل شماره (3) برای ارزیابی کیفیت پژوهشهای انجام شده مرتبط با موضوع مورد مطالعه از ابزار برنامه مهارت های ارزیابی حیاتی استفاده شده است. منطق گزینش مقالات بدین ترتیب است که بر اساس شاخصهای ده گانه، اهداف تحقیق، منطق روش، طرح تحقیق، روش نمونه برداری، جمع آوری داده ها، انعکاس پذیری، ملاحظات اخلاقی، دقت تجزیه و تحلیل دادهها، بیان واضح و روشن یافته ها و ارزش پژوهش، امتیازاتی از ضعیف (1) تا عالی (۵) به هر شاخص در نظر گرفته می شود به طوری که، در مجموع به هر مقاله امتیازی تعلق گرفته که در سطوح طبقه عالی (۴۱ تا ۵۰)، خیلی خوب (۳۱ تا ۴۰)، خوب (۲۱ تا ۳۰)، متوسط (۱۰ تا ۲۱) و ضعیف (۰ تا ۱۰) دسته

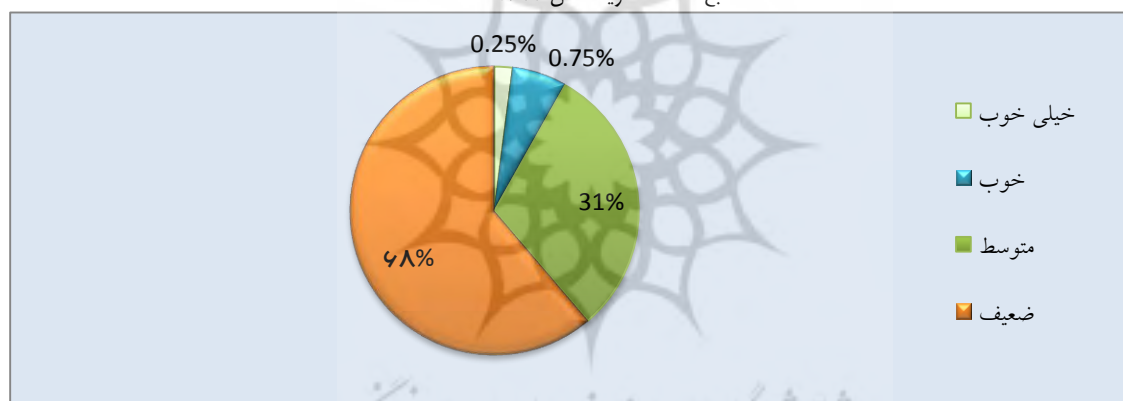


بندی شده اند. در نهایت مقالاتی که امتیاز آنها کمتر از ۳۰ (خوب) باشد حذف شده اند. نسبت مقالات نهایی شده در شکل شماره (۴) ارائه شده است.



شکل ۳. فرایند جستجو و پذیرش مقالات

منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸



شکل ۴. نمودار نسبت مقالات از نظر شاخص ده گانه

منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸

با توجه به شکل شماره (۴) براساس برنامه مهارت های ارزیابی حیاتی از کل مقالات دریافت شده 0.25 دارای امتیاز خیلی خوب و 0.75، امتیاز خوب را کسب نموده و در مجموع ۷ مقاله در روند تحلیل و تفسیر قرار گرفته اند و مابقی مقالات جمع آوری شده کنار گذاشته شده اند.

#### گام چهارم، استخراج اطلاعات متون:

با مطالعه نتایج و محتوای مقالات منتخب نهایی کدهایی که مرتبط با واژه های کلیدی پژوهش بودند بر اساس نام و نام خانوادگی نویسنده و سال انتشار مقاله جهت به کارگیری و تحلیل انتخاب شده اند. لازم به ذکر است که در این مطالعه به لحاظ فراوانی تعداد ۴۵ کد تعیین شده است.

#### مرحله پنجم: تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته های کیفی:

هدف متاترکیب ایجاد تفسیر یکپارچه و جدید از یافته ها می باشد. این روش برای شفاف سازی مفاهیم، الگوها و نتایج در پالایش حالت‌های موجود دانش و ظهور مدل‌های عملیاتی و تئوریها پذیرفته شده است. لذا در این پژوهش ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعه ها به عنوان

کد در نظر گرفته شده و سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از این کدها، آنها را در یک مفهوم مشابه (تم) دسته بندی کرده تا به این ترتیب مفاهیم پژوهش شکل داده شود. ارتباط بین کدها، تم و مقوله ها در جداول شماره (۱) ارائه شده است.

