



The University of Tehran Press

Town & Country Planning

Online ISSN: 2423-6268

Home Page: <https://jtcp@ut.ac.ir>

Spatial Analysis of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural (Study Case: Territorial Region 9)

Soraya Azizi¹ | Abdolreza Roknoddin Eftekhari^{2*} | Mehdi Pourtaheri³ | Hosein Sadeghi Saghdel⁴

1. Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: s_azizi@modares.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: eftekhaha@modares.ac.ir
3. Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: mahdit@modares.ac.ir
4. Department of Economics, Faculty of Management and Economics, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. Email: sadeghih@modares.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article History:

Received October 10, 2023
Revised November 29, 2023
Accepted December 04, 2023
Published online 27 April 2024

Keywords:

*Small Businesses,
Clusters,
Gutman,
Territorial Region 9.*

ABSTRACT

Considering the importance of small businesses in the country's economy, clusters can provide a suitable platform for the sustainability of tourism destinations due to their many relative and competitive advantages. Therefore, the current research aims to explain the spatial clustering of small businesses in tourist villages. This research has been done in a descriptive survey method, which is based on a survey of experts and stakeholders. The statistical population of the study (including 128 villages with 189 ecotourism Ecolodges in the 9th Territorial Region (North, Razavi, and South Khorasan). According to the personal estimation method, 20% of the volume of the statistical population was used as a basis, which finally determined the number of 26 villages. Data analysis was done using GIS software. The results of the multi-criteria analysis technique showed that the villages of Namagh, Mazinan, Zaferanieh, Arzeneh, and Karimo have stronger potential than the other villages studied, and the results of the Gutman model showed that the villages of Kang, Zafaranieh, Khorashad, Firouze, and Ruyin have They are at a high level in terms of wealth compared to other studied villages. Also, the characteristics of small rural business clusters were examined and the results showed that small rural tourism businesses in the region do not have geographical and sectoral concentration, in terms of internal and external linkages, horizontal communication and the vertical between rural small businesses and other businesses has been excellent in most cases and poor in some cases.

Cite this article: Azizi, S.; Roknoddin Eftekhari, A.; Pourtaheri, M. & Sadeghi Saghdel, H. (2024). Spatial Analysis of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural (Study Case: Territorial Region 9). *Town and Country Planning*.16 (1), 69-86. Doi: [10.22059/jtcp.2023.366513.670412](https://doi.org/10.22059/jtcp.2023.366513.670412)



© Soraya Azizi, Abdolreza Roknoddin Eftekhari, Mehdi Pourtaheri, Hosein Sadeghi Saghdel

Publisher: University of Tehran Press.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jtcp.2023.366513.670412>



انتشارات دانشگاه تهران

آمایش سرزمین

سایت نشریه: <https://jtcp@ut.ac.ir/>

شاپا الکترونیکی: ۶۲۶۸-۲۴۲۳

تحلیل فضایی خوشه‌های گردشگری با تأکید بر کسب‌وکارهای کوچک روستایی (مورد مطالعه: منطقه ۹ آمایش سرزمین)

ثریا عزیزی^۱ | عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری^{۲*} | مهدی پورطاهری^۳ | حسین صادقی سقدل^۴

۱. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: s_azizi@modares.ac

۲. نویسنده مسئول، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: eftekhaha@modares.ac

۳. گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: mahdit@modares.ac

۴. گروه اقتصاد، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. رایانامه: sadeghih@modares.ac

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ‌های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۱۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۲/۰۸

کلیدواژه:

خوشه‌ها،

کسب‌وکارهای کوچک،

گاتمن،

منطقه ۹ آمایش.

با توجه به اهمیت کسب‌وکارهای کوچک در اقتصاد کشور، خوشه‌ها به دلیل برخورداری از مزایای متعدد نسبی و رقابتی می‌توانند بستر مناسبی را برای پایداری مقاصد گردشگری فراهم آورند. از این رو، هدف از پژوهش حاضر تبیین فضایی خوشه‌های کسب‌وکارهای کوچک در روستاهای گردشگری است. این پژوهش به شیوه توصیفی-پیمایشی انجام شد و بر پایه نظرخواهی از خبرگان و ذی‌نفعان استوار است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۲۸ روستا در منطقه ۹ آمایش سرزمین (استان‌های خراسان شمالی و رضوی و جنوبی) است. بر اساس روش تخمین شخصی ۲۰ درصد از حجم جامعه آماری مینا قرار گرفت که در نهایت تعداد ۲۶ روستا تعیین شد. تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار GIS صورت گرفت. نتایج حاصل از تکنیک حاصل ضرب تحلیل چندمعیاره نشان داد روستاهای نامق، مزینان، زعفرانیه، ارزنه، کریمو دارای پتانسیل قوی تری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه هستند و نتایج حاصل از مدل گاتمن نشان داد روستاهای کنگ، زعفرانیه، خراشاد، فیروزه، و رویین به لحاظ برخورداری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارند. همچنین به بررسی مشخصات خوشه‌های کسب‌وکارهای کوچک روستایی پرداخته شد و نتایج در این مورد نشان داد کسب‌وکارهای کوچک گردشگری روستایی در منطقه از تمرکز جغرافیایی و بخشی برخوردار نیستند و به لحاظ پیوندهای درونی و بیرونی به این صورت بود که ارتباطات افقی و عمودی میان کسب‌وکارهای کوچک روستایی با هم و سایر کسب‌وکارها در بیشتر موارد عالی و در برخی موارد نیز ضعیف است.

استناد: عزیزی، ثریا؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و صادقی سقدل، حسین (۱۴۰۳). تحلیل فضایی خوشه‌های گردشگری با تأکید بر کسب‌وکارهای کوچک روستایی

(مورد مطالعه: منطقه ۹ آمایش سرزمین). *آمایش سرزمین*، ۱۶ (۱) ۶۹-۸۶

DOI: <http://doi.org/10.22059/jtcp.2023.366513.670412>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© ثریا عزیزی، عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری، مهدی پورطاهری، حسین صادقی سقدل

DOI: <http://doi.org/10.22059/jtcp.2023.366513.670412>



بیان مسئله

امروزه جهت توسعه صنعت گردشگری که نقش آفرینان آن بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند رهیافت جدیدی با عنوان رهیافت خوشه‌ای به اجرا گذاشته شده است که رقابت‌پذیری هر چه بیشتر بنگاه‌ها را از طریق ساماندهی روابط بنگاه‌های کوچک و متوسط و حتی بزرگ هدف‌گذاری کرده است (سلطانی و بستان، ۱۳۹۶: ۲). در نتیجه این سازماندهی، کسب‌وکارهای کوچک علاوه بر نوآوری و انعطاف‌پذیری توانسته‌اند توان رقابتی خود را بالا ببرند و محیط خلاق و پویایی را برای کسب‌وکار فراهم سازند (ضرغام و امینی، ۱۳۹۰: ۹۶)؛ طوری که مبتنی بر این سازماندهی سازمان‌های بین‌الملل نظیر بانک جهانی و سازمان ملل متحد طرح‌های متعددی را در کشورهای مختلف (افریقای جنوبی، کوبا، آریزونا، و ...) در چارچوب خوشه‌سازی اجرا و حمایت کرده‌اند. از این رو، با توجه به ویژگی‌های گردشگری روستایی، توجه به خوشه‌بندی فضایی گردشگری برای دستیابی به تعادل پایدار ضرورت دارد (مرادی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۸). در این زمینه متناسب با تغییرات تکنولوژیکی و ارزیابی مداوم نیازهای بازار و فناوری توسعه خوشه‌سازی کسب‌وکارهای کوچک مورد توجه سیاست‌های اقتصادی و صنعتی مناطق به‌ویژه مناطق گردشگری قرار گرفته است (موحدی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۸). افزون بر این، خوشه‌های کسب‌وکار با مزایای حاصل از هم‌جواری و هم‌مکانی واحدهای کسب‌وکار (داداش‌پور و همکاران، ۱۳۹۲: ۹۴) بستر مناسبی برای ترویج تولیدات محلی، نوآوری، یادگیری جمعی و دسترسی بهتر به بازارهای رقابتی (دسترسی به مهارت‌ها، خدمات مشترک، زیرساخت‌های فیزیکی و علمی، شبکه، بازاریابی، سیستم‌های تولید، نوآوری و منابع مالی) فراهم کرده است (موحدی و همکاران، ۱۳۹۹: ۶۹).

از آنجا که کسب‌وکارها عمدتاً با مشکلاتی نظیر نبود همکاری بین‌بنگاهی، فقدان توانایی در ارائه خدمات جدید و بهتر، شناخت ناکافی از مشتریان، فقدان نوآوری، کمبود زیرساخت‌های مناسب تبلیغاتی، و ... روبه‌رو هستند (حاجی‌محمدامینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳) برون‌داد این مسئله به لحاظ پیامدها می‌تواند سبب ناپایداری مقاصد، بی‌عدالتی، نارضایتی، کاهش گردشگران، و ... شود (عزیزی و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۵). بنابراین ویژگی‌هایی چون تمرکز، همکاری و رقابت در خوشه باعث می‌شود شاکله زنجیره ارزش گردشگری شکل گیرد و متعاقباً آثار آن در توسعه منطقه‌ای منعکس شود. خوشه‌های گردشگری دربرگیرنده واحدهای گردشگری هستند که از نظر جغرافیایی در سطوح مختلف روستا و شهر و شهرستان پراکنده‌اند. گردشگری روستایی نیز همانند دیگر بخش‌های ملی- منطقه‌ای یکی از مهم‌ترین سطوح گردشگری در پهنه‌های روستایی است (Otar et al., 2017: 344).

