

# Designing a Model of Iran's Nature Tourism Ecosystem Based on the World Tourism Program

1. Mohsen Saemi<sup>✉</sup>: Department of Public Administration, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Behzad Souki<sup>✉\*</sup>: Department of Public Administration, Kan.C., Islamic Azad University, Kangavar, Iran
3. Hossein Shirazi<sup>✉</sup>: Department of Technology Management, Qo.C., Islamic Azad University, Qom, Iran
4. Diako Abbasi<sup>✉</sup>: Department of Tourism and Hospitality Management, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

\*Corresponding Author's Email Address: Beh.Souki@iau.ir

## Abstract:

This study aimed to design and validate a model of Iran's nature tourism ecosystem based on the World Tourism Program. This applied study used a sequential exploratory mixed-methods design within a pragmatic paradigm. The qualitative phase was conducted through thematic analysis, while the quantitative phase followed a descriptive-analytical survey/correlational design. The qualitative population included university professors, managers and officials of tourism organizations, and civil activists. Based on purposive sampling and theoretical saturation, 20 participants were selected for semi-structured interviews. In the quantitative phase, the statistical population consisted of employees of the Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts, from whom 354 participants were selected through stratified sampling. Qualitative data were collected through interviews, and quantitative data were gathered using researcher-made questionnaires designed to assess the validity of the proposed model. Qualitative data were analyzed using MAXQDA, and quantitative analyses, including confirmatory factor analysis and one-sample t-tests, were performed using SPSS and SmartPLS. The thematic analysis resulted in 66 basic themes and four main dimensions: economic development of nature tourism, social development of nature tourism, environmental development, and cultural development. Confirmatory factor analysis showed that all factor loadings exceeded 0.50, and all t-values were greater than 2.58, confirming the significance of the measurement model at the 99% confidence level. The goodness-of-fit index was 0.445, and the NFI value was 0.952, indicating acceptable model fit. Predictive relevance indices were also at a desirable level. The one-sample t-test confirmed the model's external validity with a mean of 4.20 and  $t=5.00$ , and its internal validity with a mean of 4.45 and  $t=10.20$ , both significant at  $p<0.001$ . The proposed model had satisfactory validity and can serve as an integrated framework for sustainable policy-making, planning, and management of Iran's nature tourism ecosystem in alignment with global tourism priorities.

**Keywords:** Nature tourism ecosystem, World Tourism Program, sustainable development, ecotourism, model validation

**How to Cite:** Saemi, M., Souki, B., Shirazi, H., & Abbasi, D. (2027). Designing a Model of Iran's Nature Tourism Ecosystem Based on the World Tourism Program. *Management, Education and Development in Digital Age*, 4(1), 1-22.



## طراحی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی

۱. محسن صائمی<sup>id</sup>: گروه مدیریت دولتی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲. بهزاد سوکی<sup>id</sup>: گروه مدیریت دولتی، واحد کنگاور، دانشگاه آزاد اسلامی، کنگاور، ایران

۳. حسین شیرازی<sup>id</sup>: گروه مدیریت تکنولوژی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران

۴. دیاکو عباسی<sup>id</sup>: گروه مدیریت گردشگری و هتلداری، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

\*پست الکترونیک نویسنده مسئول: Beh.Souki@iau.ir

### چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی و اعتبارسنجی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی بود. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر نوع داده آمیخته متوالی با رویکرد اکتشافی، از نظر پارادایم عملگرا و از نظر ماهیت در بخش کیفی مبتنی بر تحلیل مضمون و در بخش کمی توصیفی-تحلیلی از نوع پیمایشی/همبستگی بود. جامعه بخش کیفی شامل استادان دانشگاه، مدیران و مسئولان سازمان‌های گردشگری و فعالان مدنی بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس اصل اشباع نظری، ۲۰ نفر انتخاب شدند. در بخش کمی، جامعه آماری شامل کارکنان وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی بود که ۳۵۴ نفر از آنان با روش نمونه‌گیری طبقه‌ای انتخاب شدند. داده‌های کیفی از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته و داده‌های کمی با پرسشنامه محقق‌ساخته گردآوری شد. تحلیل داده‌های کیفی با MAXQDA و تحلیل‌های کمی با SPSS و SmartPLS انجام شد. نتایج تحلیل مضمون به استخراج ۶۶ مضمون پایه و شکل‌گیری چهار بعد اصلی شامل توسعه اقتصادی طبیعت‌گردی، توسعه اجتماعی طبیعت‌گردی، توسعه زیست‌محیطی و توسعه فرهنگی منجر شد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان داد تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰.۵۰ و ضرایب معناداری بالاتر از ۲.۵۸ بودند. شاخص نیکویی برازش مدل ۰.۴۴۵ و شاخص NFI برابر با ۰.۹۵۲ به دست آمد. همچنین شاخص‌های پیش‌بینی مدل در سطح مطلوب قرار داشتند. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای نشان داد اعتبار بیرونی الگو با میانگین ۴.۲۰ و مقدار  $t=5.00$  و اعتبار درونی الگو با میانگین ۴.۴۵ و مقدار  $t=10.20$  در سطح ۰.۰۰۱ معنادار بود. نتایج نشان داد الگوی پیشنهادی از اعتبار مطلوب برخوردار است و می‌تواند چارچوبی جامع برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و مدیریت پایدار گردشگری طبیعت ایران بر اساس الزامات برنامه گردشگری جهانی فراهم کند.

**کلیدواژه‌گان:** نظام زیستی گردشگری طبیعت، برنامه گردشگری جهانی، توسعه پایدار، طبیعت‌گردی، اعتبارسنجی مدل

**نحوه استناددهی:** صائمی، محسن، سوکی، بهزاد، شیرازی، حسین، و عباسی، دیاکو. (۱۴۰۶). طراحی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی. مدیریت، آموزش و توسعه در عصر دیجیتال، ۱۴(۱)، ۱-۲۲.



## مقدمه

گردشگری طبیعت در دهه‌های اخیر از یک فعالیت فراغتی صرف فراتر رفته و به یکی از حوزه‌های راهبردی توسعه پایدار، حفاظت از منابع طبیعی، تقویت اقتصاد محلی و بازآفرینی فرهنگی جوامع میزبان تبدیل شده است. اهمیت این حوزه زمانی بیشتر آشکار می‌شود که بدانیم گردشگری طبیعت، برخلاف بسیاری از گونه‌های گردشگری انبوه، مستقیماً با کیفیت اکوسیستم‌ها، ظرفیت برد محیطی، رفتار مسئولانه گردشگران، مشارکت جامعه محلی و سیاست‌گذاری پایدار پیوند دارد. در چنین وضعیتی، طراحی یک الگوی نظام‌مند برای نظام زیستی گردشگری طبیعت، به‌ویژه در کشوری مانند ایران که از تنوع اقلیمی، زیستی، فرهنگی و جغرافیایی گسترده برخوردار است، ضرورتی علمی و مدیریتی محسوب می‌شود. ایران با داشتن جنگل‌ها، کوهستان‌ها، کویرها، تالاب‌ها، سواحل، مناطق حفاظت‌شده، روستاهای گردشگری‌پذیر و میراث فرهنگی-طبیعی متنوع، ظرفیت بالایی برای توسعه طبیعت‌گردی دارد؛ با این حال، بهره‌برداری مؤثر از این ظرفیت‌ها نیازمند رویکردی اکوسیستمی، چندبعدی و همسو با برنامه‌های جهانی گردشگری است؛ رویکردی که بتواند میان توسعه اقتصادی، عدالت اجتماعی، حفاظت محیط‌زیست و ارتقای فرهنگ عمومی تعادل برقرار کند (Cabral & Dhar, 2020; Drumm & Moore, 2020; Robinson, 2022).

در ادبیات معاصر گردشگری، مفهوم اکوسیستم گردشگری بر این فرض استوار است که گردشگری تنها حاصل تعامل گردشگر و مقصد نیست، بلکه شبکه‌ای از کنشگران، منابع، زیرساخت‌ها، نهادها، سیاست‌ها، ارزش‌ها و رفتارها را دربرمی‌گیرد. از این منظر، نظام زیستی گردشگری طبیعت شامل مجموعه‌ای از روابط میان محیط طبیعی، جامعه محلی، نهادهای دولتی، کسب‌وکارهای گردشگری، گردشگران، زیرساخت‌های فناورانه و الزامات حکمرانی پایدار است. چنین نگاهی باعث می‌شود که توسعه گردشگری طبیعت نه تنها از زاویه سودآوری اقتصادی، بلکه از نظر پیامدهای اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی نیز تحلیل شود. پژوهش‌های جدید نشان می‌دهند که مدیریت طبیعت‌گردی زمانی به پایداری منجر می‌شود که سیاست‌گذاری آن بر پایه شناخت دقیق ظرفیت‌های محیطی، مشارکت جامعه میزبان، آموزش رفتار مسئولانه و تنظیم‌گری نهادی انجام گیرد (Rahimian et al., 2025; Saputra & Jayawarsa, 2025; Shams et al., 2025; al., 2025). بنابراین، الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت باید بتواند پیوند میان کنشگران و مؤلفه‌های مختلف این حوزه را تبیین کند و مسیر تحقق توسعه پایدار گردشگری را در سطح ملی و محلی نشان دهد.

یکی از مهم‌ترین ابعاد گردشگری طبیعت، بعد اقتصادی آن است. طبیعت‌گردی می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش درآمد محلی، جذب سرمایه‌گذاری، توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، تقویت زنجیره ارزش گردشگری و افزایش تقاضا برای خدمات بومی، به رشد اقتصادی مناطق مقصد کمک کند. در بسیاری از مناطق روستایی و کمترتوسعه‌یافته، گردشگری طبیعت می‌تواند جایگزینی برای فعالیت‌های اقتصادی آسیب‌زا یا کم‌بازده باشد و از طریق تنوع‌بخشی به اقتصاد محلی، وابستگی جوامع به منابع محدود یا فعالیت‌های مخرب را کاهش دهد. مطالعات مختلف نشان داده‌اند که اکوتوریسم و گردشگری مبتنی بر طبیعت در صورت مدیریت صحیح، می‌تواند بازده اقتصادی قابل توجهی برای جوامع محلی ایجاد کند و همزمان انگیزه‌های اقتصادی لازم برای حفاظت از منابع طبیعی را افزایش دهد (Amani et al., 2018; Hsu, 2019; Saavedra, 2025). با وجود این، رشد اقتصادی ناشی از گردشگری تنها زمانی پایدار خواهد بود که منافع آن به‌صورت عادلانه توزیع شود و جامعه محلی در مالکیت، مدیریت و بهره‌برداری از خدمات گردشگری نقش فعال داشته باشد.

با وجود ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری طبیعت، توسعه نامتوازن آن می‌تواند به نابرابری درآمدی، تمرکز منافع در دست گروه‌های محدود، افزایش قیمت زمین، تغییر الگوهای معیشتی و آسیب به ساختارهای اجتماعی منجر شود. از این رو، اقتصاد گردشگری طبیعت باید با مفهوم رفاه محلی پیوند بخورد. مطالعات مربوط به زیرساخت‌های گردشگری و تنظیم‌گری محیطی نشان می‌دهند که سیاست‌های توسعه گردشگری، اگر بدون توجه به عدالت اجتماعی و پیامدهای توزیعی طراحی شوند، ممکن است رفاه بخشی از جامعه را افزایش دهند، اما در عین حال شکاف‌های درآمدی و نابرابری‌های محلی را تشدید کنند (Shimizu & Okamoto, 2024). از سوی دیگر، تقویت زیرساخت‌های حمل‌ونقل، خدمات عمومی، دسترسی‌پذیری مقصد، زیرساخت‌های اقامتی و امکانات ارتباطی می‌تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری پایدار داشته باشد و کیفیت تجربه گردشگران و کیفیت

زندگی جامعه محلی را به‌طور همزمان ارتقا دهد (Esmailpour Langouri, 2024; Rasouli et al., 2024). بنابراین، توسعه اقتصادی طبیعت‌گردی در ایران باید نه‌تنها به سودبخشی و رشد بازار، بلکه به رفاه مردم محلی، عدالت اقتصادی و تقویت زیرساخت‌های پایدار توجه کند.