جدول ۱. تعیین مقوله با استفاده از کدها

مقوله ها	تم	کد	منبع
جاذبیت منطقه گردشگری	جاذبیت طبیعی	موقعیت استراتژیک - ویژگیهای زمین شناسی - شرایط منحصر به فرد جنگلهای استوایی - موقعیت زمین شناسی - جاذبه های طبیعی	(Marzuki et al, 2011) - (محمدی، ۱۳۹۲)
	عوامل جانبی در مناطق	بازارهای مرزی	(محمدی، ۱۳۹۲)
	موقعیت مکانی	ارتباط با کشورها - دروازه گردشگری - وضعیت مناسب مکانی - حس مکان	(Marzuki et al, 2011) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)
	منحصر به فرد بودن	میراث تاریخی متفاوت	(محمدی، ۱۳۹۲)
عوامل رفاهی	امکانات اقتصادی	امکانات و توان مالی - مدیریت مالی	(تقوی فرد و اسدیان، ۱۳۹۵) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)
	امکانات و زیر ساختها	امکانات اقامتی - زیر ساخت های حمل و نقل - زیرساختهای فناوری اطلاعات (سخت افزار و نرم افزار) - سیستمهای اطلاعاتی - روشهای نوین فناوریانه - مدیریت حمل و نقل	(Marzuki et al, 2011) - (تقوی فرد و اردکانی، ۱۳۹۵) (ضرغام بروجنی صداقت، ۱۳۹۷)
سیاستهای آموزشی و فرهنگی	ساز و کارهای فرهنگی	فرهنگ بومی پذیرنده - فرهنگ سازی مناسب	(محمدی، ۱۳۹۲) - (تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵)
	آموزش	آموزش و تربیت نیروی انسانی - پژوهش در گردشگری	(تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)
مدیریت و پشتیبانی حاکمیت از گردشگری طبیعت	عوامل مدیریتی	سیاستهای اجرایی - برنامه ریزی و سیاست گردشگری - مدیریت سبز گردشگری - کنترل و نظارت گردشگری - مدیریت یکپارچه	(تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷) (تقوی، ۱۳۹۷)
	پشتیبانی دولت	حمایت کافی دولت - وجود قوانین و مقررات حمایتی و اجرایی - تشویق سرمایه گذاری گردشگری - حکمرانی در گردشگری	(تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵) - (Hong, 2011) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)
	ایجاد امنیت گردشگری	حفظ امنیت و حریم شخصی افراد - ایمنی در گردشگری - امنیت	(تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷) (تقوی، ۱۳۹۷)
مشارکت و انسجام ذینفعان گردشگری	انسجام بین بخشی	ایجاد هماهنگی و همکاری بین متولیان و موسسات گردشگری - مشارکت و انسجام ذینفعان گردشگری	(Hong, 2011) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷)
مدیریت بازاریابی گردشگری	تبلیغات و اطلاع رسانی	افزایش تبلیغات - ایجاد کمپین های بازاریابی - اطلاع رسانی عمومی - آگاه سازی مردم - وجود اطلاعات دقیق - تصویب سیاست های تبلیغاتی جدید در جهت اطلاع رسانی - بازاریابی گردشگری - توجه به بازار هدف	(Marzuki et al, 2011) - (تقوی فرد و اسدیان اردکانی، ۱۳۹۵) - (Hong, 2011) (ضرغام بروجنی و صداقت، ۱۳۹۷) (امینیان و سید تقوی، ۱۳۹۷)
منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸			

با توجه به جدول شماره (۱) با تفسیر پژوهش‌های صورت گرفته تعداد ۴۵ کد ارجاعی شناسایی شده است که پس از تحلیل و ترکیب آنها در قالب ۱۳ تم و ۶ مقوله اصلی به عنوان عوامل توسعه گردشگری طبیعت ایران ارائه شده اند.