نواحی روستایی در منطقه ۹ آمایش به دلیل پیشینه تاریخی، شرایط اقلیمی، انواع جاذبه‌ها به مکانی مناسب جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شده است. به عبارت دیگر گسترش صنعت گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند سبب اشتغال‌زایی و ماندگاری جمعیت روستایی شود. اما، با وجود این شرایط، تبلیغات ضعیف جهت معرفی روستاهای گردشگری و عدم توازن و تعادل در توزیع زیرساخت گردشگری سبب عدم توسعه گردشگری می‌شود. در همین زمینه، در مقیاس منطقه شاهد بی‌نظمی‌های فضایی در پراکندگی منابع، جاذبه‌ها، محصولات و به‌ویژه خدمات پشتیبانی گردشگری و در نهایت شبکه‌ای سازمان‌یافته از مقصدهای گردشگری هستیم که مانعی بزرگ بر سر راه توسعه گردشگری پایدار است.

مرور پیشینه نظری و تجربی درباره خوشه‌های گردشگری نشان داده است یک خوشه توسعه یافته می‌تواند بستر مشارکت بین ذی‌نفعان محلی، تنوعی از محصولات و خدمات منحصر به فرد گردشگری توسط بخش‌ها و نهادهای مختلف، افزایش درآمد و اشتغال، مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری، و عرضه محصولات و خدمات گردشگری را فراهم کند.

از مشخصات خوشه‌های گردشگری می‌توان به تمرکز جغرافیایی و بخشی، همکاری در ارائه خدمات مکمل برای گردشگران و چالش‌ها و فرصت‌های مشترک را نام برد (معرفی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۵۴).

بر این اساس هدف از پژوهش حاضر تبیین فضایی خوشه‌های کسب‌وکارهای کوچک در روستاهای گردشگری است. در این زمینه سؤالات پژوهش به این صورت است که ابتدا توزیع فضایی خوشه‌های گردشگری در سطح منطقه چگونه است؟ ثانیاً در محدوده مورد مطالعه خوشه‌های گردشگری وجود دارد؟ یا به عبارت دیگر، آیا کسب‌وکارهای کوچک گردشگری دارای تمرکز جغرافیایی و بخشی هستند و روابط همکاری میان آن‌ها چگونه است و چه چالش‌هایی وجود دارد؟

پیشینه نظری و تجربی پژوهش

راهبرد خوشه‌ای یکی از الگوهای موفق سازمان‌دهی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است که نزدیک به سه دهه بیشترین نقش را در توسعه منطقه‌ای داشته است. اولین بار، در ارتباط با صنایع، مارشال با تأکید بر اهمیت تعاون و همکاری بدان اشاره کرد و پس از آن مایکل پورتر در سال ۱۹۹۰ در دانشگاه هاروارد آن را مطرح کرد که در نهایت نظریه به نام او به رسمیت شناخته شد. در ایران نیز اجرای پروژه‌های مختلف توسعه خوشه‌های کسب‌وکار ابتدا در بخش صنعت^۱ (۱۳۸۲) و پس از آن در بخش گردشگری (۱۳۹۰) توسط معاونت صنایع کوچک وزارت صنایع و معدن ایران تصویب شد. در حوزه توسعه پیشینه نظری نیز کتاب و مقالاتی تألیف شده است^۲ (مفاخری و قادرمرزی، ۱۴۰۰: ۲۴۷). بنابراین اگرچه تا مدت‌ها خوشه‌های گردشگری در مرحله جنینی بودند، اکنون در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری به کانون مباحث تبدیل شده‌اند و کارهای ارزنده‌ای در این زمینه صورت گرفته است.

طبق تعریف پورتر، خوشه به معنای شکل‌گیری یک سیستم کار جمعی بین بازیگران مختلف است که سبب ارزش افزوده برای همه مقاصد گردشگری می‌شود (Thaithong, 2016: 28-29).

همان‌طور که پورتر می‌گوید، از آنجا که اعضای خوشه به یکدیگر وابسته هستند عملکرد بهتر یک بنگاه سبب موفقیت جمعی آن‌ها می‌شود. تأکید بر درک چگونگی تأثیر عملکرد ذی‌نفعان، منابع، و سرمایه اجتماعی موجود در تشکیل خوشه‌های گردشگری مؤثر است. بنابراین، درک روابط متقابل و شبکه‌های موجود بین ذی‌نفعان گردشگری بسیار مهم است و این امکان را برای ایجاد خوشه‌هایی فراهم می‌آورد که هویت یک مکان، عملکرد اقتصادی، و تعاملات بین بازیگران و فعالیت‌ها و منابع را شکل می‌دهد (Thaithong, 2016: 28-29).

خوشه‌ها بسته به عمق و پیچیدگی‌شان شکل‌های متنوعی دارند و شامل خوشه‌های طبیعی یا خودجوش^۳ و ایجادی^۴ هستند. به عبارتی مانند یک کیک چندلایه از تعاملات اقتصادی محسوب می‌شوند که شامل نهادهای اقتصادی پایه (زیرساخت‌ها، منابع انسانی، سرمایه، محیط کسب‌وکار)، عرضه (آموزش، توزیع، بازاریابی، و...)، و بازار نهایی (مصرف‌کننده) است. اردن، لبنان، ارمنستان، ترکیه، و... کشورهایی هستند که از طریق راهبرد خوشه‌سازی بر چالش‌های موجود کسب‌وکارهای گردشگری خود غلبه کردند (حاجی محمدامینی و همکاران، ۱۳۹۰: ۳).

کسب‌وکارهای کوچک در حال حاضر نیز به دلیل مقیاس کوچک تولید، دوری از بازارهای عمده مصرف، و... توان رقابت خود را از دست داده‌اند. با وجود این، آن‌ها نقش مهمی در توسعه اقتصاد محلی و کمک به توسعه مناطق حاشیه‌ای دارند. بنا به نظر پورتر مناطق باید از توسعه اقتصادی انباشته سنتی فرا روند و خوشه‌های رقابتی ایجاد کنند تا به یک مقصد بسیار رقابتی بدل شوند (فاضلی، ۱۳۹۵: ۱).

بر مبنای مدل الماس پورتر فرایند ایجاد خوشه گردشگری دولت بخش خصوصی و جوامع محلی و گردشگران هستند که بر اساس فاکتورهای شرایط عوامل رقابتی، وجود صنایع مهم و حمایت‌کننده، شرایط تقاضا، ملاحظات محیط زیستی مقصد، و استراتژی کسب‌وکار و رقابت خوشه‌های گردشگری در منطقه را شکل می‌دهند (شکل ۱ و ۲).

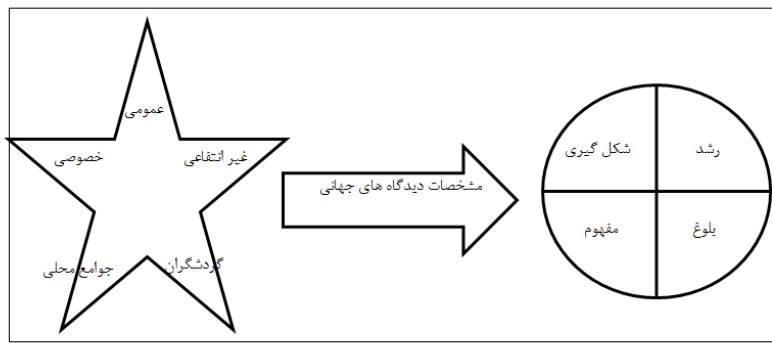
این عوامل هر یک با بخش‌های مختص به خود با بدنه دولت مرتبط هستند (اصل پیوند افقی) و بر اساس سیاست‌های کلی در نظر گرفته شده کنترل و پایش می‌شوند (اصل پیوند عمودی). همچنین این عوامل در ارتباط متقابل با بخش‌های خصوصی و جوامع محلی و گردشگران هستند (اصل پیوند افقی) که این ارتباط باعث ارائه استراتژی‌های مختلف برای محصولات گردشگری و نوآوری می‌شود و آموزش هر چه بهتر نیروی انسانی را در پی دارد (آستا، ۱۳۹۵: ۶۹).

۱. شناسایی ۱۹۲ خوشه صنعتی در ۱۷ استان کشور.

۲. چاپ کتاب ارزشمند حسینی، به نام خوشه گردشگری، رهیافتی نوین در صنعت گردشگری، در سال ۱۳۸۵ و پایان‌نامه چون طراحی الگوی گردشگری پزشکی ایران

۳. خوشه طبیعی در مقابل خوشه ایجادی است و منظور از آن خوشه‌هایی است که به طور خودجوش طی سالیان گذشته شکل گرفته‌اند.

۴. معمولاً سیاست عمومی کشورها ایجاد خوشه نیست، بلکه شناسایی خوشه‌های موجود و خودجوش و کمک به آن‌ها برای توسعه و پایداری است.



65

شکل ۱. مراحل خوشه‌بندی گردشگری (Thaithong, 2016: 110)



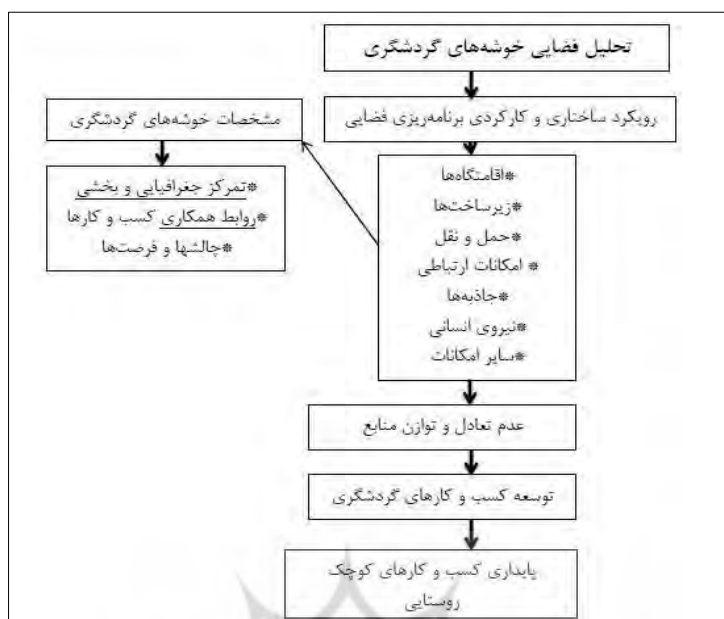
شکل ۲. فرایند تشکیل خوشه گردشگری (آستا، ۱۳۹۵: ۶۸)

بنابراین پیوندها در خوشه‌ها می‌توانند درونی یا بیرونی بین بازیگران باشند. پیوند درونی نیز خود به دو رابطه افقی و عمودی قابل تفکیک است. روابط عمودی و افقی اصلی‌ترین پیوندهای درون خوشه محسوب می‌شوند که نقش بسیار مؤثری در رقابت‌پذیری کسب‌وکارها ایفا می‌کنند (Pomeroy et al., 2017: 543).