بعد اجتماعی گردشگری طبیعت نیز جایگاهی اساسی در طراحی الگوی نظام زیستی دارد. گردشگری طبیعت زمانی می‌تواند به توسعه پایدار منجر شود که جامعه محلی صرفاً دریافت‌کننده پیامدهای توسعه نباشد، بلکه به‌عنوان بازیگر اصلی در برنامه‌ریزی، اجرا، نظارت و ارزیابی پروژه‌های گردشگری نقش داشته باشد. مشارکت محلی موجب افزایش حس تعلق، تقویت سرمایه اجتماعی، کاهش تعارض میان گردشگران و جامعه میزبان، افزایش مشروعیت برنامه‌های توسعه و بهبود کیفیت تصمیم‌گیری می‌شود. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که مشارکت جامعه محلی در توسعه اکوتوریسم می‌تواند ارزش جاذبه‌های گردشگری را افزایش دهد و زمینه شکل‌گیری الگوهای مسئولانه‌تر مدیریت مقصد را فراهم سازد (Tseng et al., 2020; Tovar & Lockwood, 2018; Mananda & Sudiarta, 2024). در ایران نیز، بسیاری از مناطق طبیعی و روستایی که ظرفیت گردشگری دارند، بدون مشارکت مردم محلی نمی‌توانند به مقصدی پایدار، رقابت‌پذیر و سازگار با محیط‌زیست تبدیل شوند.

در کنار مشارکت محلی، آگاه‌سازی و آموزش اجتماعی نیز از عناصر بنیادین توسعه طبیعت‌گردی است. گردشگری طبیعت با رفتار انسان در محیط طبیعی سروکار دارد و بنابراین کیفیت رفتار گردشگران، راهنمایان، مدیران و جامعه میزبان نقش مهمی در حفظ منابع دارد. آموزش اخلاق گردشگری، قوانین حفاظت محیط‌زیست، فرهنگ میزبانی، حقوق جامعه محلی و مسئولیت گردشگران می‌تواند از بسیاری از آسیب‌های اجتماعی و زیست‌محیطی جلوگیری کند. در همین زمینه، مطالعات مربوط به آموزش اخلاق، قوانین و مقررات در توسعه پایدار گردشگری نشان می‌دهند که حکمرانی خوب و نظام آموزشی مناسب می‌توانند نقش مؤثری در نهادینه‌سازی رفتار مسئولانه و کاهش تعارضات گردشگری داشته باشند (Seddiqi, 2024). همچنین توسعه مهارت‌های نیروی انسانی در بخش گردشگری، از جمله آموزش راهنمایان، کارکنان اقامتگاه‌ها، مدیران مقصد و فعالان محلی، برای ارتقای کیفیت خدمات، افزایش رقابت‌پذیری و تحقق اهداف پایدار ضروری است (Baker, 2021). بنابراین، بعد اجتماعی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت باید بر مشارکت، توانمندسازی، آموزش، کاهش ناهنجاری‌ها و تقویت همزیستی اجتماعی تأکید کند.

بعد زیست‌محیطی، هسته مرکزی گردشگری طبیعت است؛ زیرا بقای این نوع گردشگری مستقیماً به سلامت اکوسیستم‌ها وابسته است. توسعه طبیعت‌گردی در صورتی که بدون ارزیابی ظرفیت برد، مدیریت پسماند، کنترل تردد گردشگران، حفاظت از تنوع زیستی و پایش اثرات محیطی انجام شود، می‌تواند به تخریب زیستگاه‌ها، فرسایش خاک، آلودگی منابع آب، کاهش پوشش گیاهی و اختلال در حیات‌وحش منجر شود. در مقابل، اگر طبیعت‌گردی بر پایه اصول حفاظت و مدیریت پایدار طراحی شود، می‌تواند به ابزاری برای تأمین منابع مالی حفاظت، افزایش آگاهی عمومی، تقویت مشارکت اجتماعی در حفاظت و ایجاد انگیزه اقتصادی برای صنایع از طبیعت تبدیل شود (Drumm & Moore, 2023; Samal & Dash, 2020). پژوهش‌ها همچنین نشان می‌دهند که میان توسعه گردشگری مبتنی بر طبیعت و حفاظت اکولوژیک همواره نوعی تنش بالقوه وجود دارد و مدیریت این تنش نیازمند سیاست‌گذاری دقیق، داده‌های معتبر و سازوکارهای نظارتی مؤثر است (Yuxi & Linsheng, 2020).

در سال‌های اخیر، رفتار محیط‌زیستی گردشگران و عوامل مؤثر بر آن به یکی از محورهای مهم پژوهش در حوزه اکوتوریسم تبدیل شده است. تجربه گردشگر، ادراک او از مقصد، کیفیت اطلاع‌رسانی، هنجارهای اجتماعی، نگرش زیست‌محیطی و سیاست‌های تشویقی یا محدودکننده می‌توانند بر رفتار مسئولانه گردشگران اثر بگذارند. مطالعات جدید نشان می‌دهند که بازاریابی سبز، آگاهی‌بخشی محیطی و حتی راهبردهای کنترل تقاضا در برخی مقاصد حساس، می‌توانند رفتارهای طرفدار محیط‌زیست را تقویت کنند و فشار بر منابع طبیعی را کاهش دهند (Alizadeh & Azhari, 2024; Han et al., 2026; Rahimian et al., 2025). از این منظر، نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران نیازمند سازوکارهایی برای هدایت رفتار گردشگران، توسعه پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی، به‌روزرسانی داده‌های مقصد، مدیریت هوشمند تردد و آموزش مستمر ذی‌نفعان است. بدون چنین سازوکارهایی، حتی جاذبه‌های طبیعی ارزشمند نیز ممکن است در نتیجه مصرف بی‌رویه و مدیریت ناکارآمد، بخشی از ظرفیت زیستی و جذابیت گردشگری خود را از دست بدهند. بعد فرهنگی نیز در گردشگری طبیعت نقشی مکمل و در عین حال بنیادین دارد. طبیعت‌گردی در بسیاری از موارد با فرهنگ محلی، آیین‌ها، شیوه‌های معیشت، دانش بومی، معماری سنتی، میراث ناملموس و هویت اجتماعی جامعه میزبان درهم‌تنیده است. گردشگر طبیعت نه‌تنها با چشم‌اندازهای طبیعی، بلکه با شیوه زندگی مردم، روایت‌های محلی، غذاهای بومی، هنرهای سنتی و ارزش‌های فرهنگی مقصد مواجه می‌شود. از این رو، گردشگری طبیعت می‌تواند بستری برای تبادل فرهنگی، احیای میراث بومی، تقویت هویت

محلی و افزایش آگاهی فرهنگی باشد. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که درگیرسازی گردشگران در تجربه‌های اکوتوریستی، احترام به فرهنگ میزبان و طراحی برنامه‌های آموزشی و تفسیری می‌تواند کیفیت تجربه گردشگر و پایداری فرهنگی مقصد را افزایش دهد (Cabral & Dhar, 2020; Paul & Roy, 2023). همچنین توسعه گردشگری طبیعت در صورتی که با آموزش فرهنگی و محیط‌زیستی همراه باشد، می‌تواند سطح آگاهی عمومی را نسبت به ارزش‌های طبیعی و فرهنگی مقصد ارتقا دهد (Yuxi & Linsheng, 2020). در ایران، پیوند میان طبیعت و فرهنگ از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ زیرا بسیاری از مقاصد طبیعی کشور در دل جوامعی قرار دارند که دارای تاریخ، سنت، زبان، سبک زندگی و الگوهای معیشتی متمایز هستند. بنابراین، الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت باید بتواند از یک سو از میراث طبیعی حفاظت کند و از سوی دیگر به صیانت، بازنمایی و بازآفرینی میراث فرهنگی جامعه میزبان کمک نماید. بی‌توجهی به این بعد می‌تواند موجب تجاری‌سازی افراطی فرهنگ، کاهش اصالت تجربه، تغییر نامطلوب سبک زندگی محلی و تعارض میان گردشگران و ساکنان شود. در مقابل، سیاست‌گذاری فرهنگی مناسب می‌تواند گردشگری طبیعت را به بستری برای تقویت گفت‌وگوی فرهنگی، آموزش عمومی، احترام به تفاوت‌ها و افزایش همبستگی اجتماعی تبدیل کند. در همین زمینه، مطالعات مربوط به گردشگری روستایی، بازاریابی گردشگری و توسعه پایدار نشان داده‌اند که شناخت عوامل کلیدی مؤثر بر مقصد، فرهنگ محلی و مشارکت جامعه میزبان برای طراحی الگوهای موفق گردشگری ضروری است (Jamini et al., 2024; Zendeboodi et al., 2023).

از سوی دیگر، بحران‌های معاصر، از جمله همه‌گیری کرونا، تغییرات اقلیمی، فرسایش منابع طبیعی، ضعف زیرساخت‌ها و ناپایداری اقتصادی، ضرورت بازنگری در الگوهای مدیریت گردشگری را افزایش داده‌اند. تجربه دوران پساکرونا نشان داد که صنعت گردشگری، به‌ویژه بخش‌های وابسته به هتل‌داری، حمل‌ونقل و خدمات مقصد، در برابر بحران‌های جهانی بسیار آسیب‌پذیر است و برای تداوم فعالیت خود به الگوهای مدیریتی انعطاف‌پذیر، کارآفرینانه و پایدار نیاز دارد (Negahdari et al., 2024). افزون بر آن، شواهد مربوط به توسعه اکوتوریسم نشان می‌دهد که اگر نظام حکمرانی گردشگری نتواند میان منافع اقتصادی، حفاظت محیطی و نیازهای اجتماعی تعادل ایجاد کند، توسعه گردشگری ممکن است به جای حل مسئله، خود به عامل تشدید بحران‌های مقصد تبدیل شود (Saavedra, 2025; Saputra & Jayawarsa, 2025). بنابراین، طراحی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران باید با توجه به شرایط متغیر جهانی، الزامات برنامه‌های بین‌المللی گردشگری و ویژگی‌های بومی کشور انجام شود.

با وجود مطالعات ارزشمند در حوزه اکوتوریسم، توسعه پایدار، رفتار محیط‌زیستی گردشگران، زیرساخت‌های گردشگری، مشارکت محلی و آثار اقتصادی و اجتماعی گردشگری، همچنان خلأ مهمی در زمینه طراحی یک الگوی جامع، بومی و چندبعدی برای نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران وجود دارد. بخش قابل توجهی از پژوهش‌های پیشین بر یک بعد خاص، مانند اثرات اقتصادی، زیرساخت‌ها، رفتار گردشگر، مشارکت اجتماعی یا حفاظت محیط‌زیست تمرکز کرده‌اند؛ در حالی که ماهیت گردشگری طبیعت ایجاد می‌کند همه این ابعاد در قالب یک مدل یکپارچه تحلیل شوند. علاوه بر این، ایران برای بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت‌های طبیعت‌گردی خود نیازمند الگویی است که هم با برنامه‌ها و جهت‌گیری‌های جهانی گردشگری همسو باشد و هم واقعیت‌های نهادی، محیطی، اجتماعی و فرهنگی کشور را منعکس کند. چنین الگویی می‌تواند به سیاست‌گذاران، مدیران گردشگری، فعالان محلی و پژوهشگران کمک کند تا مسیر توسعه طبیعت‌گردی را بر پایه شواهد، مشارکت و پایداری طراحی کنند (Gonzalez & Lopez, 2021; Mananda & Sudiarta, 2024; Shams et al., 2025).

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی است.

## روش‌شناسی پژوهش

نوع پژوهش بر اساس پارادایم از نوع تحقیقات با پارادایم عملگرا یا ترکیبی است. همچنین بر اساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. از طرفی نوع پژوهش بر اساس نوع داده از نوع تحقیقات آمیخته متوالی با رویکرد اکتشافی است، زیرا ابتدا داده‌های کیفی با روش تحلیل محتوا کشف و سپس با استفاده از نتایج بخش کیفی داده‌های کمی از طریق پرسشنامه با روش توصیفی (پیمایشی/همبستگی) جمع‌آوری و تحلیل شدند. همچنین نوع پژوهش بر اساس زمان وقوع پدیده از نوع تحقیقات آینده‌نگر است؛ زیرا به دنبال پیش‌بینی

اهداف سازمان جهانی گردشگری بر اساس عوامل بررسی شده است. در نهایت نوع پژوهش بر اساس محیط گردآوری داده از نوع تحقیقات کتابخانه ای به دلیل مرور سیستماتیک ادبیات و میدانی به دلیل جمع آوری مستقیم داده ها از طریق مصاحبه با خبرگان و پرسشنامه است.