**کنترل کیفیت:** در این مرحله به منظور ارزیابی کیفیت مطالعه از روایی و پایایی استفاده می شود به گونه ای که از روش روایی محتوی برای تعیین اعتبار استفاده گردید. یعنی مدل ایجاد شده در اختیار خبرگان قرار داده شده است که پس از بررسی مورد و با انجام برخی اصلاحات در نهایت مورد تایید آنان قرار گرفت. جهت بررسی پایایی نیز از روش ضریب کاپای اکوهن استفاده شده است. این شاخص برای محاسبه پایایی بین خبرگان و پژوهشگر در نحوه کدگذاری استفاده می شود. به طوری که پس از محاسبه مشخص گردید ضریب کاپا عدد ۰/۷۰۱ را نشان می دهد و چون طبق نظر پژوهشگران اگر این ضریب بیش از ۰/۶ باشد حاکی از پایایی در کد گذاری است. لذا پژوهش دارای پایایی می باشد.

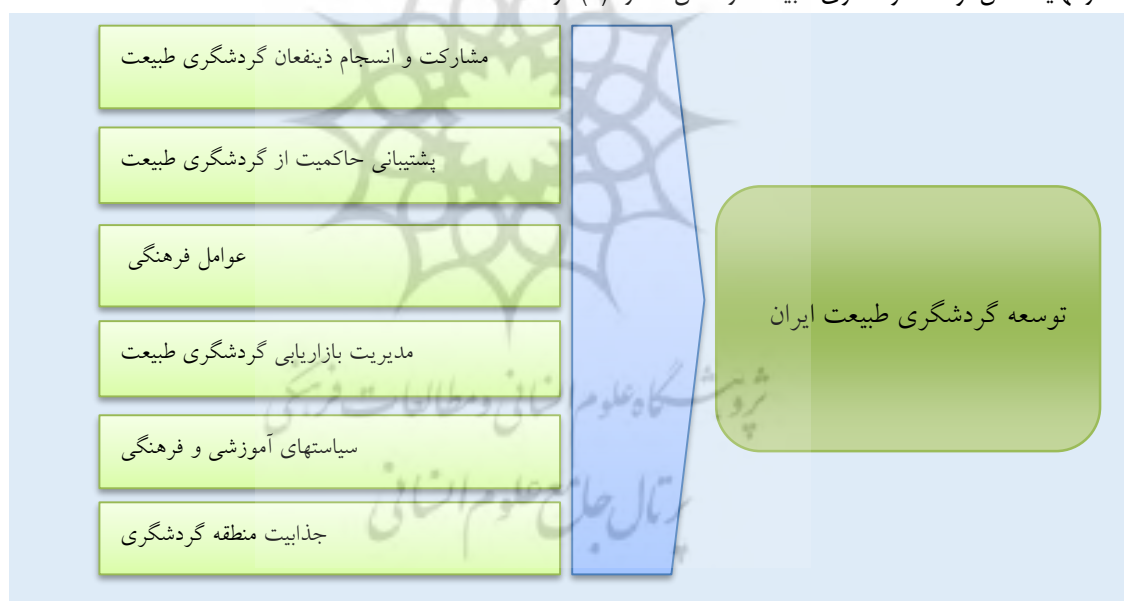
جدول ۲. آزمون توافق بین پژوهشگر و خبرگان در کدگذاری

تعداد مشاهدات معتبر	مقدار	انحراف معیار برآوردی	برآورد t	معناداری برآورد sig
درجه توافق کاپا	۰/۷۰۱	۰/۱۶	۳/۵	۰/۰۰۰

منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸

### مرحله هفتم: بحث و ارایه یافته ها تحقیق:

با اطلاعات بدست آمده از مطالعات صورت گرفته و تحلیل آنها طبق روش پژوهش مدل توسعه گردشگری طبیعت ایران تعیین شده است. براساس این مدل ابعاد جذابیت منطقه گردشگری، مشارکت و انسجام ذینفعان گردشگری طبیعت، پشتیبانی حاکمیت از گردشگری طبیعت، عوامل فرهنگی، مدیریت بازاریابی گردشگری طبیعت، سیاستهای آموزشی و فرهنگی به عنوان عوامل توسعه گردشگری طبیعت قلمداد شده اند. در نهایت مدل توسعه گردشگری طبیعت در شکل شماره (۵) ارائه شده است.