بنابراین خوشه‌های گردشگری و شناسایی آن‌ها در منطقه و مکان زمینه‌های بروز کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک را فراهم می‌آورد و کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک ابزار نیرومند در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان این حوزه قرار گیرد. بهبود شرایط مناسب در نهادهای ذی‌نفع کارآفرینی روستایی و توجه بیشتر آن‌ها به این موضوع، تأمین منابع مالی، آموزش‌های لازم در بخش‌های مختلف، فرهنگ‌سازی جامعه روستایی و بالا بردن ریسک‌پذیری آنان، نقش نظارت و حمایتی دولت از جامعه روستایی، و... نمونه مواردی هستند که برای توسعه خوشه‌های گردشگری نیاز است (مرادی و همکاران، ۱۴۰۱: ۲۱).

بنابراین می‌توان گفت، در تحلیل فضایی خوشه‌های گردشگری دو رویکرد ساختاری و کارکردی مطرح است که به بررسی اقامتگاه‌ها، زیرساخت‌ها، حمل‌ونقل، و... به عنوان پتانسیل‌های گردشگری می‌پردازد. عدم تعادل و توازن پتانسیل‌ها در منطقه

سبب می‌شود خوشه‌ها با مشکل روبه‌رو شوند. به عبارت دیگر، کوچک بودن کسب‌وکارهای گردشگری در کنار پراکندگی آنها ضرورت همکاری‌های بیشتر در جهت توسعه کسب‌وکارها را می‌رساند (شکل ۳).



شکل ۳. چارچوب نظری (یافته‌های نظری پژوهش، ۱۴۰۰)

در این راستا به برخی از مطالعات داخلی و خارجی پرداخته شده است.

مرادی و همکارانش (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی تبیین فضایی خوشه‌های گردشگری با تأکید بر کسب‌وکارهای کوچک روستایی در ناحیه طیس پرداختند. نتایج حاصل از تکنیک آراس و گاتمن نشان می‌دهد که روستاهای هودر، جوخواه، و... دارای پتانسیل قوی برای جذب گردشگری و ایجاد خوشه‌های گردشگری هستند و روستاهای خروعلیا، مرغوب، و... دارای پتانسیل کمتری برای جذب گردشگر هستند.

حاجی‌محمدامینی و همکارانش (۱۳۹۰) در پژوهشی به شناسایی خوشه گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل بسط‌یافته پورتر پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد کسب‌وکارها دارای چالش‌ها و فرصت‌های یکسان هستند. اما روابط همکاری بین‌نگاهی نسبتاً ضعیف است.

فافریدا^۱ و همکارانش (۲۰۲۳) به بررسی نقشه‌برداری قابلیت‌های خوشه گردشگری روستایی با استفاده از سیستم تصمیم‌گیری فضایی به عنوان پایه برنامه‌ریزی گردشگری پایدار پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد توسعه روستاهای توریستی در مناطقی است که دارای تعداد کافی روستا، جاذبه‌های گردشگری، و زیرساخت‌های مناسب باشند. در منطقه مورد مطالعه دو خوشه قوی وجود دارد که در آن دسترسی و امکانات رفاهی و خدمات جانبی مؤثر است.

لینگ^۲ و لويس (۲۰۱۷) به شناسایی خوشه‌های گردشگری به عنوان استراتژی‌های توسعه در ترینیداد پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد توسعه مقصد در جوامع روستایی مانند لایریا باید بر توسعه دارایی‌ها و ظرفیت جوامع محلی متمرکز شود. همچنین رویکرد توسعه خوشه‌ای مبتنی بر شرایط خاصی (دیدگاه مشترک، جاذبه‌ها، برند منطقه‌ای) است.

تایسونگ (۲۰۱۶) به بررسی خوشه و شبکه پایدار ذی‌نفعان گردشگری در جزیره سامویی تایلند پرداخت. نتایج پژوهش نشان‌دهنده همکاری شبکه‌های موجود بین بخش‌های دولتی و خصوصی و سازمان‌های غیرانتفاعی و وجود شبکه‌های رسمی و روابط قوی و ضعیف بود.

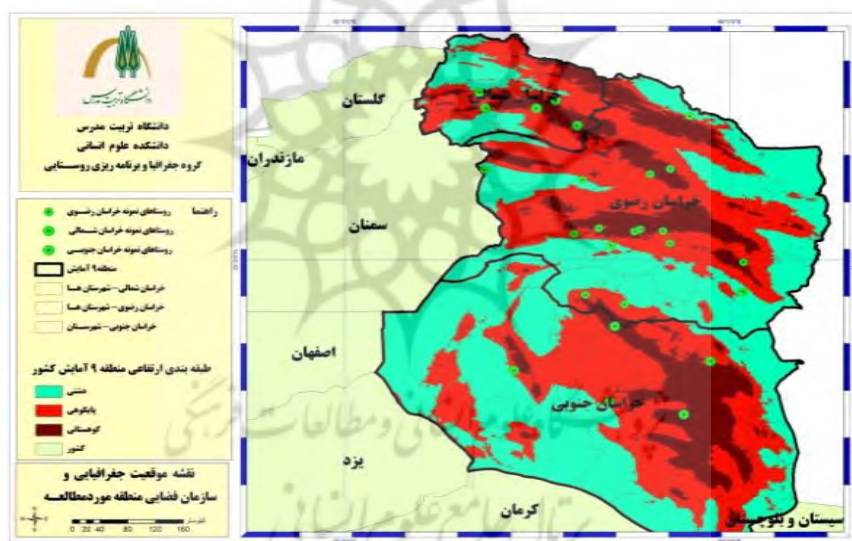
1. Fafurida
2. Laing

مالگورزاتا^۱ (۲۰۱۵) به بررسی خوشه‌های گردشگری در شرق لهستان پرداخت. نتایج نشان داد محلی‌سازی ساختار خوشه‌ها و همکاری بین‌خوشه‌ای گردشگری در این محدوده بسیار قوی است و سازمان‌های غیردولتی در این همکاری بین خوشه‌ها نقش مؤثری بر عهده دارند.

بررسی مطالعات انجام‌شده نشان داد تاکنون پژوهشی در ارتباط با موضوع مورد مطالعه در منطقه مورد نظر انجام نشده است. از طرفی روش‌شناسی پژوهش‌ها آن‌ها صرفاً کمی بوده است و ذی‌نفعان محدودی در کسب‌وکار گردشگری بررسی شده‌اند. بنابراین از آنجا که در زمینه موضوع مورد مطالعه خلأ مطالعاتی وجود دارد با استناد و الزام به‌کارگیری مبانی نظری و اندیشه‌ای آمایشی- فضایی اهمیت پژوهش از جنبه مبانی نظری و اندیشه‌ای مورد تأکید و توجه است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف تحلیل فضایی خوشه‌های گردشگری با دیدگاه توسعه پایدار به منظور کاهش معضلات فراروی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه (غنی نبودن آموزش ذی‌نفعان، ناهماهنگی، و تمایل به سود شخصی به جای سود جمعی) با توجه به توزیع و پراکنش فضایی کسب‌وکارهای کوچک و اهمیت و نقش آن‌ها در توسعه پایدار گردشگری در تعادل بخشی به نظام سرزمینی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

محدوده و قلمرو مورد مطالعه

منطقه ۹ آمایش دارای سه استان خراسان شمالی و رضوی و جنوبی است. در شکل ۴ وضعیت روستاهای مورد مطالعه در منطقه آمده است.



شکل ۴. موقعیت روستاهای نمونه در تقسیمات سیاسی (نگارندگان، ۱۴۰۲)

روش و ابزار تحقیق

پژوهش حاضر از نظر فلسفی و رویکرد توسعه نظری در قلمرو پست پوزیتیویسم و قیاسی است و از لحاظ ماهیت کمی و تا حدودی کیفی (ترکیبی) به روش توصیفی و تحلیلی است. روش گردآوری داده‌های پژوهش به صورت اسنادی (شامل: کتاب‌ها، مقالات پژوهشی، و ...) و نیز میدانی (شامل: تکمیل انواع پرسشنامه، مصاحبه) در افق زمانی ۱۴۰۲ بود.

جامعه آماری پژوهش (شامل ۱۲۸ روستا در منطقه ۹ آمایش سرزمین: استان‌های خراسان شمالی، خراسان رضوی، خراسان جنوبی) است: استان خراسان شمالی دارای ۲۵ روستا (۳ روستای آن جزء روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت هستند)، خراسان رضوی ۷۷ روستا (۴ روستای آن جزء روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت هستند)، و خراسان جنوبی ۲۶ روستا (۳ روستای آن جزء روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت هستند).