جمعیت هدف در بخش کیفی شامل خبرگان نظری و خبرگان تجربی است. این افراد شامل مسئولین سازمان های گردشگری، مدیران موسسه های گردشگری، مشاوران اجتماعی و .... است. در پژوهش های کیفی، به ویژه زمانی که از روش تحلیل محتوای کیفی با رویکرد تحلیل مضامین متون مصاحبه استفاده می شود، توصیه می شود که حداقل حجم نمونه برای مصاحبه های کیفی بین ۱۰ تا ۳۰ نفر باشد، تا بتوان به اشباع نظری دست یافت. در این پژوهش، برای مصاحبه با خبرگان در زمینه موضوع پژوهش، حجم نمونه بر اساس اصل اشباع تعیین شد. در این راستا با تکیه بر اصل اشباع نظری تعداد ۲۰ نفر به عنوان نمونه بکار گرفته شدند. روش نمونه گیری در این بخش غیرتصادفی هدفمند بود. در این روش نمونه گیری، به طور هدفمند از دو گروه اصلی خبرگان نظری و تجربی مشارکت کنندگان انتخاب شدند. اطلاعات مربوط به خبرگان بخش کیفی به صورت جدول زیر است:

جدول ۱: ویژگی های جمعیت شناختی مشارکت کنندگان در تکنیک مصاحبه

| متغیر       | طبقه                                | فراوانی | متغیر       | رشته    | فراوانی | متغیر    | مقطع  | فراوانی | متغیر     | سن             | فراوانی |
|-------------|-------------------------------------|---------|-------------|---------|---------|----------|-------|---------|-----------|----------------|---------|
|             | اساتید دانشگاه                      | ۷       | رشته تحصیلی | هوشناسی | ۵       | تحصیلات  | دکتری | ۱۸      | سن        | پایین تر از ۴۵ | ۳       |
|             |                                     |         |             | اقتصاد  | ۶       | کارشناسی | ارشد  | ۲       |           | ۴۵ تا ۵۰ سال   | ۲       |
| محل خدمت    |                                     |         |             | زیست    |         |          |       |         |           | ۵۱ تا ۵۵ سال   | ۵       |
|             |                                     |         |             | حقوق    | ۹       | جنسیت    | زن    | ۸       |           | بالای ۵۵ سال   | ۱۰      |
|             | مسئولین و مدیران سازمان های گردشگری | ۱۰      |             | زیست    |         |          | مرد   | ۱۲      | سابقه کار | کمتر از ۱۰ سال | ۴       |
|             |                                     |         |             |         |         |          |       |         |           | ۱۰ تا ۲۰ سال   | ۷       |
|             |                                     |         |             |         |         |          |       |         |           | بالای ۲۰       | ۹       |
| فعالان مدنی |                                     |         |             |         |         |          |       |         |           |                | ۳       |

همچنین در بخش کمی این پژوهش، جامعه آماری شامل کلیه کارکنان وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به عنوان پاسخ دهندگان کلیدی است. در این پژوهش با توجه به استفاده از حداقل حجم نمونه در آزمون تحلیل عاملی تأییدی، ۲۵۴ پاسخ دهنده به عنوان حجم نمونه در نظر گرفته شدند و پرسشنامه میان آن ها توزیع شد. در این پژوهش به منظور گردآوری داده از دو روش کتابخانه ای و میدانی استفاده شده است. بخش میدانی این پژوهش شامل دو بخش کیفی و کمی است. در مرحله نخست، بخش کیفی شامل مصاحبه با خبرگان است که با هدف جمع آوری نظرات خبرگان نظری و تجربی طراحی گردید. در این پژوهش، به منظور شناسایی مولفه های نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی، از روش تحلیل مضامین مصاحبه استفاده شده است. در این راستا در مصاحبه ۱۷ اشباع نظری حاصل شد اما برای دستیابی به اجماع نهایی تا مصاحبه ۲۰ ادامه پیدا کرد. به منظور گردآوری داده ها در بخش کمی از پرسشنامه های محقق ساخته، برای سنجش اعتبار درونی و بیرونی مدل استفاده شد. پرسشنامه این بخش شامل ۷۰ گویه با طیف اندازه گیری لیکرت از خیلی زیاد تا خیلی کم بود که به ارزیابی و اعتبارسنجی مولفه های نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی می پردازد.

برای بررسی پایایی در بخش کیفی از همسویی درون محقق<sup>۱</sup> بهره گرفته شد. در این پژوهش میانگین ضریب پایایی همسویی درون محقق بین کدگذاری‌های انجام شده برای ۴ مصاحبه ۷۶ درصد به دست آمد که بیانگر قابل قبول بودن آن است. همچنین در بررسی همسویی بین محقق<sup>۲</sup> پایایی حاصل از همسویی بین محقق با توجه به محاسبات صورت گرفته ۷۷.۶۵ درصد به دست آمد که بیانگر قابل قبول بودن آن است. در بخش کمی به منظور تعیین روایی پرسشنامه از روایی ظاهری، محتوایی و سازه استفاده شد. در روایی ظاهری پرسشنامه‌ها قبل از توزیع توسط پژوهش گر، چند نفر از اعضای نمونه و برخی خبرگان مورد بررسی قرار گرفت. در روایی محتوایی با کمک فرم‌های لاوشه نسبت روایی محتوا<sup>۳</sup> و شاخص روایی محتوا<sup>۴</sup> به کمک ده نفر از خبرگان پژوهش بررسی شد. در مورد روایی سازه نیز از دو نوع روایی همگرا و واگرا با کمک نرم افزار اسمارت پی ال اس<sup>۵</sup> استفاده شد که یافته‌ها بیانگر تایید روایی سازه بود. همچنین پایایی از طریق ضریب آلفای کرونباخ<sup>۶</sup>، پایایی ترکیبی<sup>۷</sup> و اومگای مک دونالد<sup>۸</sup> محاسبه شد. مقادیر این ضریب برای همه ابعاد پرسشنامه بالای ۰/۷ به دست آمد که نشان دهنده پایا بودن ابزار اندازه گیری بود. ضرایب روایی و پایایی ذکر شده برای پرسشنامه اصلی در جدول ۲ قابل مشاهده است.

جدول ۲: نتایج محاسبه روایی و پایایی پرسشنامه اصلی پژوهش

| ابعاد                    | AVE   | آلفای کرونباخ | CR    | ASV   | MSV   |
|--------------------------|-------|---------------|-------|-------|-------|
| ابعاد اقتصادی طبیعت گردی | ۰.۵۱۲ | ۰.۸۹۵         | ۰.۷۴۸ | ۰.۳۲۵ | ۰.۳۶۶ |
| ابعاد اجتماعی طبیعت گردی | ۰.۵۸۳ | ۰.۸۴۱         | ۰.۷۵۸ | ۰.۴۱۵ | ۰.۴۲۱ |
| ابعاد زیست محیطی         | ۰.۵۳۹ | ۰.۸۵۵         | ۰.۸۱۶ | ۰.۴۶۶ | ۰.۴۵۵ |
| ابعاد فرهنگی             | ۰.۶۰۱ | ۰.۷۹۱         | ۰.۷۴۴ | ۰.۳۹۸ | ۰.۴۷۸ |

در ادامه یافته های مربوط به بارهای متقاطع در خصوص یکی دیگر از معیارهای سنجش روایی واگرا مورد بررسی قرار می گیرید.

جدول ۳: بارگذاری های متقاطع برای سازه های پژوهش

| مولفه ها                       | ابعاد اقتصادی طبیعت گردی | ابعاد اجتماعی طبیعت گردی | ابعاد زیست محیطی | ابعاد فرهنگی |
|--------------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|--------------|
| سودبخشی                        | ۰.۹۲۱                    | ۰.۳۲۵                    | ۰.۲۵۶            | ۰.۲۳۳        |
| رفاه مردم محلی                 | ۰.۸۳۲                    | ۰.۴۲۱                    | ۰.۲۱۹            | ۰.۳۱۵        |
| مشارکت محلی                    | ۰.۵۱۲                    | ۰.۹۵۲                    | ۰.۲۶۵            | ۰.۲۸۵        |
| کاهش ناهنجاری های اجتماعی      | ۰.۳۳۶                    | ۰.۸۵۷                    | ۰.۳۳۹            | ۰.۲۶۴        |
| آگاه سازی مردم                 | ۰.۳۲۵                    | ۰.۸۳۲                    | ۰.۴۱۹            | ۰.۲۵۷        |
| حفظ منابع طبیعی                | ۰.۵۲۱                    | ۰.۴۲                     | ۰.۸۴۱            | ۰.۴۱۵        |
| وجود زیرساخت های اطلاع رسانی   | ۰.۴۲۱                    | ۰.۴۹۸                    | ۰.۹۲۵            | ۰.۳۹۵        |
| توسعه زیرساخت ها               | ۰.۴۶۹                    | ۰.۲۱۲                    | ۰.۹۰۸            | ۰.۳۵۵        |
| ظرفیت های گردشگری              | ۰.۳۵۲                    | ۰.۲۹۸                    | ۰.۹۳۶            | ۰.۳۲۶        |
| تبادل فرهنگی                   | ۰.۳۹۹                    | ۰.۳۲۵                    | ۰.۳۱             | ۰.۹۵۵        |
| ارتقاء سطح آگاهی و فرهنگ عمومی | ۰.۳۲۱                    | ۰.۴۱۶                    | ۰.۳۶۶            | ۰.۸۹۱        |

<sup>1</sup> Intrarater Reliability

<sup>2</sup> Interrater Reliability

<sup>3</sup> CVR

<sup>4</sup> CVI

<sup>5</sup> Smart-Pls 3

<sup>6</sup>  $\alpha$

<sup>7</sup> CR

<sup>8</sup> McDonald's Omega

همانگونه که از جدول بالا پیداست، مولفه های هر بعد بیشترین ارتباط را با ابعاد خود دارند و با سایر ابعاد بارگزاری کمتری دارند. این نشان دهنده این است که این آیتمها به خوبی ابعاد خود را اندازه گیری می کنند و تداخلی با سازه های دیگر ندارند.

در بخش کیفی و تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه ها، از روش تحلیل مضمون انعطاف پذیر<sup>۱</sup> با نرم افزار MAXQDA نسخه Analytics Pro سال ۲۰۱۸ استفاده شد. در بخش کمی همچنین از روش های توصیف و تحلیل آماری داده ها استفاده شد. در بخش توصیف آماری داده ها، برای توصیف ویژگی های جمعیت شناختی شامل سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کار از درصد، فراوانی، جدول و نمودار و همچنین برای توصیف متغیرهای پژوهش از میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی با نرم افزار IBM SPSS-۲۳ نسخه Statistics سال ۲۰۱۵ استفاده شد. در بخش تحلیل آماری داده ها از نرم افزار SmartPLS-V۳<sup>۲</sup> سال ۲۰۱۶ استفاده شد.

## یافته ها

به منظور شناسایی شاخص های نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی، مصاحبه با ۲۰ خبره صورت گرفته و سپس متون مصاحبه پیاده سازی شد. در نهایت به منظور تجزیه و تحلیل داده ها متون مصاحبه از تحلیل مضمون جهت مقوله بندی کدهای حاصل از مصاحبه با خبرگان استفاده شد. ابزارهایی که در تحلیل مضمون مورد استفاده قرار گرفته شده است، شامل کدگذاری، نرم افزار، قالب مضامین و شبکه مضامین می باشد. در کدگذاری های صورت گرفته مضامین پایه، به مضامین سازمان دهنده و مضامین سازمان دهنده به مضامین فراگیر تبدیل شدند. در این راستا در مجموع ۶۶ مضمون پایه از متون مصاحبه استخراج شد. همان طور که پیشتر بیان شد، تحلیل محتوای متون مصاحبه با استفاده از تحلیل مضمون و با استخراج مضامین پایه آغاز گردید و مضامین بی ربط و تکراری حذف گردیدند و بعد از دسته بندی مضامین پایه، مضامین سازمان دهنده و در نهایت پس از دسته بندی مضامین سازمان دهنده، مضامین فراگیر احصا و نام گذاری شدند. در جدول زیر مضامین پایه، سازمان دهنده، فراگیر، کد مصاحبه شونده ها، فراوانی و منبع مرتبط آورده شده است.