شکل ۵. مدل فرا ترکیب گردشگری طبیعت

منبع: مطالعات نویسندگان، ۱۳۹۸

### نتیجه گیری:

نظریه اهمیت گردشگری طبیعت در توسعه و رونق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور ایران، این مطالعه به منظور ارائه مدل توسعه گردشگری طبیعت ایران انجام گرفته است. در این پژوهش با جستجو در بین نشریات داخلی و خارجی ۱۵۲۳ مورد مقاله در مورد گردشگری مورد بررسی قرار گرفت که با استفاده از روش فرا ترکیب و بر اساس الگوی بارسو و ساندلوسکی تنها ۷ مورد از آنها با موضوع و روش این پژوهش هم خوانی داشته و مابقی آنها از روند تحلیل کنار گذاشته شدند. با توجه به اینکه هر کدام از این پژوهشها به ابعدی از توسعه گردشگری طبیعت

اشاره کرده بودند لذا به منظور جمع بندی نتایج آنها، با طبقه بندی، تفسیر و تحلیل کدها، مقوله های جدید در قالب عوامل موثر بر توسعه گردشگری طبیعت ارائه شده است.

از عوامل توسعه گردشگری طبیعت ایران که در این مدل تعیین شده است، مدیریت بازاریابی گردشگری طبیعت با ابعاد تبلیغات و اطلاع رسانی می باشد. بازاریابی و تبلیغات نقش ارزنده ای در تحریک مصرف کننده تجربه خدمات گردشگری طبیعت دارد. زیرا درک تجربه در حوزه بازاریابی مفهوم جدیدی است که طی چند دهه اخیر به تدریج از مفاهیم تولید، فروش، بازاریابی، بازاریابی اجتماعی و بازاریابی رابطه مند به مفهوم بازاریابی مبتنی بر تجربه تکامل پیدا کرده است. در تایید این موضوع به پژوهش هوبنر و همکاران (۲۰۱۴) اشاره می شود که بر نقش بازار محور بودن گردشگری و تاثیر مدیریت بازاریابی بر توسعه این صنعت توجه شده است.

از عوامل موثر بر توسعه گردشگری طبیعت ایران که در این مدل مشخص شده است سیاستهای آموزشی، فرهنگی با ابعاد ساز و کارهای فرهنگی، آموزش می باشد. در این رابطه می توان گفت فرهنگ سازی از طریق شیوه های رسمی و غیررسمی آموزش و تغییر جهت گیری نظام آموزشی و حکمروایی خوب به عنوان نظام سیاست گذاری کارآمد دو رویکرد عملی برای حرکت به سمت توسعه پایدار گردشگری است. در تایید این موضوع می توان به نتایج حاصل از پژوهش شبیری (۱۳۹۲) اشاره نمود.

عوامل رفاهی با ابعاد امکانات و زیر ساختها، امکانات اقتصادی از دیگر عوامل توسعه گردشگری طبیعت ایران هستند که در این پژوهش مشخص گردیده است. زیر ساختهای اقامتی یکی از مهمترین اجزای نظام فضایی گردشگری است به طوری که کمیت و کیفیت زیرساختها در جذب گردشگران موثر است. در این رابطه سلیمانی مقدم (۱۳۹۰) معتقدند کیفیت و میزان تسهیلات مراکز اقامتی بازتابی از نیاز و سلیقه مشتریان و پویایی بازار است.

مشارکت و انسجام ذینفعان گردشگری با ابعاد انسجام بین بخشی از عوامل توسعه گردشگری طبیعت ایران می باشد که در این پژوهش تعیین گردید. مشارکت مردم در تصمیم سازیها و سیاستگذاریها به منظور آشنایی آنها با موانع و مزایای حاصل از صنعت طبیعت گردی اهمیت دارد. امین بیدختی و همکاران (۱۳۹۳) تاکید دارند مشارکت مردم از شاخص های توسعه به شمار می رود. چون گردشگری جامعه محور با حفاظت از محیط طبیعی و منابع و توسعه گردشگری طبیعت همراه است. نتایج تحقیقات، علیقلی زاده فیروزجایی و همکاران (۱۳۹۴) نیز به این موضوع تاکید دارد.