برای تعیین حجم نمونه (تعداد روستاها) به روش تخمین شخصی ۲۰ درصد از حجم جامعه آماری (۱۲۸ روستا) مبنا قرار گرفت که در نهایت ۲۶ روستا به عنوان نمونه انتخاب شدند. گفتنی است روستاهای نمونه به روش نمونه‌گیری منطقه‌ای یا ناحیه‌ای بر اساس موقعیت جغرافیایی، اقلیم، روستاهای هدف گردشگری با اولویت) انتخاب شدند. بر این اساس ۱۰ روستای هدف گردشگری دارای اولویت در ۳ استان مورد مطالعه به علاوه ۱۶ روستای غیرهدف در ۳ استان مورد مطالعه انتخاب شدند (جدول ۱).

جدول ۱. مشخصات روستاهای نمونه

نام استان	ردیف	نام شهرستان	نام روستا	روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت	موقعیت جغرافیایی	نوع اقلیم	فاصله تا شهر (کیلومتر)
خراسان شمالی	۱						۳۱
	۲	اسفراین	روین	*	پایکوهی	خشک	۲۸،۴
	۳						۳۰،۵
	۴	مانه و سملقان	درکش	*	دشتی	خشک	۶۷،۳
	۵	شیروان	زوارم	*	پایکوهی	نیمه‌خشک	۲۸،۸
	۶	بجنورد	فیروزه		پایکوهی	نیمه‌خشک	۱۹،۲
	۷	فاروج	خرق		کوهستانی	نیمه‌خشک	۶۳
		جمع کل روستاها	۵	۳	-	-	-
خراسان رضوی	۸						۹،۸
	۹	گناباد	ریاب		پایکوهی	خشک	۶،۹
	۱۰						۹،۱
	۱۱						۹
	۱۲	بینالود	کنگ	*	کوهستانی	نیمه‌خشک	۲۷
	۱۳						۳۷،۲
	۱۵	نیشابور	بوژان	*	کوهستانی	نیمه‌خشک	۱۵
	۱۶	کاشمر	قوژد		دشتی	خشک	۱۵
	۱۷	کوهسرخ	نامق		کوهستانی	خشک	۶۰
	۱۸		کریز		پایکوهی	خشک	۵۵،۹
	۱۹	باخرز	ارزنه		پایکوهی	خشک	۱۴،۲
	۲۰	داورزن	مزینان	*	دشتی	خشک	۱۹،۴
	۲۱	سبزوار	زعفرانیه	*	دشتی	خشک	۵۳،۸
۲۲	بجستان	مزار		پایکوهی	خشک	۲۰،۲	
۲۳						۲۰	
۲۴	بردسکن	کبودان		پایکوهی	خشک	۱۸	
۲۵						۱۸	
۲۶	صنوبر			کوهستانی	نیمه‌خشک	۱۳،۸	
۲۷	تربت حیدریه	بیسقفین		پایکوهی	نیمه‌خشک	۲	
۲۸		خواف		کوهستانی	نیمه‌خشک	۴۸	
۲۸	خواف	خرگرد		دشتی	خشک	۵	
۲۹	کلات	رباط		دشتی	نیمه‌خشک	۱۵۰	
		جمع کل روستاها	۱۶	۴	-	-	-
خراسان جنوبی	۳۰	بیرجند	خراشاد		کوهستانی	خشک	۲۲
	۳۱						۲۵
	۳۲						۴۳،۹
	۳۳	طیس	اصفهبک		دشتی	خشک	۴۵
	۳۴						۴۰
	۳۵	خوسف	خور	*	پایکوهی	فراخشک	۴۰
	۳۶	سرایان	کریمو	*	کوهستانی	نیمه‌خشک	۳۱
	۳۷	زیرکوه	افین	*	پایکوهی	خشک	۳۷
	۳۸						۳۷،۴
		جمع کل روستاها	۵	۳	-	-	-
		جمع کل روستاهای نمونه	۲۶	جمع کل روستاهای هدف گردشگری:			۱۰

واحد تحلیل در این پژوهش روستاهای گردشگری و سطح تحلیل پژوهش شامل دو گروه خبرگان (علمی- اجرایی) و ذی‌نفعان بودند. خبرگان شامل اعضای هیئت علمی در رشته‌های گردشگری، برنامه‌ریزی روستایی- شهری، دانشجویان دوره دکتری گردشگری، برنامه‌ریزی روستایی، و... بودند.

ذی‌نفعان شامل مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستایی، آژانس مسافرتی- جهانگردی، رستوران سنتی و مجتمع پذیرایی بین‌راهی، صنعتگران روستایی، تعاونی روستایی، سفره‌خانه‌ها، راهنمایان تور، کارآفرینان و مشاوران، استارت‌آپ، دفاتر یا پایگاه توسعه محلی و تسهیلات‌گری، خانه‌های دوم، چای‌خانه، مهمان‌پذیر/ هتل‌های سنتی، مراکز حمل‌ونقل درون‌روستایی است. در این سطح از تحلیل در برخی موارد که تعداد افراد جامعه آماری محدود بوده از روش تمام‌شماری استفاده شده است و در مورد سایر ذی‌نفعان نیز ۸۰ درصد جامعه آماری مورد پرسش و نمونه‌گیری قرار گرفته‌اند.

جدول ۲. تعداد نمونه در سطوح ۳ گانه در منطقه ۹ آمایش (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

منطقه	استان‌ها			وضعیت کلی استان‌ها
	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	
مجموع	۳۰	۱۰	۱۰	خبرگان (علمی- اجرایی)
	۴۸۸	۹۹	۲۷۹	ذی‌نفعان

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای رتبه‌بندی پتانسیل‌های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه و خوشه‌بندی نیز از تکنیک حاصل‌ضرب تحلیل چندمعیاره^۱ و مدل گاتمن استفاده شد و از فرمول نسبت مکانی نیز برای ارزیابی تمرکز جغرافیایی و بخشی واحدهای کسب‌وکار بهره گرفته شد. همچنین پیوندهای درونی از طریق ماتریس گلوب^۲ و همکارانش (۲۰۰۷) مورد سنجش قرار گرفت.

یافته‌های پژوهش

رتبه‌بندی پتانسیل‌های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه

برای رتبه‌بندی پتانسیل‌های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه نیز از تکنیک حاصل‌ضرب تحلیل چندمعیاره^۳ استفاده شد. از این تکنیک برای انتخاب گزینه برتر بر اساس تعدادی معیار استفاده می‌شود. مراحل مدل حاصل‌ضرب تحلیل چندمعیاره بدین شرح است:

- تشکیل ماتریس تصمیم مرکب از تعدادی معیار و گزینه متناسب با اهداف تصمیم‌گیری.
- تشکیل ماتریس اوزان که حاصل تخصیص وزن به هر یک از معیارهاست.
- استانداردسازی ماتریس تصمیم برای معیارهای سود و هزینه و نیز استانداردسازی وزن‌ها. گفتنی است در این مرحله به روش خطی استانداردسازی انجام شد و وزن نیز به روش آنتروپی شانون به دست آمد

$$Z = \frac{x_{ij}}{\min(x_{ij})} \quad \text{معیار سود} \quad Z = \frac{\max(x_{ij})}{x_{ij}} \quad \text{معیار هزینه} \quad V_{ij} = \frac{x_{ij}}{\min(x_{ij})} \quad \text{استانداردسازی وزن} \quad (1)$$

- محاسبه امتیازهای توزین‌شده. در این رویکرد وجود روابط نمایی بین امتیاز عملکردهای استاندارد شده و وزن استاندارد شده فرض می‌شود. برای محاسبه وزن استاندارد شده از رابطه ۲ استفاده می‌شود.

$$IS_{ij} = z_{ij}^{V_{ij}} \quad (2)$$

- به دست آمدن امتیاز نتیجه گزینه‌ها. امتیاز نتیجه برای هر گزینه برابر با میانگین هندسی امتیازات توزین شده هر یک از گزینه‌هاست. هر چه میزان امتیاز نتیجه بیشتر باشد آن گزینه بهتر است.

$$RSi = \left[\prod_{j=1}^n z_i^{v_j} \right]^{1/n} \quad (3)$$

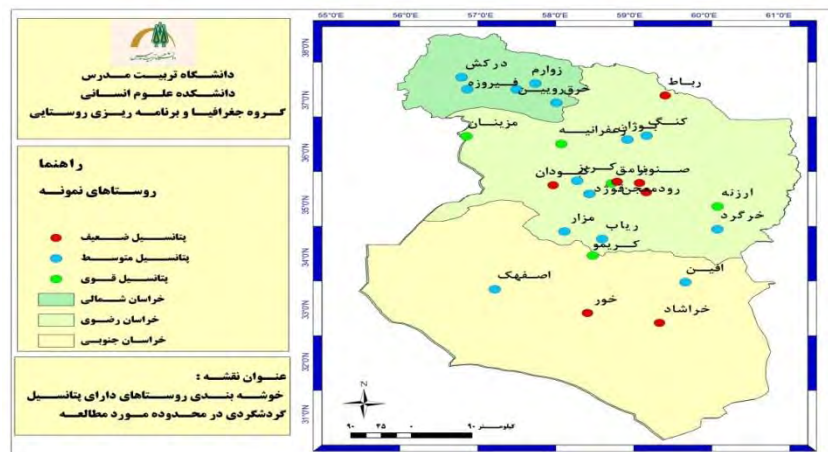
نتایج بررسی‌ها بیانگر این است که در روستاهای مورد مطالعه شاخص‌های تعداد جمعیت، نوع راه ارتباطی، تعداد امکانات زیرساختی- رفاهی (آموزشی، فرهنگی، مذهبی، و...)، و تعداد گردشگر نسبت به سایر شاخص‌ها دارای امتیاز بیشتری هستند (جدول ۴). همچنین روستاهای مورد مطالعه در سه دسته پتانسیل قوی و متوسط و ضعیف تقسیم شدند. از این رو، روستاهای نامق، مزینان، زعفراینه، ارزنه، کریمو دارای پتانسیل قوی‌تری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه هستند. در روستاهای یادشده می‌توان گفت شاخص‌هایی چون تعداد جمعیت، نوع راه ارتباطی، و تعداد گردشگر در خوشه‌بندی روستاها به لحاظ پتانسیل گردشگری مؤثر بوده است (شکل ۵).