جدول ۴: نتایج مصاحبه برای ابعاد، مولفه ها و شاخص های الگو

| مضامین فراگیر                     | مضامین سازمان دهنده               | مضامین پایه                                   | کد مصاحبه شونده   | منابع متناظر                |
|-----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------|-----------------------------|
| ابعاد اقتصادی طبیعت گردی          | سود بخشی                          | ترغیب بازار                                   | I۹.I۱۷.           | روبینسون (۲۰۲۲)             |
|                                   |                                   | ROI اکولوژیکی                                 | I۱.I۱۶.           |                             |
|                                   |                                   | سود اقتصادی حاصل از گردشگری                   | I۱۰.I۱۵.          | هسو (۲۰۱۹)                  |
|                                   |                                   | جذب سرمایه گذاری خارجی                        | I۲.I۱۳.I۱۴        |                             |
|                                   |                                   | باز بودن تجارت و رشد اقتصادی                  | I۲.I۱۳.I۱۴        | سارپون و بین (۲۰۲۱)         |
| رفاه مردم محلی                    | رفاه مردم محلی                    | ارتقاء همکاری های بین المللی                  | I۳.I۱۱.I۱۲.       |                             |
|                                   |                                   | تنوع اقتصادی                                  | I۲.I۱۳.I۱۴        | امانی و همکاران (۱۳۹۷)      |
|                                   |                                   | ایجاد فرصت های شغلی و درآمد                   | I۸.I۹.I۲.I۱۳.I۱۵  | روبینسون (۲۰۲۲)             |
|                                   |                                   | توزیع درآمد                                   | I۱۲.I۸.I۶.I۱۷.I۲۰ | ویرینگ و نیل (۲۰۱۹)         |
|                                   |                                   | میزان دسترسی مردم محلی به خدمات بهداشتی رفاهی | I۴.I۳.I۱۱.        |                             |
| درصد بهبود شاخص کیفیت زندگی (QoL) | درصد بهبود شاخص کیفیت زندگی (QoL) | بازگشت جوانان به روستاها یا مناطق گردشگری     | I۵.I۷.I۱۰.I۱۸.    |                             |
|                                   |                                   | نابرابری دستمزد داخلی                         | I۲۰.I۵.I۱۴        | شیمیزو و اوکاموتو (۲۰۲۴)    |
|                                   |                                   | رفاه مردم محلی                                | I۳.I۱۷.I۸.I۸      | چرامین و همکاران (۱۳۹۵)     |
|                                   |                                   | درصد بهبود شاخص کیفیت زندگی (QoL)             | I۸.I۹.I۱۹.        | یکانی مطلق و همکاران (۱۴۰۰) |

<sup>1</sup> Flexible Thematic Analysis

<sup>2</sup> Partial Least Squares

|                                            |                     |                                                                       |
|--------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| مشارکت گروه های محلی در فرایند برنامه ریزی | I۹.I۱۰.I۱۵.I۱۷      | ویرینگ و نیل (۲۰۱۹)، تووار و لاکوود (۲۰۱۸)، ماناندا و سادیارتا (۲۰۲۴) |
| مشارکت محلی                                | I۶.I۹.I۸.           | درصد پروژه های اکوتوریسم با مشارکت مردم محلی                          |
|                                            | I۷.I۱۰.I۲۰.         | میزان مالکیت مردم محلی بر خدمات گردشگری                               |
|                                            | I۸.I۷.I۱.           | تعداد تعاونی ها یا تشکل های بومی فعال در حوزه گردشگری                 |
| ابعاد اجتماعی                              | I۱۱.I۶.I۲.          | افزایش روابط اجتماعی                                                  |
| طبیعت گردی                                 | I۱۳.I۱۴.I۱۵.I۲۰     | کاهش فقر                                                              |
| کاهش ناهنجاری های اجتماعی                  | I۱۹.I۸.I۱۵          | کاهش شیوع بیماری ها                                                   |
|                                            | I۹.I۱۲.I۳.          | میزان شکایات یا تعارضات مردم و گردشگران                               |
|                                            | I۱۰.I۱۳.I۱۵.I۴.     | شاخص همزیستی فرهنگی                                                   |
|                                            | I۱۴.I۱۳.I۱۷.I۱۵     | عدم تخریب اراضی اجدادی                                                |
|                                            | I۱۴.                | نرخ جرائم و تخلفات اجتماعی قبل و بعد از توسعه                         |
|                                            | I۸.I۹.I۱۵           | آموزش اخلاق و قوانین                                                  |
|                                            | I۱۱.I۱۴.I۱۵.        | مشارکت مراکز آموزشی در آگاهی بخشی اکوتوریسم                           |
|                                            | I۱۲.I۱۵.I۳.I۶.      | افزایش بازدیدکنندگان از موزه های طبیعی                                |
| آگاه سازی مردم                             | I۱۵.I۱۶.I۱۴.I۱۸.I۱۲ | آموزش ابتدایی و برابری جنسیتی                                         |
|                                            | I۳.I۹.I۶            | تغییر سبک زندگی                                                       |
|                                            | I۲.I۷.I۱۰.I۱۲.I۱۸   | افزایش امید به زندگی                                                  |
|                                            | I۱۲.I۱۵.I۱۴         | تعداد کمپین های آموزشی محیط زیستی در طول سال                          |
|                                            | I۱.I۳.I۹            | تدوین قوانین و مقررات مناسب                                           |
|                                            | I۲.I۱۳.I۱۴          | حفظ ارزش های معنوی و مذهبی                                            |
|                                            | I۱۶.I۱۰.I۱۷         | حفظ محیط زیست                                                         |
|                                            | I۱۷.I۲۰.            | کاهش میزان دی اکسید کربن هوا                                          |
| حفظ منابع طبیعی                            | I۱۳.I۱۸.I۱۹.        | وجود طرح های مدیریت پسماند                                            |
|                                            | I۱۴.I۱۵.I۸.I۹       | میزان تغییر پوشش گیاهی و حیات وحش                                     |
|                                            | I۱۹.I۱۸.            | حفاظت از تنوع زیستی و زیستگاه های طبیعی                               |
| ابعاد زیست محیطی                           | I۹.I۱۲.I۱۵.I۴       | جلوگیری از فرسایش خاک و گونه های گیاهی                                |
|                                            | I۱۳.I۲.I۲۰          | افزایش آگاهی زیست محیطی                                               |
| وجود زیرساخت های اطلاع رسانی               | I۱۵.I۲۰.I۱۷.        | به روز رسانی داده ها و نقشه های گردشگری در پلتفرم های آنلاین          |
|                                            | I۱۶.                | سرمایه گذاری در جهت تغییر رفتارهای مسئولانه گردشگران                  |
|                                            |                     | هاندريانا و آمبارا (۲۰۱۶)                                             |

|                                                            |                          |                                                         |
|------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------|
| مشارکت در اقدامات و برنامه های حفاظتی                      | I۱۷.I۲.I۱۵.              | هسلینگا و همکاران (۲۰۲۱)،<br>ییمینگ و همکاران (۲۰۲۴)،   |
| استفاده از وسایل نقلیه الکتریکی و دوچرخه                   | I۱۸.I۳.I۱۴.              | اسماعیل پور لنگوری (۱۴۰۳)،<br>زیمانسا و همکاران (۲۰۲۲)، |
| توسعه زیرساخت ها                                           | I۱۶.I۱.I۲۰.I۱۳.I۱۸       |                                                         |
| تعداد و کیفیت اقامتگاه های بومی                            | I۱۷.I۲.I۱۵.              |                                                         |
| وجود اپلیکیشن های بومی یا بین المللی راهنمای گردشگری طبیعت | I۱۸.I۳.I۱۴.              |                                                         |
| بودجه های عمرانی گردشگری                                   | I۱۹.I۴.                  |                                                         |
| بهبود زیرساخت ها و ظرفیت های گردشگری کشورهای در حال توسعه  | I۱۳.                     | گودزیس و همکاران (۲۰۲۲)                                 |
| به حداقل رساندن همزمان آلودگی های تولید شده                | I۱۷.I۲.I۱۵<br>I۱۸.I۳.I۱۴ | تووار و لاکوود (۲۰۱۸)                                   |
| ساختاری نظام مند از چشم اندازها و امکانات                  | I۲۰.I۵.I۱۲.              |                                                         |
| جمع آوری و تحلیل داده های گردشگری جهانی                    | I۹.I۱۵.I۵                | رسولی و همکاران (۱۴۰۳)                                  |
| اتصال به فناوری نوین جهانی (اینترنت)                       | I۱.I۶.I۱۱.               |                                                         |
| میزان کنترل تردد گردشگران                                  | I۳.I۴.I۸.I۱۲.I۱۶.I۱۸     | یاری حصار و باختر (۱۳۹۵)،<br>درام و مور (۲۰۲۰)          |
| حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی                              | I۲.I۷.                   |                                                         |
| وجود مراکز معرفی فرهنگ بومی                                | I۳.I۸.I۱۰.               |                                                         |
| عضویت و مشارکت در برنامه های جهانی گردشگری                 | I۴.I۹.                   |                                                         |
| تقویت هویت فرهنگی شهر                                      | I۱۹.I۹.I۱۵.I۱۳.I۲        | یاتساموتو و وانگ (۲۰۱۸)                                 |
| حفاظت و بازسازی فرهنگ ها                                   | I۳.I۸.I۱۵.I۱۲            | یوکسی و لینشنگ (۲۰۲۰)، پائول و روی (۲۰۲۳)،              |
| آموزش و فرهنگ سازی در طبیعت                                | I۵.                      |                                                         |
| فراهم کردن منابع آموزشی، تحقیقاتی و فنی                    | I۶.I۸.I۷.I۱۳.I۱۴.I۱۵     |                                                         |
| ایجاد روابط و همکاری های بین کشورها                        | I۷.                      |                                                         |
| ترویج گردشگری پایدار                                       | I۲۰.I۱                   | کابرال و دار (۲۰۲۰)                                     |
| احترام به ویژگی های فرهنگی جوامع میزبان                    | I۱۲.I۱۰.I۱۴.I۱۰.I۱       | دلچیاپا و همکاران (۲۰۱۹)                                |
| توجه و احترام به آیین ها و سنت های محلی                    | I۱.I۵.I۱۷.I۱۶            | کیم و همکاران (۲۰۱۹)                                    |
| رشد معنوی و شناختی                                         |                          |                                                         |

ظرفیت های گردشگری

تبادل فرهنگی

ابعاد فرهنگی

ارتقاء سطح آگاهی و فرهنگ عمومی

قالب مضامین کدهای مستخرج را به صورت درختی و سلسله مراتبی در چهار و یا پنج سطح نمایش می دهد که همان فراوانی کدهاست. در شکل زیر قالب مضامین آورده شده

است.

|                                                                                                                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
|  <b>Code System</b>                                                                                                 | <b>66</b> |
| ✓   نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران | 0         |
| ✓   توسعه اقتصادی طبیعت گردی       | 0         |
|  سود بخشی                                                                                                           | 7         |
|  رفاه مردم محلی                                                                                                     | 7         |
| ✓   توسعه اجتماعی طبیعت گردی       | 0         |
|  مشارکت محلی                                                                                                        | 5         |
|  کاهش ناهنجاری های اجتماعی                                                                                          | 6         |
|  آگاه سازی مردم                                                                                                     | 9         |
| ✓   توسعه زیست محیطی               | 0         |
|  حفظ منابع طبیعی                                                                                                    | 6         |
|  وجود زیرساخت های اطلاع رسانی                                                                                       | 4         |
|  توسعه زیرساخت ها                                                                                                   | 6         |
|  ظرفیت های گردشگری                                                                                                  | 4         |
| ✓   توسعه فرهنگی                   | 0         |
|  تبادل فرهنگی                                                                                                       | 5         |
|  ارتقای سطح آگاهی و فرهنگ عمومی                                                                                     | 7         |

شکل ۱: قالب مضامین استخراج شده از مصاحبه با خبرگان برای ابعاد، مولفه ها و شاخص های الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی

در ادامه و در بخش کمی به توصیف توصیف آماری متغیرهای پژوهش به فرآیند تحلیل و خلاصه سازی داده ها با استفاده از شاخص های آماری نظیر شاخص های مرکزی مانند میانگین، شاخص های پراکندگی مانند انحراف معیار و شاخص های توزیع داده مانند کمینه، بیشینه، چولگی و کشیدگی اشاره دارد که به درک بهتر ویژگی ها و الگوهای موجود در داده ها کمک می کند. بطور کلی هدف از توصیف آماری متغیرها، ارائه یک تصویر واضح و جامع از داده ها به منظور تسهیل تحلیل های بعدی و تصمیم گیری های مبتنی بر شواهد است. در جدول زیر مقوله های اصلی پژوهش بر اساس داده های جمع آوری شده از طریق پرسشنامه از طریق شاخص های میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی با نرم افزار IBM SPSS-27 نسخه Statistics سال ۲۰۱۵ توصیف شده اند.