جذابیت منطقه گردشگری با ابعاد موقعیت مکانی، عوامل جانبی در مناطق، جذابیت طبیعی از دیگر عوامل موثر بر توسعه گردشگری طبیعت شناخته شده است. جذابیت مقاصد نقش تعیین کننده ای در موقعیت بالقوه گردشگری در هر منطقه ایفا می کند (Liu, 2012). زیرا گردشگری طبیعت وابسته به جذابیت محیط زیست می باشد (Chiu et al, 2014). در تایید این موضوع، به نتایج تحقیقات میرزاییگی و همکاران (۱۳۹۳) اشاره می شود که جذابیت و حس مکان به عنوان عاملی در تکرار تجربه گردشگری قلمداد شده است.

مدیریت و پشتیبانی حاکمیت از گردشگری طبیعت با ابعاد پشتیبانی دولت، ایجاد امنیت گردشگری از دیگر عوامل توسعه گردشگری طبیعت ایران است که در این پژوهش مشخص گردید. نقش حاکمیت و دولت در تمام بخشهای اقتصادی و به طور خاص در صنعت گردشگری بی بدیل است. برنامه ریزی و تصمیم سازی های هدفمند می تواند موجب توسعه و گسترش طبیعت گردی شود. در این رابطه ویکن، نیسته و داووسون (۲۰۱۶) تاکید دارند، جایگاه حکومتها و مسئولیت پذیری آنها، مهمترین عامل در توسعه صنعت گردشگری است.

با توجه به نتایج حاصل از این مطالعه، تامل بر ابعاد و مولفه های این مدل از طرف مدیران و تصمیم گیرندگان گردشگری و برنامه ریزی در جهت به کار گیری نتایج حاصل از آن را می توان گامی در جهت توسعه و رونق این صنعت رو به رشد به حساب آورد. در این خصوص نیز برای دیگر پژوهشگران پیشنهاد می شود مدل های مشابهی را برای سایر حوزه های گردشگری طراحی کنند تا سایر مولفه های موثر بر توسعه صنعت گردشگری تعیین شود. همچنین توسعه مدل با استفاده از دیگر تکنیکهای مدل سازی مانند نظریه داده بنیاد پیشنهاد می شود.

## References:

1. Abdul Manafi, Tahereh, Azkia, Mostafa (2011): Factors Affecting the Tourism Industry in Kelardasht Rural Area, Journal of Agricultural Extension and Education Research Journal, No 1, pp 97\_112
2. Alaeddinoglu, Faruk., Selcuk Can, Ali (2011): Identification and classification of nature based tourism resources. The 2nd International Geography Symposium GEOMED, Available online at www.sciencedirect.com, pp 198\_207
3. Aligholizadeh Firoozjaei, Nasser, Ghanbarzadeh Ash'ari, Arezoo (2015): Measuring the support of rural residents for tourism development in rural areas and the factors affecting it, Journal of Tourism Planning and Development, No 15, pp170\_188