جدول ۳. ماتریس اولیه شاخص‌های پتانسیل گردشگری (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵؛ خبرگان محلی، ۱۴۰۲)

روستا	تعداد جمعیت	فاصله از شهر	نوع راه ارتباطی ^۱	تعداد شاغلین در خدمات	تعداد امکانات زیرساختی	تعداد گردشگر (سالانه) (۱۴۰۰)	تعداد جاذبه گردشگری
روبین	۲۱۲۳	۳۰	۱	۱۱۱	۴۲	۱۵۰۰	۳
درکش	۱۰۲۷	۳۰	۱	۲۶	۱۸	۱۰۰۰	۳
زوارم	۱۴۲۱	۲۸	۱	۴۶	۳۱	۱۰۰۰	۵
فیروزه	۲۰۴	۱۶	۱	۱۳	۱۶	۵۰۰	۴
خرق	۱۴۱۸	۶۰	۲	۹۷	۳۰	۵۰۰	۳
ریاب	۸۷۴	۳	۱	۵	۳	۱۵۰۰	۳
کنگ	۱۴۶۳	۲۷	۱	۲۳	۲۴	۲۰۰۰	۵
بوژان	۱۳۷۱	۱۳	۱	۳۱	۳۲	۱۰۰۰	۳
قوژد	۴۶۵۰	۵	۱	۳۳۹	۳۵	۵۰۰	۵
نامق	۸۳۷	۳۲	۱	۲۷	۳۵	۱۵۰۰	۹
کریز	۶۸۹	۲۲	۱	۱۵	۲۹	۵۰۰	۴
ارزنه	۱۲۹۱	۱۴	۱	۱۷۵	۴۲	۹۰۰	۸
مزینان	۱۶۶۱	۶	۱	۸۰	۴۴	۷۰۰	۶
زعفراینه	۱۷۴	۳۶	۱	۵	۲۰	۷۰۰	۸
مزار	۹۳۴	۵	۳	۴۵	۲۲	۷۰۰	۴
کبودان	۷۴۹	۱۳	۱	۹۱	۲۸	۱۵۰۰	۲
صنوبر	۲۶۴۶	۱۲	۱	۲۷	۱۹	۵۰۰	۲
بیسقفین	۳۴۱	۲	۱	۲۸	۲۰	۵۰۰	۱
رود معجن	۶۶۲	۴۸	۱	۲۸	۳۳	۵۰۰	۲
خرگرد	۱۴۶۴	۵	۱	۱۷۵	۴۱	۵۰۰	۴
رباط	۳۶۴	۷۰	۱	۷	۱۳	۱۰۰۰	۲
خراشاد	۶۲۶	۲۲	۱	۲۴	۳۵	۱۰۰۰	۲
اصفیهک	۷۶۳	۴۰	۳	۵	۱۲	۵۰۰	۳
خور	۱۰۱۰	۴۰	۱	۱۶۵	۳۴	۵۰۰	۲
کریمو	۶۷۹	۲۵	۱	۱۷	۴۰	۷۰۰	۹
افین	۱۲۱۵	۳۷	۳	۶	۱۰	۷۰۰	۵

جدول ۴. تعیین وزن و سنجش وضعیت شاخص‌های پتانسیل گردشگری در روستاهای مورد مطالعه از طریق آنتروپی شانون و مدل حاصل ضرب تحلیل چندمعیاره (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

رتبه	rsi	vj	تعداد جاذبه گردشگری	تعداد امکانات			نوع راه ارتباطی ^۱	فاصله از شهر	تعداد جمعیت	روستا
				تعداد گردشگر (سالانه) (۱۴۰۰)	زیرساختی - رفاهی (آموزشی، فرهنگی، مذهبی، و...)	تعداد شاغلین در خدمات				
۱۰	۱,۰۴۰	۲,۷۶۸	۳	۱۵۰۰	۴۲	۱۱۱	۱	۳۰	۲۱۲۳	روبین
۱۱	۱,۰۳۹	۲,۶۸۸	۳	۱۰۰۰	۱۸	۲۶	۱	۳۰	۱۰۲۷	درکش
۵	۱,۰۵۴	۳,۹۲۴	۵	۱۰۰۰	۳۱	۳۶	۱	۲۸	۱۴۲۱	زوارم
۸	۱,۰۴۷	۳,۲۶۱	۴	۵۰۰	۱۶	۱۳	۱	۱۶	۲۰۴	فیروزه
۱۱	۱,۰۳۹	۲,۶۹۱	۳	۵۰۰	۳۰	۹۷	۲	۶۰	۱۴۱۸	خرق
۱۲	۱,۰۳۷	۲,۵۷۶	۳	۱۵۰۰	۳	۵	۱	۳	۸۷۴	ریاب
۵	۱,۰۵۴	۳,۹۱۵	۵	۲۰۰۰	۲۴	۲۳	۱	۲۷	۱۴۶۳	کنگ
۱۱	۱,۰۳۹	۲,۷۲۱	۳	۱۰۰۰	۳۲	۳۱	۱	۱۳	۱۳۷۱	بوژان
۵	۱,۰۵۴	۳,۹۷۲	۵	۵۰۰	۳۵	۳۲۹	۱	۵	۴۶۵۰	قوژد
۱	۱,۰۷۱	۵,۹۹۹	۹	۱۵۰۰	۳۵	۲۷	۱	۳۲	۸۳۷	نامق
۸	۱,۰۴۷	۳,۳۰۲	۴	۵۰۰	۲۹	۱۵	۱	۲۲	۶۸۹	کریز
۲	۱,۰۶۸	۵,۵۸۲	۸	۹۰۰	۴۲	۱۷۵	۱	۱۴	۱۲۹۱	ارزنه
۴	۱,۰۶۰	۴,۵۱۳	۶	۷۰۰	۴۴	۸۰	۱	۶	۱۶۶۱	مزینان
۳	۱,۰۶۷	۵,۳۵۹	۸	۷۰۰	۲۰	۵	۱	۳۶	۱۷۴	زعفرانیه
۹	۱,۰۴۶	۳,۲۵۶	۴	۷۰۰	۲۲	۴۵	۳	۵	۹۳۴	مزار
۱۳	۱,۰۲۸	۲,۰۵۲	۲	۱۵۰۰	۲۸	۹۱	۱	۱۳	۷۴۹	کبودان
۱۴	۱,۰۲۷	۲,۰۰۲	۲	۵۰۰	۱۹	۲۷	۱	۱۲	۲۶۴۶	صنوبر
۱۵	۱,۰۰۸	۱,۲۲۰	۱	۵۰۰	۲۰	۲۸	۱	۲	۳۴۱	بیسقفین
۱۴	۱,۰۲۷	۲,۰۲۴	۲	۵۰۰	۳۳	۲۸	۱	۴۸	۶۶۲	رود معجن
۷	۱,۰۴۸	۳,۳۸۱	۴	۵۰۰	۴۱	۱۷۵	۱	۵	۱۴۶۴	خرگرد
۱۴	۱,۰۲۷	۱,۹۸۰	۲	۱۰۰۰	۱۳	۷	۱	۷۰	۳۶۴	ریاط
۱۳	۱,۰۲۸	۲,۰۳۵	۲	۱۰۰۰	۳۵	۲۴	۱	۲۲	۶۲۶	خراشاد
۱۲	۱,۰۳۷	۲,۵۷۳	۳	۵۰۰	۱۲	۵	۳	۴۰	۷۶۳	اصفیک
۱۳	۱,۰۲۸	۲,۰۵۰	۲	۵۰۰	۳۴	۱۶۵	۱	۴۰	۱۰۱۰	خور
۱	۱,۰۷۱	۵,۹۵۹	۹	۷۰۰	۴۰	۱۷	۱	۲۵	۶۷۹	کریمو
۶	۱,۰۵۲	۳,۷۱۱	۵	۷۰۰	۱۰	۶	۳	۳۷	۱۲۱۵	افین
			۰,۷۱۶	۰,۰۰۸	۰,۰۱۹	۰,۰۰۷	۰,۰۱۷	۰,۰۴۰	۰,۰۴۰	وزن



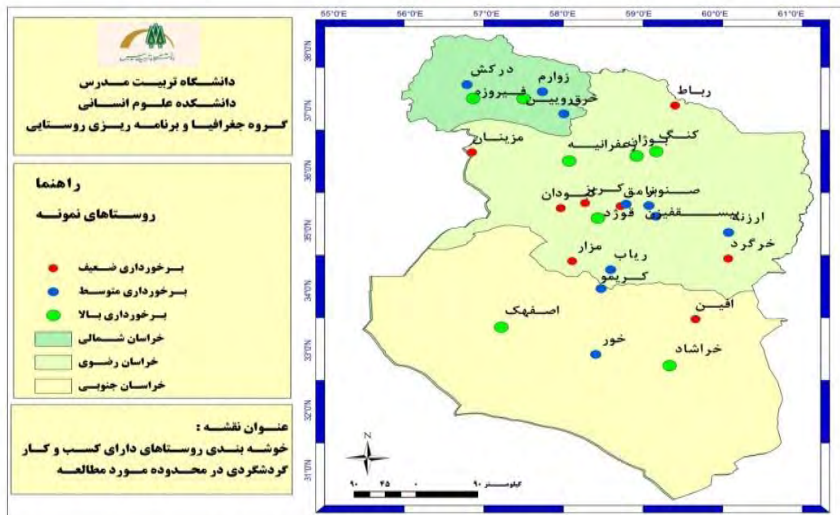
شکل ۵. خوشه‌بندی روستاهای دارای پتانسیل گردشگری (نگارنده، ۱۴۰۲)

نقش الگوی خوشه‌ای در توزیع کسب‌وکارهای گردشگری در روستاهای مورد مطالعه

جهت بررسی نقش الگوی خوشه‌ای در توزیع کسب‌وکارهای گردشگری در روستاهای مورد مطالعه بر اساس شاخص‌های اقامتگاه بوم‌گردی، خانه‌های دوم، تعاونی‌ها، و... از مدل گاتمن استفاده شد. روستاهای مورد مطالعه در سه دسته برخورداری بالا و متوسط و ضعیف تقسیم شدند. مطابق جدول ۵ و شکل ۶ روستاهای کنگ، زعفراینه، خراشاد، فیروزه، و رویین به لحاظ برخورداری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارند.