جدول ۵: مشخصه های آماری مدل

| کشیدگی | چولگی  | انحراف استاندارد | میانگین | ابعاد                    |
|--------|--------|------------------|---------|--------------------------|
| ۰.۹۰۴  | ۰.۱۶۶  | ۰.۳۸۴            | ۳.۳۶۳   | ابعاد اقتصادی طبیعت گردی |
| ۰.۲۴۱  | -۰.۰۹۰ | ۰.۵۰۶            | ۳.۰۹۸   | ابعاد اجتماعی طبیعت گردی |
| ۱.۸۸۹  | -۰.۶۷۹ | ۰.۴۲۳            | ۳.۸۵۶   | ابعاد زیست محیطی         |
| ۰.۰۴۹  | ۰.۱۲۵  | ۰.۴۲۸            | ۳.۱۹۶   | ابعاد فرهنگی             |

اطلاعات جدول فوق مشخصه های آماری همچون میانگین، انحراف استاندارد، چولگی و کشیدگی را برای متغیرهای پژوهش نشان می دهد. همچنین، با توجه به مقادیر چولگی و کشیدگی که در بازه ی معقول (۲- و ۲) برای حدس بر نرمال بودن داده ها قرار دارند، می توان فرض نرمال بودن داده ها را مطرح کرده و براساس نتایج جدول بالا، بیشترین میانگین متعلق به ابعاد زیست محیطی و کمترین میانگین متعلق به ابعاد اجتماعی طبیعت گردی است. در ادامه به تحلیل اعتبار مدل از منظر مشارکت کنندگان بخش کمی و کیفی پرداخته می شود.

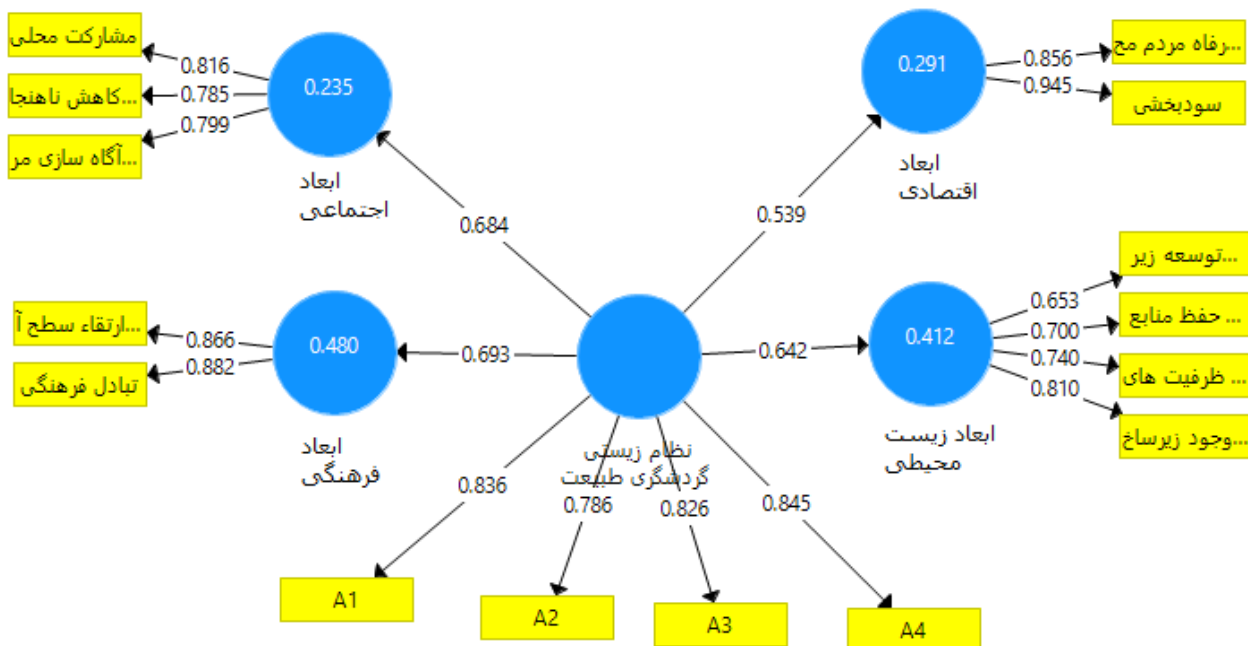
اعتبار الگو به عنوان یک بخش کلیدی در پژوهش نه تنها بیانگر دقت و صحت نتایج الگو طراحی شده است، بلکه بیانگر قابلیت کاربرد آن در محیط‌های واقعی نیز است. بنابراین در راستای الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی، اعتبار این الگو مورد سنجش قرار گرفت. برای این منظور، پرسشنامه ۳۴ گویه ای با طیف ۵ درجه ای لیکرت از خیلی کم تا خیلی زیاد در میان ۲۰ خبره (مشارکت کننده بخش کیفی) توزیع شد. این پرسشنامه به سنجش اعتبار بیرونی الگو طراحی شده با مؤلفه های هدف، طراحی روش پژوهش، کنترل متغیرهای مزاحم و تطبیق و اعتبار درونی مدل طراحی با مؤلفه های بازبینی منطقی، بازخورد متخصصان و تحلیل حساسیت می‌پردازد. در این پژوهش برای بررسی اعتبار هر یک از مؤلفه‌ها، از آزمون تی تک نمونه‌ای استفاده شد. لازم به ذکر است که با توجه به نرمال بودن توزیع داده ها (آماره چولگی و کشیدگی در دامنه ۲- و ۲+ قرار دارد) و مقیاس اندازه گیری فاصله ای می‌توان از آزمون تی تک نمونه ای استفاده کرد. نتایج این آزمون به‌طور کلی نشان‌دهنده اعتبار بالای مؤلفه‌های مختلف الگوی پیشران های بازاریابی دیجیتال در صنعت مد از منظر اعتبار درونی و بیرونی است. در جدول زیر، نتایج آماری حاصل از آزمون تی تک نمونه ای به تفصیل آورده شده است.

جدول ۶: یافته‌های حاصل از آزمون تی تک نمونه ای به منظور سنجش اعتبار الگو طراحی شده

| مؤلفه‌ها             | تعداد شاخص | میانگین | انحراف معیار | آماره چولگی | آماره کشیدگی | درجه آزادی | t محاسبه شده | محاسبه سطح معناداری | اختلاف میانگین | حد پایین | حد بالا |
|----------------------|------------|---------|--------------|-------------|--------------|------------|--------------|---------------------|----------------|----------|---------|
| اعتبار بیرونی        | ۲۴         | ۴.۲۰    | ۰.۸۵         | ۰.۵۰        | -۰.۳۰        | ۱۴         | ۵.۰۰         | ۰.۰۰۰               | ۱.۲۰           | ۳.۸۰     | ۴.۶۰    |
| هدف                  | ۴          | ۴.۲۵    | ۰.۷۵         | ۰.۳۰        | -۰.۲۰        | ۱۴         | ۶.۰۰         | ۰.۰۰۰               | ۱.۲۵           | ۳.۹۰     | ۴.۶۰    |
| طراحی روش پژوهش      | ۴          | ۴.۳۵    | ۰.۸۰         | ۰.۴۰        | -۰.۱۰        | ۱۴         | ۹.۸          | ۰.۰۰۰               | ۱.۳۵           | ۴.۱      | ۴.۶     |
| کنترل متغیرهای مزاحم | ۸          | ۴.۱۰    | ۰.۹۰         | ۰.۶۰        | -۰.۴۰        | ۱۴         | ۴.۸۰         | ۰.۰۰۰               | ۱.۱۰           | ۳.۷۰     | ۴.۵۰    |
| تطبیق                | ۸          | ۴.۳۰    | ۰.۷۰         | ۰.۲۰        | -۰.۱۰        | ۱۴         | ۶.۵۰         | ۰.۰۰۰               | ۱.۳۰           | ۳.۹۰     | ۴.۷۰    |
| اعتبار درونی         | ۱۰         | ۴.۴۵    | ۰.۸۵         | ۰.۵۰        | -۰.۳۰        | ۱۴         | ۱۰.۲۰        | ۰.۰۰۰               | ۱.۴۵           | ۴.۲      | ۴.۷     |
| بازبینی منطقی        | ۳          | ۴.۲۰    | ۰.۶۰         | ۰.۱۰        | -۰.۲۰        | ۱۴         | ۵.۸۰         | ۰.۰۰۰               | ۱.۲۰           | ۳.۸۰     | ۴.۶۰    |
| بازخورد متخصصان      | ۴          | ۴.۲۵    | ۰.۷۰         | ۰.۳۰        | -۰.۱۰        | ۱۴         | ۶.۱۰         | ۰.۰۰۰               | ۱.۲۵           | ۳.۹۰     | ۴.۶۰    |
| تحلیل حساسیت         | ۳          | ۴.۶۵    | ۰.۶۵         | ۰.۲۰        | -۰.۱۵        | ۱۴         | ۱۱           | ۰.۰۰۰               | ۱.۶۵           | ۴.۴      | ۴.۹     |

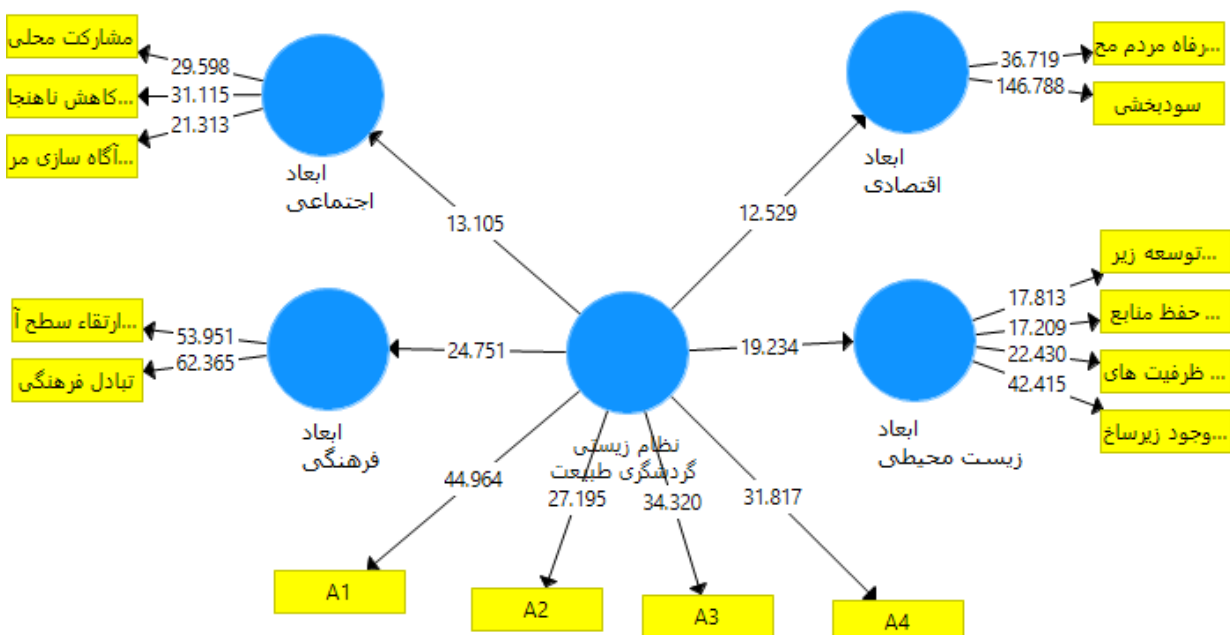
باتوجه به جدول فوق می‌توان گفت، سطح معناداری برای اعتبار بیرونی و درونی و تمامی مؤلفه‌های هر یک از اعتبارهای بیرونی و درونی کمتر از ۰.۰۰۱ و همچنین میانگین‌های محاسبه شده در دامنه ۴.۶۵ تا ۴.۱ است که به‌وضوح نشان‌دهنده معناداری آماری یافته‌ها با ۹۹ درصد اطمینان می‌باشد. این به این معناست که یافته‌های به‌دست‌آمده به‌طور تصادفی به‌دست نیامده و اعتبار بالای الگو را تأیید می‌کند. بنابراین می‌توان استنباط کرد، الگو ارائه شده، دارای اعتبار قابل توجهی است. علاوه بر موارد فوق الذکر، بر اساس نظر خبرگان میزان اعتبار درونی الگو طراحی شده با میانگین ۴.۴۵ و t محاسبه‌شده ۱۰.۲۰، بیشتر از اعتبار بیرونی است. همچنین در میان مؤلفه‌های اعتبار بیرونی طراحی روش پژوهش با میانگین ۴.۳۵ و t محاسبه‌شده ۹.۸، بیشترین میزان اعتبار را به خود اختصاص داده است و از طرف دیگر در میان مؤلفه های اعتبار درونی مؤلفه تحلیل حساسیت با میانگین ۴.۶۵ و t محاسبه‌شده ۱۱، بیشترین میزان اعتبار را به خود اختصاص داده است.