4. Aminian, Nasser, Mir Ali, Seyed Naqavi, (2018): Presenting a Model of Optimal Tourism Governance in Iran, *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, Volume 13, No 42, pp67\_120
5. Amiri, Foujan, Mohebbi, Sirajuddin, Ranjbar, Mohammad Hossein, Bagheri, Mehdi, (2019): Identification of factors affecting tourism marketing and providing a suitable model of ecotourism and rural tourism (Case study: Hormozgan province), *Journal of Regional Planning Research*, Year 9, No. 35, pp 95\_104
6. Barroso, Julie. Sandelowski, Margarete, (2007): Using Qualitative Metasummary to Synthesize Qualitative and Quantitative Descriptive Findings, *Research in Nursing & Health*, Vol 30, pp 99\_111
7. Bender, N.A.; Crosbie, K.; Lynch, H.J, (2016): Patterns of tourism in the Antarctic Peninsula region: A 20-year analysis, *Antarct. Sci*, Vol 28, pp 194\_203.
8. Brent D. Moyle, Pascal Scherrer, Betty Weiler, Erica Wilson, Noah Nielsen, (2017): Assessing preferences of potential visitors for nature-based experiences in protected areas, *Tourism Management*, Vol. 62, October 2017, pp 29\_114
9. Drumm, A., Moore, A, ( 2002): *Ecotourism Development-A Manual for Conservation Planners and Managers*, volume 1. <https://www.researchgate.net/publication/277786951>
10. Edwards M., Davies M., Edwards A, (2009): What are the external influences on information exchange and shared decision-making in healthcare consultations: A meta-synthesis of the literature, *Patient education and counseling*, Vol 75(1), pp 37\_52
11. ESU, Basse B, (2015): Transforming the Nigeria tourism industry through tourism entrepreneurial development, *African Journal of Business Management*, Vol 9, pp 569\_580.
12. Faaljou, Hamid Reza, Nasirian, Ebrahim (2015): The Impact of the Global Financial Crisis on Tourism Demand in the Middle East and North Africa, *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, Year 10, pp 25\_52
13. Fadafan, F.K., Danehkar, A., Pourebrahim, S, ( 2018): Developing a non-compensatory approach to identify suitable zones for intensive tourism in an environmentally sensitive landscape, pp 152\_166
14. Handriana, T. A, (2016): Responsible environmental behavior intention of travelers on ecotourism sites, *Tourism and Hospitality Management*, 22(2), pp 135\_150.
15. Heung, Vincent C.S. Kucukusta, Deniz Song Haiyan, (2011): Medical tourism development in Hong Kong: An assessment of the barriers *Tourism Management*, pp 995\_1005
16. Hübner, Anna. Phong. Lý T. Phong Truong S. Châu, H, (2014): Good governance and tourism development in protected areas: The case of Phong Nha-Ke Bang National Park, central Vietnam, *Koedoe* 56(2), Art. #1146, 10 pages. <http://dx.doi.org/10.4102/koedoe>. Vol 56i2.1146pp 1
- in B. Weiler and C.M. Hall (Eds) *Special Interest Tourism*. Belhaven Press: London
17. Jing (Bill) Xu. Shukman, Chan, (2016): A new nature-based tourism motivation model: Testing the moderating effects of the push motivation, *Tourism Management Perspectives* Vol 1, pp 107\_110
18. Karjalainen, E.; Sarjala, T.; Raitio, H, (2010): Promoting human health through forests: Overview and major challenges. *Environ. Health Prev.* pp 1\_8
19. Khaledi, Shahriyar, Salehian Badi, Saeed, Sidali, Mohsen, (2012): The position of desert ecotourism in the development of rural settlements (Case study: Matin Abad-Badrud tourist accommodation), *Journal of Regional Planning Research*, year 2 No 8, pp 93\_103
20. Khodaei, Zahra, Khalilabad Police Station, Hossein (2012): Tourism Development with Emphasis on the Role of Human Resources Training, *Quarterly Journal of Urban Management Studies*, Year 4, No12, pp 47\_59
21. Kim, Yoonjung, Kima, Choong-ki, Kun, Lee, Hyun-woo Lee, Dong, Rogelio II. Andrada T, (2019): Quantifying nature-based tourism in protected areas in developing countries by using social big data, *Tourism Management*, Vol 72, pp 249\_256
22. Manning, R, (2002): How much is Too Much? Carrying Capacity of National Parks and Protected Areas. *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas Conference Proceedings* by A. Arnberger, pp 306\_313
23. Marzuki, Azizan, Mohd Hashim, Nor Arbaayah, Rofe, Matthew (2011): Nature-Based Tourism Development in Northern Peninsular Malaysia. An Analysis of Tourism Potentials and Constraints. Paper Presented in Track, Governance, Politics and Conflict at the 3rd World Planning Schools Congress, Perth, pp 4\_8.