جدول ۵. کسب‌وکار گردشگری و رتبه‌بندی روستاها با مدل گاتمن

روستا	بوم‌گردی	خانه‌های دوم	تعاونی‌ها	حمل‌ونقل	صنایع دستی	دفاتر توسعه محلی	راهنمایان تور	کسب‌وکار بیرونی	
								نهادها بیرونی (کارآفرین، استارت‌آپ‌ها، چای‌خانه، ...)	جمع
رویین	۶	۱۱	۱	۱	۲	۰	۱	۱۰	۳۲
درکش	۳	۱۰	۰	۱	۰	۰	۰	۵	۱۹
زوارم	۳	۵	۱	۱	۲	۰	۰	۴	۱۶
فیروزه	۱	۵	۰	۰	۲	۲	۲	۲۱	۳۳
خرق	۲	۵	۰	۰	۰	۰	۰	۴	۱۱
ریاب	۴	۴	۰	۰	۲	۱	۰	۱۰	۲۲
کنگ	۲	۴۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱۶	۶۱
بوژان	۲	۸	۰	۱	۰	۱	۲	۱۵	۳۰
قوژد	۱	۱۶	۰	۱	۱	۱	۰	۸	۲۸
نامق	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۳	۵
کریز	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۳	۵
ارزنه	۱	۸	۰	۰	۰	۰	۰	۶	۱۵
مزینان	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲	۳
زعفراینه	۱	۲۴	۱	۱	۲	۱	۱	۷	۳۸
مزار	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۲
کبودان	۳	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۲	۶
صنوبر	۱	۸	۱	۱	۲	۱	۱	۲	۱۷
بیستقیزن	۱	۸	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۴
رود معجن	۲	۸	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱۵
خرگرد	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۲	۵
ریاط	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۲	۴
خراشاد	۲	۰	۱	۱	۲	۱	۵	۲۳	۳۵
اصفهک	۳	۵	۱	۱	۲	۰	۰	۱۵	۲۷
خور	۱	۳	۱	۱	۱	۰	۰	۵	۱۱
کریمو	۱	۶	۱	۰	۱	۰	۰	۴	۱۳
افین	۲	۲	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۶



شکل ۶. خوشه‌بندی روستاهای دارای کسب‌وکار گردشگری (نگارنده، ۱۴۰۲)

برخورداری کسب‌وکارهای گردشگری روستایی از تمرکز جغرافیایی و بخشی

تمرکز جغرافیایی کسب‌وکارها رابطه مستقیم با تمرکز اشتغال دارد و مبنایی برای پایه بودن یک بخش اقتصادی است. از فرمول نسبت مکانی برای ارزیابی تمرکز جغرافیایی واحدهای کسب‌وکار بهره گرفته شد. به این اعتبار ابتدا به بررسی و جمع‌بندی شاخص‌های اشتغال- یعنی اشتغال گردشگری کسب‌وکارهای روستایی در منطقه ۹ آمایش، کل شاغلین روستایی منطقه ۹ آمایش، شاغلین گردشگری کشور و مجموع شاغلین کشور پرداخته شد. یافته‌ها نشان داد جمع کل واحدهای کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در محدوده مشتمل بر ۴۴۹ واحد و حجم کل شاغلین این مجموعه فعالیت بالغ بر ۱۳۳۵۷۳ نفر است. علاوه بر اطلاعات مکتوب و رسمی، مصاحبه با خبرگان محلی نیز انجام شد. همچنین برای به دست آوردن ضریب مکانی اشتغال گردشگری از رابطه (۴) استفاده شده است (دانشگاه ایالت فلوریدا، دپارتمان برنامه‌ریزی منطقه‌ای و شهری، ۲۰۰۹).

$$\text{Location Quotient} = \frac{\text{Regional Employment in Industry I in Year T}}{\text{Total Regional Employment in Year T}} \div \frac{\text{National Employment in Industry I in Year T}}{\text{Total National Employment in Year T}} \quad (۴)$$

نتیجه حاصل از رابطه (۴) به سه شکل زیر است:

$$LQ < 1.0, \quad LQ = 1.0, \quad LQ > 1.0 \quad (۵)$$

بنابراین:

$$\text{نسبت مکانی} = \frac{\text{نفر } ۱۱۶۸۷۵۸۳}{\text{نفر } ۲۳۴۴۴۲۶۷} \div \frac{\text{نفر } ۱۰۴۳}{\text{نفر } ۱۰۸۱۴۸۱} \quad (۶)$$

مطابق نتایج رابطه (۶)، حاصل تقسیم دو عدد فوق بر هم عدد کمتر از ۱ است. بنابراین کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در منطقه ۹ آمایش از تمرکز جغرافیایی برخوردار نیستند.

۱. عدد کمتر از ۱ نشان‌دهنده این است که همه بخش‌های اشتغال‌زا غیرپایه‌اند و بخش‌های اقتصادی دارای عدد کمتر از ۰ حتی قابلیت پاسخگویی به تقاضای محلی را ندارند. عدد مساوی ۱ نشان‌دهنده این است که همه بخش‌های اشتغال غیرپایه‌اند. بدین معنی که اقتصاد محلی تنها پاسخگوی تقاضای محلی برای حد معقولی از کیفیت و کمیت محصولات است. در این صورت هم اقتصاد غیرپایه است. زیرا هنوز محدوده یادشده دارای قدرت صادرات نیست. عدد بالاتر از ۱ نشان‌دهنده پایه بودن بخش اقتصادی مورد نظر است و بدین معنی است که اقتصاد بخش یادشده بزرگ‌تر از نیاز تقاضای محلی است و دارای روند صادراتی است.

جدول ۶. ضریب مکانی اشتغال گردشگری (میراث فرهنگی کشور، چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار مرکز آمار ایران و ذی‌نفعان، ۱۴۰۰)

جمع	مهمان‌پذیر	چای‌خانه	استارت آپ	کارآفرینان روستا	سفره‌خانه‌ها	رستوران سنتی	آژانس مسافرتی	راهنمایان تور روستایی	دفاتر توسعه محلی	صنایع دستی روستایی	حمل‌ونقل روستایی	تعاونی‌های روستایی	خانه‌های دوم روستایی	بوم‌گردی روستایی	تعداد واحد و تعداد شاغلی ن	
۹۹	۱۰	۸	۱	-	۸	۵	۸	-	۲	-	۳	۲	۴۵	۷	واحد	خراسان
۲۴۳	۲۵	۱۴	-	۴	۸	۲۰	۳۰	۳	۵	۶	۹	۳	۹۰	۲۶	شاغلین	شمالی
۲۷۴	۱۰	۱۹	۱	-	۱۰	۱۶	۱۹	-	۵	-	۸	۹	۱۵۵	۲۲	واحد	رضوی
۶۰۶	۲۶	۴۰	-	۶	۱۵	۷۰	۵۰	۹	۱۵	۱۰	۲۰	۱۲	۲۳۰	۱۰۳	شاغلین	خراسان
۷۶	۹	۲	۱	-	۶	۱۶	۱۰	-	۱	-	۳	۳	۱۶	۹	واحد	جنوبی
۱۹۴	۲۹	۲	-	۴	۸	۴۵	۳۰	۶	۲	۷	۶	۳	۲۵	۲۷	شاغلین	منطقه
۴۴۹	۲۹	۲۹	۳	-	۲۴	۳۷	۳۷	-	۸	-	۱۴	۱۴	۲۱۶	۳۸	واحد	شاغلین
۱۰۴۳	۸۰	۵۶	-	۱۴	۳۱	۱۳۵	۱۱۰	۱۸	۲۲	۲۳	۳۵	۱۸	۳۴۵	۱۵۶	شاغلین	

با توجه به عدم تمرکز جغرافیایی و بررسی پراکنش فضایی کسب‌وکارهای گردشگری روستایی، می‌توان گفت همه واحدهای کسب‌وکار از تمرکزبخشی هم برخوردار نیستند.

روابط همکاری در کسب‌وکارهای گردشگری روستایی

با توجه به راهنمای تحلیل داده‌های میدانی^۱ می‌توان گفت به لحاظ پیوندهای درونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب‌وکارهای کوچک روستایی (به جز تعاونی‌ها، دفاتر توسعه محلی، سفره‌خانه‌ها) بیشتر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است و ارتباطات عمودی میان کسب‌وکارهای کوچک روستایی چون بوم‌گردی‌ها و خانه‌های دوم با سایر کسب‌وکارهای درونی بیشتر به صورت تمایل به همکاری و روابط عالی است. اما سایر کسب‌وکارها مانند دفاتر توسعه محلی دارای روابط ضعیف با سایرین هستند.

همچنین به لحاظ پیوندهای بیرونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب‌وکارهای بیرونی مانند رستوران سنتی و مهمان‌پذیر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است. اما ارتباطات عمودی میان ذی‌نفعان بیرونی و کسب‌وکارهای درونی چون رستوران سنتی و مهمان‌پذیر با خانه‌های دوم، بوم‌گردی‌ها، راهنمایان تور دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است. در خصوص دیگر موارد روابط ضعیف و بدون شناخت است.