علاوه بر اعتبارسنجی الگو از منظر مشارکت کنندگان بخش کیفی، اعتبار الگو از منظر پاسخ دهندگان بخش کمی نیز از منظر درونی و بیرونی با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه گیری) بررسی شد که در ادامه این یافته ها آورده شده است:



شکل ۲: نمایش گرافیکی بارهای عاملی در مدل اندازه گیری مدل نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی

مدل اندازه گیری فوق شامل ۴ مولفه است که همگی بارهای عاملی بیشتر از ۰.۵ دارند. این بارهای عاملی نشان دهنده میزان ارتباط قوی با سازه است. در نتیجه می توان گفت شدت رابطه در سطح قابل قبولی قرار دارد.



شکل ۳: نمایش گرافیکی ضرایب معناداری مدل اندازه گیری مدل نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی

همان طور که در شکل فوق قابل مشاهده است ضریب معناداری تی برای هر یک از مفاهیم بالاتر از ۲.۵۸ شده است و لذا با ۹۹ درصد اطمینان همه شاخص های برای هر یک از مفاهیم برای هر یک از مقوله ها تأیید می شود و هیچ گزاره و مؤلفه ای نیاز به حذف شدن ندارد.

## - ارزیابی برازش مدل اندازه گیری مدل نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی

هدف از ارزیابی برازش کل مدل این است که مشخص شود تا چه حد کل مدل با داده‌های تجربی مورد استفاده سازگاری و توافق دارد. مدل یابی معادلات ساختاری، ترکیبی از تحلیل تأییدی و رگرسیون چند متغیره می‌باشد. در این روش، آزمون کلی مدل شامل آزمون مدل اندازه‌گیری (بررسی پایایی و روایی) و آزمون مدل ساختاری (ضریب مسیر و واریانس تبیین شده) می‌باشد.

**شاخص ضریب تعیین ( $R^2$ ) متغیرهای وابسته:** ضریب  $R^2$  مربوط به متغیرهای پنهان درون‌زا (وابسته) است و تأثیر یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته را نشان می‌دهد که سه مقدار ۰.۱۹، ۰.۳۳ و ۰.۶۷ به عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی  $R^2$  در نظر گرفته می‌شوند. مقدار  $R^2$  برای مدل پژوهش حاضر در بازه مورد قبول واقع شده است.

**شاخص اشتراک:** این معیار نشان می‌دهد که چه مقدار از تغییرپذیری شاخص‌ها (سؤالات) توسط سازه مرتبط با خود تبیین می‌شود و از میانگین شاخص اشتراک برای تعیین روایی همگرا استفاده می‌شود که این شاخص ۰.۵۲ است.

**معیار نیکویی برازش:** مقدار این شاخص، با استفاده از میانگین هندسی  $R^2$  و متوسط شاخص اشتراک برای کل مدل مقدار ۴۴۵.۰ محاسبه می‌شود.

$$GOF = \sqrt{\text{Communality} \times R^2} \quad Gof = \sqrt{\text{communalities} \times R^2} = \sqrt{0.56 \times 0.354} = 0.445$$

از آنجایی که مقادیر محاسبه شده  $GOF$  برای مدل فرضیه اصلی پژوهش بزرگ‌تر از ۰.۶۳۲ بدست آمده، نشان دهنده برازش مناسب مدل است.

**شاخص ارتباط پیش بین  $Q^2$ :** این معیار، قدرت پیش‌بینی مدل در متغیرهای وابسته را نشان می‌دهد. ملاک تفسیر  $Q^2$ ، سه مقدار ۰.۰۲، ۰.۱۵ و ۰.۳۵ عنوان قدرت پیش‌بینی کم، متوسط و قوی می‌باشد. مقدار  $Q^2$  برای متغیرهای تحقیق ۰.۳۱۲، ۰.۳۴۵، ۰.۳۱۵، ۰.۳۹۹ است که در سطح مطلوب است. بر همین اساس می‌توان گفت قدرت پیش‌بینی مدل در مورد متغیرها مطلوب هستند.

**شاخص  $NFI$ :** شاخص تناسب غیرهنجاردار که نشان می‌دهد، مدل معرفی شده تناسب را تا ۹۰ درصد بهبود می‌بخشد. اعداد این مدل باید بزرگتر از ۰.۹ باشد. شاخص  $NFI$  برای این مدل، عدد ۰.۹۵۲ را نشان می‌دهد.

با توجه به این یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مدل آزمون شده در نمونه مورد بررسی برازش مناسبی دارد. همچنین با توجه به اینکه بارهای عاملی تمامی متغیرهای آشکار مدل بیشتر از ۰.۵ و معناداری بیشتر از ۲.۵۸ است، می‌توان گفت سازه حاضر از روایی مطلوبی برخوردار است.

## بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران مبتنی بر برنامه گردشگری جهانی انجام شد و یافته‌ها نشان داد که این الگو از چهار بعد اصلی شامل توسعه اقتصادی طبیعت‌گردی، توسعه اجتماعی طبیعت‌گردی، توسعه زیست‌محیطی و توسعه فرهنگی تشکیل شده است. استخراج ۶۶ مضمون پایه از مصاحبه با خبرگان و سپس تأیید ساختار الگو در بخش کمی نشان می‌دهد که نظام زیستی گردشگری طبیعت، ماهیتی چندبعدی و بین‌رشته‌ای دارد و نمی‌توان آن را تنها در قالب افزایش تعداد گردشگران یا رشد درآمد مقصد تبیین کرد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نیز نشان داد که بارهای عاملی همه مؤلفه‌ها بالاتر از مقدار قابل قبول بوده و ضرایب معناداری مدل، اعتبار روابط میان ابعاد و مؤلفه‌ها را تأیید کرده است. همچنین شاخص‌های برازش مدل، از جمله مقدار  $GOF$  و  $NFI$ ، نشان دادند که الگوی پیشنهادی از برازش مطلوب برخوردار است. این یافته‌ها بیانگر آن است که برای توسعه پایدار طبیعت‌گردی در ایران، لازم است میان اهداف اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی نوعی توازن راهبردی برقرار شود؛ توازنی که در ادبیات اکوتوریسم نیز به‌عنوان شرط اصلی تحقق گردشگری پایدار مورد تأکید قرار گرفته است (Cabral & Dhar, 2020; Drumm & Moore, 2020; Shams et al., 2025).



نخستین یافته پژوهش نشان داد که توسعه اقتصادی طبیعت‌گردی یکی از ارکان اصلی الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران است و از دو مؤلفه سودبخشی و رفاه مردم محلی تشکیل می‌شود. این نتیجه نشان می‌دهد که طبیعت‌گردی در ایران زمانی می‌تواند به‌عنوان یک نظام زیستی پایدار عمل کند که از یک سو به سود اقتصادی، جذب سرمایه، ایجاد فرصت‌های شغلی و تقویت بازار گردشگری منجر شود و از سوی دیگر، پیامدهای اقتصادی آن به بهبود کیفیت زندگی مردم محلی، افزایش دسترسی به خدمات، کاهش نابرابری و توزیع عادلانه درآمد بینجامد. این یافته با نتایج پژوهش‌هایی همسو است که نشان داده‌اند اکوتوریسم می‌تواند از طریق افزایش تقاضا برای خدمات محلی، گسترش کسب‌وکارهای کوچک، توسعه اشتغال و تنوع‌بخشی به اقتصاد مناطق مقصد، نقش مؤثری در توسعه اقتصادی ایفا کند (Hsu, 2019; Robinson, 2022; Saavedra, 2025). همچنین مطالعات مربوط به فقر اقتصادی و گردشگری شهری نشان می‌دهند که اگر سیاست‌گذاری گردشگری بدون توجه به عدالت اقتصادی و مدیریت شهری پایدار انجام شود، گردشگری ممکن است به جای کاهش نابرابری، زمینه تشدید شکاف‌های اجتماعی و اقتصادی را فراهم کند (Amani et al., 2018). بنابراین، یافته حاضر تأکید می‌کند که سودآوری طبیعت‌گردی نباید از رفاه جامعه میزبان جدا شود.

تبیین این یافته از منظر توسعه پایدار نشان می‌دهد که گردشگری طبیعت تنها زمانی به توسعه اقتصادی واقعی منجر می‌شود که منافع حاصل از آن در سطح محلی تثبیت شود. افزایش درآمد مقصد، بدون مشارکت مردم محلی در مالکیت و مدیریت خدمات گردشگری، می‌تواند به خروج سرمایه از منطقه، شکل‌گیری اقتصاد وابسته و نارضایتی اجتماعی منجر شود. از این رو، تأکید الگو بر رفاه مردم محلی، نشان‌دهنده درک سیستمی از اقتصاد گردشگری است. یافته‌های مربوط به زیرساخت‌های گردشگری نیز مؤید این برداشت است؛ زیرا توسعه حمل‌ونقل، اقامتگاه‌ها، خدمات رفاهی و زیرساخت‌های ارتباطی می‌تواند هم تجربه گردشگران را بهبود بخشد و هم ظرفیت اقتصادی جامعه میزبان را تقویت کند (Esmaeilpour Langouri, 2024; Rasouli et al., 2024). از سوی دیگر، تنظیم‌گری محیطی و سیاست‌های توسعه گردشگری، اگر به‌درستی طراحی شوند، می‌توانند هم رفاه جامعه و هم عملکرد صنعت گردشگری را بهبود دهند؛ اما در صورت ضعف سیاست‌گذاری، احتمال افزایش نابرابری‌های دستمزدی و توزیعی وجود دارد (Shimizu & Okamoto, 2024). بنابراین، بعد اقتصادی الگوی پیشنهادی بر ضرورت پیوند میان سود، عدالت و زیرساخت تأکید دارد.

دومین یافته پژوهش نشان داد که توسعه اجتماعی طبیعت‌گردی در الگو شامل مشارکت محلی، کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی و آگاه‌سازی مردم است. این یافته بیانگر آن است که توسعه طبیعت‌گردی صرفاً با ایجاد جاذبه یا توسعه زیرساخت محقق نمی‌شود، بلکه نیازمند فعال‌سازی سرمایه اجتماعی و مشارکت جامعه میزبان در فرایند تصمیم‌گیری، اجرا و نظارت است. مشارکت محلی می‌تواند احساس مالکیت نسبت به مقصد را افزایش دهد، تعارض میان گردشگران و جامعه میزبان را کاهش دهد، مشروعیت طرح‌های گردشگری را تقویت کند و زمینه شکل‌گیری تشکلهای و تعاونی‌های بومی را فراهم سازد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌هایی همسو است که مشارکت جامعه محلی را یکی از عوامل تعیین‌کننده موفقیت اکوتوریسم و توسعه گردشگری پایدار دانسته‌اند (Mananda & Sudiarta, 2024; Tovar & Lockwood, 2018; Tseng et al., 2020). همچنین پژوهش‌های مرتبط با گردشگری روستایی و توسعه منطقه‌ای نشان داده‌اند که مشارکت مردم، شناخت ظرفیت‌های بومی و تقویت پیوندهای اجتماعی، در موفقیت برنامه‌های گردشگری نقش اساسی دارند (Jamini et al., 2024; Zendeboodi et al., 2023).

از نظر تبیینی، توسعه اجتماعی در نظام زیستی گردشگری طبیعت، نقش واسطه‌ای میان اهداف اقتصادی و پایداری بلندمدت مقصد دارد. اگر مردم محلی خود را ذی‌نفع اصلی گردشگری بدانند، احتمال مشارکت آنان در حفاظت از منابع طبیعی، پذیرش گردشگران و حمایت از سیاست‌های توسعه افزایش می‌یابد. در مقابل، نادیده گرفتن جامعه محلی می‌تواند به مقاومت اجتماعی، تخریب اعتماد عمومی و کاهش کیفیت تجربه گردشگر منجر شود. یافته‌های پژوهش حاضر درباره آگاه‌سازی مردم نیز با مطالعاتی همسو است که آموزش اخلاق، قوانین، مقررات و اصول گردشگری پایدار را شرط کاهش آسیب‌های اجتماعی و ارتقای رفتار مسئولانه دانسته‌اند (Seddiqi, 2024). افزون بر این، توسعه مهارت‌های نیروی انسانی در بخش گردشگری می‌تواند کیفیت خدمات، توان رقابتی مقصد و میزان رضایت گردشگران را افزایش دهد (Baker, 2021). بنابراین، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه اجتماعی طبیعت‌گردی در ایران باید بر توانمندسازی، آموزش، مشارکت نهادی و کاهش تعارضات اجتماعی استوار باشد.