24. Ofelia Lobo Rodríguez, Martha , Alberto, Flores Sánchez, Carlos , Quiroz, Cruz Estrada, Isaac (2018): Factors that affect the demand of tourism in Mexico: competitive analysis, *Revista de Análisis Turístico*, Vol. 25 Issue: 2, pp.154\_166.
25. Panahi, Hossein, Masoumzadeh, Sara, Razaghi, Somayeh, (2017): Study of the effect of exchange rate on the level of tourism payment in Iran, *Quarterly Journal of Applied Economic Theories*, No2, pp 127\_142
26. Rezvani, Abdollah (1995): *Geography and Tourism Industry*, Tehran, Payame Noor University Publishers.
27. Saffar Heydari, Hojjat, Saeed (2019): Phenomenological reflection on the relationship between ecotourism and environmental degradation: with emphasis on Heidegger's philosophical ideas, *Journal of Tourism Planning and Development* , year 8, No 28, pp 8\_32
28. Sandelowski M., Barroso J., Voils C.I, (2007): Using qualitative metasummary to synthesize qualitative and quantitative descriptive findings, *Research in Nursing & Health*, Vol 30(1), pp 99\_111
29. Sandra M. De Urioste-Stone, Lena Le, Matt D. Scaccia, Emily Wilkins, (2016): Nature based tourism and climate change risk, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*
30. Sarkhoshsara, Ali, Nasrollahi, Khadijeh, Azarbayjani, Karim (2018): Analysis and Review of the Relationship between Revenues and Expenditures of the Tourism Sector with Economic Growth, *Quarterly Journal of Tourism Research and Development*, Year 7, Issue 3, pp1\_24.
31. Schild, R, (2019): Civic recreation: Outdoor recreationists as advocates, stewards, and managers of natural resources. *Environ. Manag.* 2019, Vol 63, pp 629\_646.
32. Shah Hosseini, Hadith (2013): Recognition of motives and factors affecting the level of satisfaction of nature travelers from traveling to Qeshm, *Scientific Research Quarterly Journal of Tourism Management Studies of the ^th year 4*, pp 145\_182
33. Shaterian, Mohsen, Gholami, Yousef and Mir Mohammadi, Mohammad (2017): Evaluation of Sustainable Urban Tourism Development Indicators Case Study, Kashan City, *Journal of Applied Research in Geographical Sciences*, No 46, pp 195\_214
34. Shi, Y., Zhang, W., Ren, J.M., Zhang, J.P, ( 2015): Ecological suitability assessment and ecomapping for tourism development in an Eco-sensitive region. *Acta Ecol. Sin.* Vol 35 (23), pp7887\_7898.
35. Snyman, S.; Bricker, K.S, (2019): Living on the edge: Benefit-sharing from protected area tourism. *J. Sustain. Tour*, Vol 27, pp705\_719.
36. Soleimani Moghadam, Mohammad, Eslami, Ghasem (2011): The role of residential infrastructure in tourism activities in Rasht city, *Journal of Human Resource Planning Studies*, Vol 6, Number 17, pp 105\_115
37. Taghavi Fard, Mohammad Taghi, Asadian Ardakani, Faezeh, (2016): Presenting the Model of Electronic Tourism Development with an Applied Structural Modeling Approach, *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, Year 11, pp 19\_39
38. Tang, Z, ( 2015): An integrated approach to evaluating the coupling coordination between tourism and the environment. *Tourism Manage.* Vol 46, pp 11\_19.
39. Taotao Deng, Yukun Hu, Mulan M, (2019): Regional policy and tourism: A quasi-natural experiment · *Annals of Tourism Research* ,Vol 74 ·pp 1\_16.
40. Tehran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture, Deputy for Economic Studies, (2015): Review of the situation of the tourism industry and the role of the private sector, pp 1\_17
41. Tovar, C., & Lockwood, M. (2008): Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, 10, pp 365\_378 .
42. Usuki, M, (2004): Environmental Education and Ecotourism for Conservation towards Sustainability of Local Communities, *Journal of Tourism Studies*, Vol 2, pp 117\_131.
43. Valentine, P.S, (1992): Review Nature-based tourism pp. 105\_128.
44. Yan ,Libo (2018): Origins of nature tourism in imperial China, *Journal of Tourism Futures*, Vol. 4 Issue: 3, pp,265\_274.
45. Yotsumoto· Yukio .Wang, Liguo, (2019): Conflict in tourism development in rural Chinat· *Tourism Management· journal homepage· www.elsevier.com/locate/tourman*, pp 188\_200.
46. Zargham Boroujeni, Hamid, Sedaghat, Maryam (2018): Process Model of Sustainable Development of Sustainable Tourism of the Islamic Republic of Iran, *Data Foundation Theory with Emphasis on Five*

Years of Economic, Social and Cultural Development Programs, Tourism and Development Quarterly, Year 7, No 3, pp25\_73

47. Zeng Yuxi, Zhong Linshenga, (2020): Identifying conflicts tendency between nature-based tourism development and ecological protection in China, Ecological Indicators, 109 pp1\_14.

48. Ziffer, K.A., (1989): Ecotourism: The Uneasy Alliance, Conservation International/Ernst & Young