بنابراین در وضعیت فعلی واحدهای کسب‌وکار گردشگری ارتباط مناسب در جهت اخذ خدمات مرتبط با یک‌دیگر را ندارند. از سوی دیگر بر اساس مأموریت‌های خود نتوانسته‌اند اطلاع‌رسانی فراگیر برای واحدهای گردشگری داشته باشند.

چالش‌های خوشه‌های کسب‌وکار

در پایان مهم‌ترین مسائل خوشه‌های کسب‌وکار گردشگری در روستاهای مورد مطالعه از دیدگاه ذی‌نفعان شامل مشکل آتن‌دهی شبکه‌های تلفن همراه، اعتراض و برخورد جامعه محلی به نحوه پوشش گردشگران، کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده، نبود خلاقیت، و عدم پرداخت وام و حمایت دولت از کسب‌وکارها است.

۱. عدد ۰ بدون ارتباط؛ ۱. شناختی از یک‌دیگر ندارند و هیچ اثری بر کل خوشه ندارد؛ ۲. روابط مثبت و تاریخی از همکاری مشترک وجود دارد و اثر بر کل خوشه وجود دارد؛ ۳. گرایش شدید به همکاری بر مبنای تاریخچه موجود و اثر خوب خوشه؛ ۴. روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه (گولاب و همکاران، ۲۰۰۵).

جدول ۷. ماتریس ارزیابی پیوندهای درونی (ارتباطات عمودی-افقی) کسب‌وکارهای کوچک روستایی مرتبط با خوشه گردشگری در منطقه ۹ آمایش سرزمین^۱ (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

* روستایی	بوم‌گردی	خانه‌های دوم	تعاونی‌ها	حمل‌ونقل	صنایع دستی	دفا تر توسعه ^{۱-}	راهنمایان تور	آژانس مسافرتی	رستوران سنتی	سفره‌خانه‌ها	کارآفرینان	استارت آپ	چای‌خانه	مهمان پذیر
بوم‌گردی روستایی	۴													
خانه‌های دوم		۴												
تعاونی‌ها			۳											
حمل‌ونقل				۴										
صنایع دستی					۴									
دفا تر توسعه محلی						۳								
راهنمایان تور							۴							
آژانس مسافرتی								۴						
رستوران سنتی									۳					
سفره‌خانه‌ها										۳				
کارآفرینان											۳			
استارت آپ												۲		
چای‌خانه													۴	
مهمان پذیر														۴

نتیجه و پیشنهاد

یکی از عوامل تأثیرگذار بر توسعه گردشگری روستایی کسب‌وکارهای کوچک و فعال هستند. پیشینه پژوهش مبین این امر است که رویکرد توسعه خوشه می‌تواند ضمن افزایش تعامل کسب‌وکارها با یکدیگر توان رقابتی آن‌ها را ارتقا بخشد.

سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بر اهمیت خوشه‌های کسب‌وکار گردشگری به عنوان سرمایه در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای داشته است. همچنین با توجه به نقش و وظایف منطقه ۹ آمایش سرزمین در تقسیم کار فضایی و توجه اسناد آمایش به بخش گردشگری، کویری، سلامت و زیارتی (سیاست ۱۹۰) و تأکید سند ملی آمایش سرزمین بر موضوع تمرکززدایی و تغییر الگوی شبکه شهری سرزمین از تک‌مرکزی به چندمرکزی و چندسطحی و... این منطقه نسبت به دیگر خوشه‌های گردشگری کشور امتیاز ویژه‌ای دارد (سازمان برنامه و بودجه کشور (سند ملی آمایش)، ۱۳۹۹: ۲۷-۲۸). در صورت بهبود و توسعه خوشه گردشگری منطقه، به صورت مستقیم در زمینه‌های اقتصادی، اشتغال، آموزشی، فرهنگی، اجتماعی، و نهادی تغییرات محسوسی ایجاد خواهد شد.

نتایج حاصل از تکنیک حاصل‌ضرب تحلیل چندمعیاره نشان داد روستاهای نامق، مزینان، زعفرانیه، ارزنه، کریمو دارای پتانسیل قوی‌تری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه هستند. در روستاهای یادشده می‌توان گفت شاخص‌هایی چون تعداد

۱. راهنمای تحلیل داده‌های میدانی (امتیاز و میزان ارتباط: بدون ارتباط امتیاز ۰، سالیانه یک ارتباط امتیاز ۱، هر شش ماه یک ارتباط امتیاز ۲، هر شش ماه بین ۲ تا ۵ ماه ارتباط امتیاز ۳، ماهیانه یک بار امتیاز ۴).

جمعیت، نوع راه ارتباطی، و تعداد گردشگر در خوشه‌بندی روستاها به لحاظ پتانسیل گردشگری مؤثر بوده است. بنابراین لازم است جهت بهره‌مندی همه روستاهای منطقه از ابعاد توسعه امکان جذب گردشگر برای آن‌ها با توسعه زیرساخت‌ها فراهم شود. نتایج این قسمت از پژوهش با مطالعه مرادی و همکارانش (۱۴۰۱) و حاجی‌لو و همکارانش (۲۰۱۷) هم‌سوست. نتایج حاصل از مدل گاتمن نشان داد روستاهای کنگ، زعفرانیه، خراشاد، فیروزه، و رویین به لحاظ برخورداری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارند. همان‌طور که مشخص است برخی روستاها با وجود پتانسیل‌های فراوان گردشگری دارای سطح برخورداری پایینی هستند. عدم تعادل برخورداری در روستاهای مورد مطالعه نشان می‌دهد که عدالت فضایی در برنامه‌ریزی فضایی توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه وجود ندارد. بدیهی است باید به تقویت زیرساخت‌ها، بهبود نگرش جوامع محلی نسبت به پذیرش گردشگر، وجود راهنمایان تور آموزش‌دیده، توزیع عادلانه خدمات گردشگری در مناطق روستایی اقدام شود.

همچنین در ادامه به بررسی مشخصات خوشه‌های کسب‌وکارهای کوچک روستایی پرداخته شد و نتایج در این مورد نشان داد کسب‌وکارهای کوچک گردشگری روستایی در منطقه ۹ آمایش از تمرکز جغرافیایی و بخشی برخوردار نیستند. به لحاظ پیوندهای درونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب‌وکارهای کوچک روستایی (به جز تعاونی‌ها، دفاتر توسعه محلی، سفره‌خانه‌ها) بیشتر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است و ارتباطات عمودی میان کسب‌وکارهای کوچک روستایی چون بوم‌گردی‌ها و خانه‌های دوم با سایر کسب‌وکارهای درونی بیشتر به صورت تمایل به همکاری و روابط عالی است. اما سایر کسب‌وکارها مانند دفاتر توسعه محلی دارای روابط ضعیفی با سایرین هستند. همچنین به لحاظ پیوندهای بیرونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب‌وکارهای بیرونی مانند رستوران سنتی و مهمان‌پذیر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است. اما ارتباطات عمودی میان ذی‌نفعان بیرونی و کسب‌وکارهای درونی چون رستوران سنتی و مهمان‌پذیر با خانه‌های دوم، بوم‌گردی‌ها، راهنمایان تور دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است. در خصوص دیگر موارد روابط ضعیف و بدون شناخت است. نتایج این قسمت از پژوهش با مطالعه مفاخری و قادرمرزی (۱۴۰۲) و معرفی و همکارانش (۱۴۰۱) هم‌سو و با حاجی‌محمدامینی و همکارانش (۱۳۹۰) ناهم‌سوست.

بنابراین تحلیل داده‌های پژوهش نشان داد ذی‌نفعان کسب‌وکار تمایل زیادی برای ایجاد خوشه گردشگری در منطقه دارند تا بتوانند به توسعه منطقه‌ای کمک کنند. اما در عین حال برخی مشکلات و موانع شامل مشکل آنتن‌دهی شبکه‌های تلفن همراه، اعتراض و برخورد جامعه محلی به نحوه پوشش گردشگران، کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده، نبود خلاقیت، و عدم پرداخت وام و حمایت دولت از کسب‌وکارها در اجرای موفق این امر وجود دارد. نتایج این قسمت از پژوهش با مطالعه معرفی و همکارانش (۱۴۰۱) و ایساکو و همکارانش (۲۰۲۳) هم‌سوست.

به طور کلی می‌توان گفت خوشه‌های کسب‌وکار گردشگری در روستاهای مورد مطالعه دارای وضعیت مطلوبی نیست. ضمن آنکه دارای پتانسیل فراوان گردشگری هستند و همچنین روابط میان برخی کسب‌وکارها خوب است، اما نیاز است تا اقدامات توسعه‌ای برای آن‌ها صورت گیرد تا بتوانند به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری کشور به توسعه منطقه کمک شایانی کنند. با عنایت به آنچه آمد، توصیه می‌شود حمایت مالی از طریق تسهیلات و اطلاعات از طریق آموزش به ذی‌نفعان، ارائه مشاوره‌های مالی و اقتصادی جهت افزایش آگاهی ذی‌نفعان، مسئولیت‌پذیری و پاسخگو بودن و شفاف بودن مدیران در برابر وظایف و عملکردهای خود در برابر مردم و گردشگران، تقویت زیرساخت‌ها در فضاهای گردشگری، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برخورد جوامع محلی با گردشگران فراهم شود.