سومین یافته پژوهش نشان داد که توسعه زیست‌محیطی یکی از مهم‌ترین ابعاد الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران است و شامل حفظ منابع طبیعی، وجود زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی، توسعه زیرساخت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری می‌شود. این نتیجه نشان می‌دهد که توسعه طبیعت‌گردی بدون حفاظت فعال از منابع طبیعی نمی‌تواند پایدار بماند؛ زیرا

خود طبیعت، سرمایه اصلی این نوع گردشگری است. حفظ تنوع زیستی، مدیریت پسماند، کاهش آلودگی، کنترل فرسایش خاک، پایش پوشش گیاهی و مدیریت ظرفیت برد مقصد، از جمله ضرورت‌هایی هستند که در الگوی پیشنهادی برجسته شده‌اند. این یافته با پژوهش‌هایی همخوان است که اکوتوریسم را در نقطه اتصال میان حفاظت از تنوع زیستی و معیشت جوامع محلی قرار داده‌اند و نشان داده‌اند که توسعه گردشگری باید به گونه‌ای مدیریت شود که همزمان به حفاظت و توسعه کمک کند (Drumm & Moore, 2020; Samal & Dash, 2023). همچنین پژوهش‌های مربوط به تعارض میان توسعه گردشگری طبیعت و حفاظت اکولوژیک نشان می‌دهند که اگر ظرفیت اکوسیستم‌ها در برنامه‌ریزی گردشگری نادیده گرفته شود، گردشگری می‌تواند به عامل تخریب محیط تبدیل شود (Yuxi & Linsheng, 2020).

تبیین این یافته نشان می‌دهد که در الگوی نظام زیستی، محیط‌زیست تنها یک بستر فیزیکی برای گردشگری نیست، بلکه هسته اصلی ارزش‌آفرینی و شرط بقای نظام گردشگری است. از این رو، زیرساخت‌های اطلاع‌رسانی و فناوریانه نقش مهمی در مدیریت رفتار گردشگران و کنترل فشار بر منابع طبیعی دارند. به‌روزرسانی داده‌ها، استفاده از نقشه‌های دیجیتال، توسعه اپلیکیشن‌های راهنمای طبیعت‌گردی و اطلاع‌رسانی درباره مناطق حساس می‌تواند رفتار گردشگران را به سمت مسئولیت‌پذیری بیشتر هدایت کند. این برداشت با مطالعات جدید درباره رفتار محیط‌زیستی گردشگران همسو است؛ زیرا تجربه گردشگر، آگاهی محیطی و راهبردهای ارتباطی می‌توانند احتمال بروز رفتارهای مسئولانه را افزایش دهند (Alizadeh & Azhari, 2024; Rahimian et al., 2025). همچنین یافته‌های جدید در حوزه بازاریابی سبز و مدیریت تقاضای گردشگری نشان می‌دهند که جهت‌دهی رفتار گردشگران از طریق پیام‌های محیط‌زیستی و حتی محدودسازی هوشمند تقاضا در مقصدهای حساس، می‌تواند به کاهش اثرات منفی گردشگری کمک کند (Han et al., 2026). بنابراین، بعد زیست‌محیطی الگو نشان می‌دهد که توسعه طبیعت‌گردی ایران باید بر مدیریت هوشمند، ظرفیت‌سنجی، آموزش محیطی و حفاظت نظام‌مند از منابع طبیعی مبتنی باشد.

چهارمین یافته پژوهش نشان داد که توسعه فرهنگی در الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران از دو مؤلفه تبادل فرهنگی و ارتقای سطح آگاهی و فرهنگ عمومی تشکیل شده است. این نتیجه بیانگر آن است که طبیعت‌گردی تنها مواجهه گردشگر با مناظر طبیعی نیست، بلکه تجربه‌ای فرهنگی، آموزشی و تعاملی نیز محسوب می‌شود. بسیاری از مقاصد طبیعت‌گردی ایران در دل جوامع بومی، روستایی و محلی قرار دارند و فرهنگ، آیین‌ها، معماری، غذا، زبان، هنر و سبک زندگی این جوامع بخشی از جذابیت گردشگری مقصد را شکل می‌دهد. بنابراین، حفاظت از فرهنگ محلی و ارتقای آگاهی عمومی باید همراه با حفاظت از منابع طبیعی مورد توجه قرار گیرد. این یافته با پژوهش‌هایی همسو است که بر نقش اکوتوریسم در ایجاد تجربه معنادار، افزایش مشارکت گردشگران و ارتقای شناخت فرهنگی تأکید کرده‌اند (Cabral & Dhar, 2020; Paul & Roy, 2023). همچنین مطالعات مربوط به گردشگری طبیعت نشان داده‌اند که آموزش و تفسیر فرهنگی و محیطی می‌تواند هم کیفیت تجربه گردشگر را افزایش دهد و هم به کاهش آسیب‌های فرهنگی و زیست‌محیطی کمک کند (Yuxi & Linsheng, 2020).

از نظر تحلیلی، توسعه فرهنگی در الگوی پیشنهادی نقش مهمی در پایداری اجتماعی و هویتی مقصد دارد. اگر گردشگری طبیعت بدون توجه به فرهنگ میزبان توسعه یابد، ممکن است به تجاری‌سازی افراطی سنت‌ها، کاهش اصالت فرهنگی، تغییر سبک زندگی و تعارض ارزشی میان گردشگران و جامعه محلی منجر شود. در مقابل، هنگامی که گردشگری بر مبنای احترام به آیین‌ها، روایت‌های محلی، میراث ناملموس و دانش بومی طراحی شود، می‌تواند موجب تقویت هویت محلی، افزایش افتخار اجتماعی و بازآفرینی میراث فرهنگی شود. مطالعات مربوط به فرصت‌ها و چالش‌های گردشگری نیز نشان می‌دهند که گردشگری می‌تواند ابزاری برای توانمندسازی گروه‌های اجتماعی، به‌ویژه زنان و جوانان، و افزایش مشارکت آنان در اقتصاد و فرهنگ محلی باشد (Gonzalez & Lopez, 2021). در همین راستا، رویکردهای نوین مدیریت اکوتوریسم تأکید می‌کنند که ادراک انتخابی، هژمونی برخی گروه‌های ذی‌نفع و نادیده گرفتن روایت‌های محلی می‌تواند مانع حفاظت واقعی از محیط طبیعی و فرهنگی شود (Saputra & Jayawarsa, 2025). بنابراین، توسعه فرهنگی باید به‌عنوان بخش جدایی‌ناپذیر نظام زیستی گردشگری طبیعت در نظر گرفته شود.

در نهایت، نتایج اعتبارسنجی الگو نشان داد که مدل طراحی‌شده از اعتبار درونی و بیرونی مناسبی برخوردار است. معناداری نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای برای اعتبار بیرونی و درونی، بالا بودن میانگین مؤلفه‌های اعتبارسنجی، تأیید بارهای عاملی و مطلوب بودن شاخص‌های برازش، نشان می‌دهد که الگوی پیشنهادی از نظر خبرگان و داده‌های کمی قابلیت اتکا دارد. این یافته از آن جهت اهمیت دارد که مدل حاضر تنها یک چارچوب نظری انتزاعی نیست، بلکه بر اساس داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه با خبرگان و آزمون

کمی در جامعه آماری مرتبط طراحی و تأیید شده است. همسویی ابعاد الگو با مطالعات داخلی و خارجی نیز نشان می‌دهد که مؤلفه‌های شناسایی شده با جریان اصلی دانش گردشگری پایدار و اکوتوریسم سازگار هستند (Mananda & Sudiarta, 2024; Saavedra, 2025; Shams et al., 2025). همچنین تجربه بحران کرونا در صنعت گردشگری و هتل‌داری ایران نشان داد که نظام گردشگری برای پایداری در برابر بحران‌ها نیازمند الگوهای انعطاف‌پذیر، کارآفرینانه، محیط‌محور و جامعه‌محور است (Negahdari et al., 2024). بر این اساس، الگوی نظام زیستی گردشگری طبیعت ایران می‌تواند به‌عنوان چارچوبی جامع برای سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، مدیریت مقصد و تدوین برنامه‌های توسعه پایدار طبیعت‌گردی مورد استفاده قرار گیرد.

این پژوهش با وجود برخورداری از طراحی آمیخته و استفاده از دیدگاه خبرگان و داده‌های کمی، با چند محدودیت همراه بود. نخست اینکه بخش کیفی پژوهش بر مبنای دیدگاه گروهی از خبرگان دانشگاهی، مدیران گردشگری و فعالان مدنی انجام شد و اگرچه اصل اشباع نظری رعایت گردید، اما ممکن است دیدگاه برخی ذی‌نفعان محلی، گردشگران، راهنمایان طبیعت‌گردی و صاحبان کسب‌وکارهای خرد به‌طور کامل بازتاب نیافته باشد. دوم اینکه داده‌های کمی از کارکنان وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی گردآوری شد؛ بنابراین نتایج ممکن است بیشتر منعکس‌کننده نگاه نهادی و اداری به موضوع باشد و تجربه مستقیم جوامع محلی یا گردشگران را به‌طور کامل پوشش ندهد. سوم اینکه پژوهش حاضر ماهیتی مقطعی داشت و امکان بررسی تغییرات پویای نظام گردشگری طبیعت در طول زمان، به‌ویژه در مواجهه با بحران‌هایی مانند تغییرات اقلیمی، نوسانات اقتصادی و تحولات سیاست‌گذاری، محدود بود.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، الگوی ارائه‌شده در مناطق مختلف ایران، از جمله مناطق جنگلی، کویری، کوهستانی، ساحلی و تالابی، به‌صورت تطبیقی آزمون شود تا مشخص گردد کدام ابعاد و مؤلفه‌ها در هر نوع مقصد اهمیت بیشتری دارند. همچنین انجام پژوهش‌های کیفی عمیق با مشارکت جوامع محلی، راهنمایان گردشگری، گردشگران داخلی و خارجی و صاحبان کسب‌وکارهای بومی می‌تواند به تکمیل و غنی‌سازی الگو کمک کند. افزون بر این، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده از روش‌های طولی و آینده‌پژوهانه برای بررسی روندهای بلندمدت توسعه طبیعت‌گردی استفاده کنند. بررسی اثر متغیرهایی مانند رفتار مسئولانه گردشگران، حکمرانی محلی، ظرفیت برد اکولوژیک، فناوری‌های هوشمند گردشگری، بازاریابی سبز و تاب‌آوری مقصد نیز می‌تواند به توسعه نظری و کاربردی الگوی حاضر کمک کند.

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران گردشگری کشور، توسعه طبیعت‌گردی را نه به‌عنوان یک فعالیت صرفاً اقتصادی، بلکه به‌عنوان یک نظام زیستی چندبعدی مدیریت کنند. در این راستا، لازم است برنامه‌های توسعه طبیعت‌گردی با مشارکت فعال جوامع محلی طراحی شود و بخشی از منافع اقتصادی حاصل از گردشگری به بهبود زیرساخت‌ها، آموزش، خدمات رفاهی و حفاظت محیط‌زیست در مناطق مقصد اختصاص یابد. همچنین ایجاد سامانه‌های هوشمند اطلاع‌رسانی، کنترل ظرفیت گردشگران در مناطق حساس، آموزش رفتار مسئولانه به گردشگران و راهنمایان، حمایت از اقامتگاه‌های بومی پایدار و تقویت کسب‌وکارهای محلی می‌تواند نقش مهمی در پایداری مقصد داشته باشد. علاوه بر این، توصیه می‌شود نهادهای متولی گردشگری، چارچوبی اجرایی برای هماهنگی میان سازمان‌های محیط‌زیست، میراث فرهنگی، شهرداری‌ها، دهیاری‌ها، بخش خصوصی و جامعه محلی تدوین کنند تا مدیریت طبیعت‌گردی به‌صورت یکپارچه، شفاف و پاسخ‌گو انجام شود.

## تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

## مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.



## تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

## حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

## موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

## Extended Summary

### Introduction

Nature tourism has increasingly become a strategic domain within sustainable tourism because it connects economic development, environmental conservation, community welfare, cultural identity, and responsible tourist behavior. Unlike mass tourism, which often prioritizes visitor volume and short-term revenue, nature-based tourism depends on the long-term integrity of ecosystems and the active participation of local communities. In this regard, designing an ecosystem model for Iran's nature tourism is particularly important because Iran possesses diverse natural attractions, including forests, mountains, wetlands, deserts, coasts, rural landscapes, protected areas, and culturally embedded natural destinations. However, the mere existence of natural attractions does not guarantee sustainable tourism development. Sustainable nature tourism requires a coherent governance model that can integrate economic benefit, social participation, environmental protection, cultural exchange, infrastructure development, education, and global tourism priorities (Cabral & Dhar, 2020; Drumm & Moore, 2020; Shams et al., 2025).