منابع

- آستا، یعقوب (۱۳۹۵). تحلیل الگوی توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری با رویکرد آمایش سرزمین (مطالعه موردی: ناحیه ارومیه سلماس). *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. به راهنمایی زهرا احمدی‌پور. تهران: دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی.
- جباری، علیرضا (۱۳۸۷). طراحی الگوی گردشگری پزشکی ایران. *پایان‌نامه ارشد علوم پزشکی*. به راهنمایی بهرام دلگشایی، اصفهان: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی و درمانی ایران. دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی.
- حاجی محمدامینی، صمد؛ تولایی، سیمین و فرجام، رسول (۱۳۹۰). شناسایی و تحلیل خوشه گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل بسط‌یافته پورتر. *برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۱ (۳)، ۱-۱۶.
- حسینی، سید عبدالله (۱۳۸۵). خوشه گردشگری: رهیافتی نوین در توسعه صنعت گردشگری. تهران، موسسه مطالعات و پژوهشهای بازرگانی، چاپ اول.
- داداش‌پور، هاشم؛ پورطاهری، مهدی و معرفی، ابوالفضل (۱۳۹۲). بررسی و تحلیل رابطه خوشه‌های شدن صنعتی و ارتقای ظرفیت‌های یادگیری (مورد مطالعه: خوشه‌های صنعتی مبل‌مان و چاپ و نشر در شهر قم). *مدیریت راهبردی در سیستم‌های صنعتی*، ۸ (۲۵)، ۹۳-۱۰۴.
- سازمان برنامه و بودجه کشور (۱۳۹۹). *سند ملی آمایش سرزمین*، ۱-۴۰.
- سلطانی، سحر و بستان، زهرا (۱۳۹۶). تدوین مطالعات شناختی خوشه گردشگری شهر مشهد. *دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه*. شهر تفتلیس. شرکت فناوران یکتا هوشمند اهورا. دانشگاه جرجیا و مشارکت دانشگاه‌های ایران.
- ضرغام، حمید و امینی، صمد حاجی محمد (۱۳۹۰). امکان‌سنجی خوشه گردشگری در شهرستان بندر انزلی. *مطالعات گردشگری*، ۱۴، ۹۴-۱۲۳.
- عزیزی، ثریا؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و صادقی سقدل، حسین (۱۴۰۲). ارائه الگوی مطلوب برنامه‌ریزی فضایی اقامتگاه‌های بوم‌گردی (مورد مطالعه: منطقه ۹ آمایش سرزمین). *جغرافیا و توسعه*، ۲۱ (۷۲)، ۲۶-۶۲.
- فاضلی، احسان (۱۳۹۵). شناسایی و تحلیل نقش خوشه‌های گردشگری در توسعه منطقه‌ای و ارائه برنامه فضایی (نمونه مطالعاتی: شهرستان بینالود). *پایان‌نامه ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای*. به راهنمایی بهناز امین‌زاده گوهرریزی. تهران: دانشگاه تهران. پردیس هنرهای زیبا.
- مرادی، محمود؛ بهادرنی، بتول؛ ضیایی، محمود و اکبرقلی، فرحناز (۱۴۰۱). تبیین فضایی خوشه‌های گردشگری با تأکید بر کسب‌وکارهای کوچک روستایی در ناحیه طبرس. *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۱۳ (۵۰)، ۱۷-۳۹.
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۰). *چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار مرکز آمار ایران*.
- معرفی، ابوالفضل؛ صدری، آرش؛ غلامی نورآباد، هادی و سعیدی، بهزاد (۱۴۰۱). نقش خوشه‌های گردشگری در توسعه منطقه‌ای (خوشه گردشگری - مذهبی قم). *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۲ (۶۷)، ۱۵۳-۱۷۰.
- مفاخری، لیلا و قادرمرزی، حامد (۱۴۰۰). ارزیابی ساختار نهادی- سازمانی خوشه کسب‌وکار گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان رفسنجان). *مهندسی جغرافیایی سرزمین*، ۵ (۲)، ۲۴۵-۲۶۱.
- موحدی، رضا؛ زلیخایی سیار، لیلا؛ پویا، مهرداد؛ آیینی، غلام‌علی و بهادر، مختار (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه خوشه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای اشتران شهرستان تویسرکان). *پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، ۹ (۳)، ۵۳-۶۹.
- وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور (۱۴۰۰). *بخش گردشگری و صنایع دستی*.
- Asta, Y. (2016). Analysis of Spatial Development Pattern of Tourism Examples with land preparation approach (Case Study: Urmia Salmas area). *MSc Thesis*. Tehran: Tarbiat Modarres, Faculty of Humanitie. Supervisor: Zahra Ahmadipour. (in Persian)
- Azizi, S., Eftekhari, A. R., Portaheri, M., & Sadeghi Seghdel, H (2023). Presenting the Ideal Model of Spatial Planning of Ecotourism Residences (Case study: Territorial region 9). *Geography and Development*, 21 (72), 26-62. (in Persian)
- Beaumont, N. & Dredge, D. (2010). Local tourism governance: A comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (1), 7-28.
- Biswas, A. J. & Kavi Arya, K. R. (2019). A good-governance framework for urban managemen. *Journal of Urban Management*, 8 (2), 225-236.
- Dadashpoor, H., Pourtaheri, M., & Moarrefi, A. (2013). The Investigation and Analysis of Relationship Industrial Clustering and the improvement of Learning Capabilities in the Printing. *Qom Metropolis*, 25 (8), 93-104. (in Persian)
- Fafurida, F., Purwaningsih, Y., Mulyanto, M., & Suryanto, S. (2023). Potential mapping of rural tourism clusters through application of spatial decision making system as a base of sustainable tourism planning. *The 1st International Conference on Environmental Management*, 1-21.

- Fazli, E. (2015). Identifying and analyzing the role of tourism clusters in regional development and presenting a spatial plan (Binalud city case study). *Regional Planning Master's Thesis*. Supervisor: Behnaz Amin Zadeh Gohar Rizi. Tehran: University of Tehran, Fine Arts Campus. (in Persian)
- Gallub, J., Hoisier, A., & Woo, G. (2005). Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages (English version). *Global Economic Development Practice (GEDP)*. based in San Francisco, California.
- Hajilo, M., Ghadiri Masoom, M., Motiee Langroudi, S. H., Faraji Sabokbar., H., & Pennington-Gray, L. (2017). Spatial Analysis of the Distribution of Small Businesses in the Eastern Villages of Gilan Province with Emphasis on the Tourism Sector in Mountainous Regions. *Sustainability*, 9, 1-19.
- Haji-Mohamad-Amini, S., Tavalayi, S., & Farjam, R. (2011). Analysing Tourism Cluster in Shiraz With Porter Proliferate BModel. *Journal of Regional Planning*, 1(3), 1-15. (in Persian)
- Hosseini, S.A (2006). Tourism cluster: a new approach in the development of the tourism industry. Tehran, Business Studies and Research Institute, first edition.
- <https://www.amar.org.ir>. (2021). *Summary of the results of the Iranian Statistics Center's Labor Statistics Project*. (in Persian)
- <https://www.mcth.ir> (2021). *Tourism and handicraft sector*. (in Persian)
- <https://www.mporg.ir> (2020). *National document of Spatial Planning*. (in Persian)
- Iran Statistics Center (1400). *Summary of the results of the Iranian Statistics Center's Labor Statistics Project*. (in Persian)
- Issakov, Y., Kamelkhan, G., Imanbekova, B., Zhoya, K., Zheldibayev, A., Molzhigitova, D., & David, L. D. (2023). Study of the Problems and Prospects of Small Tourism Business Development in the City of Almaty. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 46(1), 293-303.
- Jabari, A (2008). Designing the model of medical tourism in Iran. *MSc Thesis*. Supervisor: Bahram Delgoshai, Isfahan: Iran University of Medical Sciences and Health Services. Faculty of Management and Medical Information.
- Laing, C. & Lewis, A. (2017). Exploring clustering as a destination development tstrategy forrural communities: The case of LaBrea, Trinidad. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6 (3), 184-195.
- Mafakheri, L. & Ghadermarzi, H. (2021). Evaluation of institutional-organizational structure of tourism business cluster in rural areas (Case study: Central part of Rafsanjan city). *Geographical Engineering of Territory*, 5(2), 245-261. (in Persian)
- Malgorzata, B. (2015). Tourism Clusters in Eastern Poland - Analysis of Selected Aspects of the Operation, *Procedi. Social and Behavioral Sciences*, 957-964.
- Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts (2021). *Tourism and handicraft sector*. (in Persian)
- Moarefi, A., Sadri, A., Gholami Norabad, H., & Saeidi, B. (2022). The role of Tourism clusters on regional competitiveness (Case study: Religious tourism cluster of Qom). *Journal of applied Research in Geographical Science*, 22 (67), 153-170. (in Persian)
- Moradi, M., Bahadorani, B., Ziaei, M., & Akbaragheli, F. (2023). Spatial Explanation of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural Areas of Tabas Region. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 13 (50), 39-17. (in Persian)
- Otar, P., Laura, K., & Valentina, M. (2017). Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities. *Journal Annals of Agrarian Science*, 344-348.
- Pomeroy, P., Navy, H., Joan Ferrer, A., & Purnomo, A. H. (2017). Linkages and Trust in the Value Chain for Small-scale Aquaculture in Asia. *Journal of the World Aquaculture Society*, 48 (4), 542-554.
- Soltani, S. & Bostan, Z. (2016). Compilation of cognitive studies of Mashhad tourism cluster. *The second international conference on modern researches in management, economy and development*. Tbilisi. Yekta Smart Ahura Technologies Company, University of Georgia and the partnership of Iranian universities. (in Persian)
- Thaithong, N. (2016). *An investigation of tourism stakeholder networks and and cluster sustainability in Samui Island*, Thailand. University of Hull, Supervisor: Saxena, Gunjan, Tsagdis, Dimitrios, 1-414.
- Zarghaam, H. & Haji-mohammad-amini, S. (2012). Feasibility of Tourism Cluster Development Case Study: Anzali City, Iran. *Tourism Management Studies*, 14, 94-123. (in Persian)