The concept of a tourism ecosystem refers to the interaction among destinations, tourists, local communities, public institutions, private enterprises, infrastructure, environmental resources, cultural assets, and regulatory mechanisms. From this perspective, nature tourism should be understood as a multidimensional system rather than a single economic sector. Recent studies emphasize that ecotourism management should be based on environmental preservation, stakeholder participation, responsible behavior, and sustainable policy development (Rahimian et al., 2025; Saputra & Jayawarsa, 2025). The economic dimension of nature tourism is also significant because ecotourism can generate employment, strengthen local businesses, attract investment, diversify regional economies, and increase the economic value of natural resources when managed responsibly (Hsu, 2019; Robinson, 2022; Saavedra, 2025). Nevertheless, tourism-driven economic growth may create inequality if benefits are not fairly distributed among local residents or if infrastructure development ignores social and environmental consequences (Amani et al., 2018; Shimizu & Okamoto, 2024).

The social dimension of nature tourism is equally essential. Community participation, local ownership, social awareness, and human resource development are critical for reducing conflicts between tourists and host communities and for ensuring that tourism development improves local welfare. Prior research has shown that community participation enhances the value of attractions, improves destination governance, and supports sustainable tourism outcomes (Mananda & Sudiarta, 2024; Tovar



& Lockwood, 2018; Tseng et al., 2020). In addition, professional skills development and ethics-oriented education can improve service quality and institutional accountability in the tourism sector (Baker, 2021; Seddiqi, 2024). The environmental dimension is central to nature tourism because ecosystems are the primary resource on which this form of tourism depends. Studies have indicated that ecotourism can support biodiversity conservation and livelihoods when it is based on ecological capacity, visitor management, conservation planning, and responsible tourist behavior (Alizadeh & Azhari, 2024; Han et al., 2026; Samal & Dash, 2023; Yuxi & Linsheng, 2020). Finally, nature tourism also has an important cultural dimension because natural destinations are often embedded in local lifestyles, indigenous knowledge, rituals, architecture, food, and intangible heritage. Therefore, ecotourism can become a platform for cultural exchange, public awareness, and preservation of local identity when planned appropriately (Esmaeilpour Langouri, 2024; Gonzalez & Lopez, 2021; Jamini et al., 2024; Negahdari et al., 2024; Paul & Roy, 2023; Rasouli et al., 2024; Zendeboodi et al., 2023). Accordingly, the present study aimed to design a model of Iran's nature tourism ecosystem based on the World Tourism Program.

### Methods and Materials

This study was applied in terms of purpose and used a sequential exploratory mixed-methods design within a pragmatic research paradigm. The qualitative phase was conducted first to identify the dimensions, components, and indicators of Iran's nature tourism ecosystem. The quantitative phase was then implemented to validate the extracted model. In terms of nature, the qualitative phase was based on thematic analysis, while the quantitative phase followed a descriptive-analytical survey/correlational design.

The participants in the qualitative phase included theoretical and experiential experts in tourism, environmental management, and related fields. They consisted of university professors, officials and managers of tourism organizations, and civil activists. Participants were selected through purposive sampling based on expertise and relevance to the research topic. The qualitative sampling process continued until theoretical saturation was achieved; saturation occurred in the seventeenth interview, but interviews continued up to 20 participants to ensure conceptual completeness and final consensus.

The quantitative population consisted of employees of the Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts. Using stratified sampling, 354 participants were selected for the quantitative phase. Data collection was conducted through two main procedures. In the qualitative phase, semi-structured interviews were used to elicit expert views about the dimensions and indicators of the nature tourism ecosystem. In the quantitative phase, researcher-made questionnaires were used to evaluate and validate the proposed model. The main questionnaire included indicators derived from the qualitative findings and was designed using a Likert-type scale.

The validity and reliability of the instruments were examined in both phases. In the qualitative phase, intrarater and interrater reliability were assessed to ensure the consistency of coding. In the quantitative phase, face validity, content validity, convergent validity, discriminant validity, Cronbach's alpha, composite reliability, and McDonald's omega were examined. Qualitative data were analyzed through thematic analysis using MAXQDA software. Quantitative data were analyzed using SPSS and SmartPLS. Descriptive statistics, confirmatory factor analysis, one-sample t-tests, reliability analysis, convergent and discriminant validity assessment, factor loading analysis, model fit indices, and predictive relevance indices were used to evaluate the model.

### Findings



The qualitative findings led to the extraction of 66 basic themes from the interview texts. After removing repetitive and irrelevant codes, the basic themes were organized into organizing themes and then into four overarching dimensions. The final model of Iran's nature tourism ecosystem based on the World Tourism Program consisted of four main dimensions: economic development of nature tourism, social development of nature tourism, environmental development, and cultural development.

The economic development dimension consisted of two components: profitability and local people's welfare. The profitability component included indicators such as ecological market stimulation, economic return from tourism, foreign investment attraction, open trade and economic growth, international cooperation, economic diversification, and job and income creation. The local welfare component included income distribution, local access to welfare and health services, youth return to rural or tourism areas, reduction of domestic wage inequality, improvement of local welfare, and enhancement of quality of life.

The social development dimension included three components: local participation, reduction of social abnormalities, and public awareness. Local participation included community involvement in planning, local participation in ecotourism projects, local ownership of tourism services, active indigenous cooperatives, and stronger social relations. The reduction of social abnormalities included poverty reduction, disease reduction, lower complaints and conflicts between tourists and residents, cultural coexistence, protection of ancestral lands, and reduction of social offenses. Public awareness included ethics and law education, educational center participation in ecotourism awareness, increased visits to natural museums, environmental campaigns, appropriate regulations, and protection of spiritual and religious values.

The environmental development dimension included four components: protection of natural resources, information infrastructure, infrastructure development, and tourism capacities. The protection of natural resources included environmental conservation, reduction of carbon dioxide, waste management programs, monitoring vegetation and wildlife, biodiversity and habitat protection, and prevention of soil erosion. Information infrastructure included environmental awareness, updated tourism maps and online data, responsible tourist behavior, and participation in conservation programs. Infrastructure development included green transportation, quality eco-lodges, digital tourism guide applications, tourism development budgets, and pollution reduction. Tourism capacities included systematic use of landscapes and facilities, global tourism data analysis, connection to modern technology, and control of tourist movement.

The cultural development dimension consisted of cultural exchange and promotion of public awareness and culture. Cultural exchange included protection of cultural and natural heritage, centers for introducing indigenous culture, participation in global tourism programs, strengthening urban cultural identity, and cultural restoration. Promotion of public awareness and culture included nature-based education, educational and research resources, international cooperation, promotion of sustainable tourism, respect for host communities, respect for local rituals and traditions, and spiritual and cognitive growth.

The quantitative results confirmed the validity of the proposed model. The descriptive findings indicated that the environmental dimension had the highest mean among the main dimensions, while the social dimension had the lowest mean. Skewness and kurtosis values were within the acceptable range, supporting the assumption of normality. Reliability and validity results showed acceptable measurement quality. AVE values for the dimensions were above acceptable thresholds, and Cronbach's alpha, composite reliability, and related reliability indices confirmed internal consistency.

The one-sample t-test results showed that the model had significant external and internal validity. External validity had a mean of 4.20, standard deviation of 0.85, t-value of 5.00, and significance level below 0.001. Internal validity had a mean of 4.45, standard deviation of 0.85, t-value of 10.20, and significance level below 0.001. Among external validity components,

research method design had the highest validity, with a mean of 4.35 and t-value of 9.80. Among internal validity components, sensitivity analysis had the highest validity, with a mean of 4.65 and t-value of 11.00. Confirmatory factor analysis showed that all factor loadings were above 0.50, and all t-values exceeded 2.58, confirming the significance of all indicators at the 99% confidence level. The model fit assessment showed acceptable fit. The goodness-of-fit index was 0.445, the communality index was 0.52, the NFI index was 0.952, and predictive relevance values were at a desirable level. These results confirmed that the proposed model had adequate validity, reliability, predictive power, and overall fit.

### Discussion and Conclusion

The findings indicate that Iran's nature tourism ecosystem is a multidimensional structure that cannot be reduced to economic growth or destination marketing alone. The model demonstrates that sustainable nature tourism requires simultaneous attention to economic, social, environmental, and cultural development. The economic dimension emphasizes profitability and local welfare, showing that nature tourism should generate revenue while also improving the living conditions of host communities. This means that tourism policy should not focus only on increasing tourist arrivals, but also on fair distribution of benefits, local employment, small business development, and quality-of-life improvement.

The social dimension highlights the importance of local participation, awareness, and reduction of social harms. These findings show that local communities must be treated as active partners rather than passive recipients of tourism development. When residents participate in planning, ownership, management, and monitoring, the legitimacy and sustainability of tourism initiatives increase. Public awareness and education also play a key role in reducing conflicts, improving host–guest relations, and strengthening responsible behavior.

The environmental dimension was one of the strongest components of the model, confirming that ecological protection is the foundation of nature tourism. Without conservation of natural resources, waste management, capacity control, biodiversity protection, and responsible visitor behavior, nature tourism may destroy the very resources on which it depends. Therefore, environmental management should be embedded in all stages of tourism planning. The cultural dimension also shows that nature tourism is not only an ecological experience but also a cultural encounter. Respect for local traditions, protection of heritage, cultural exchange, and public education can strengthen identity, improve the quality of tourist experience, and prevent cultural degradation.

Overall, the proposed model provides an integrated framework for sustainable nature tourism development in Iran. It can guide policymakers, tourism managers, environmental planners, local communities, and private-sector actors in designing coordinated strategies. The validated model suggests that Iran's nature tourism should be managed as an ecosystem in which economic benefits, social justice, environmental protection, and cultural sustainability reinforce one another. The study concludes that the proposed model has sufficient validity and can serve as a practical and scientific framework for planning, managing, and evaluating Iran's nature tourism ecosystem in alignment with global tourism priorities.

### References

- Alizadeh, M., & Azhari, S. (2024). Explaining the role of tourists' experience on tourists' environmentally responsible behavior: Case study of the Sheikh Safi World Heritage Complex. First International Conference on Museums, Ardabil.
- Amani, H., Taghizadeh Bafrouei, A., Mohammadi, A., & Tayebinia, A. (2018). Economic poverty in confronting urban tourism toward sustainable urban development with emphasis on urban management in metropolises. First Conference on Examining Challenges and Presenting Innovative Solutions for Urban Management, Tehran.
- Baker, D. (2021). Skills development in the tourism sector: Challenges and opportunities. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102-110.



- Cabral, C., & Dhar, R. L. (2020). Ecotourism research in India: From an integrative literature review to a future research framework. *Journal of ecotourism*, 19(1), 23-49. <https://doi.org/10.1080/14724049.2019.1625359>
- Drumm, A., & Moore, A. (2020). *Ecotourism Development: A Manual for Conservation Planners and Managers*. <https://www.researchgate.net/publication/277786951>
- Esmailpour Langouri, H. (2024). The role of transportation infrastructure in sustainable tourism development: A case study of Babolsar County. *Quarterly Journal of Tourism Research and Sustainable Development*, 7(3).
- Gonzalez, M., & Lopez, A. (2021). Gender equality in tourism: Opportunities and challenges. *Journal of Tourism Research*, 32(4), 123-145.
- Han, J., Zhang, Y., Xiao, H., & Zhao, Z. (2026). Green Marketing or Demarketing? Temporal Perspectives on Tourists' Pro-Environmental Behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 66, 101422. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2026.101422>
- Hsu, P. H. (2019). Economic impact of wetland ecotourism: An empirical study of Taiwan's Cigu Lagoon Area. *Tourism Management Perspectives*, 31-40. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.003>
- Jamini, D., Dehghani, A., & Mohammadi, A. (2024). Rural tourism marketing and identification of its key influencing factors with a sustainable development approach: Case study of Palangan Village in Kamyaran County. *Green Management and Development Biannual Journal*, 3(2).
- Mananda, S., & Sudiarta, N. (2024). The role of ecopreneurship in Bali's sustainable tourism development: Insights into government policy, tourist awareness and preferences. *Journal of Environmental Management and Tourism*(2). [https://doi.org/10.14505/jemt.v15.1\(73\).10](https://doi.org/10.14505/jemt.v15.1(73).10)
- Negahdari, A. A., Ghaffari Ashtiani, P., Jannati Far, H., & Shirazi, H. (2024). Designing a post-corona entrepreneurial marketing model in Iran's hotel industry. *Tourism and Development*, 13(3), 123-133.
- Paul, I., & Roy, G. (2023). Tourist's engagement in eco-tourism: A review and research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 316-328. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.01.002>
- Rahimian, M., Molavi, H., & Ahmmadi Chegheni, M. (2025). Predicting Responsible Environmental Behavior in Ecotourism: An Enhanced Model for Environmental Policy Development and Sustainable Management. *Sustainable Futures*, 10, 101268. <https://doi.org/10.1016/j.sfr.2025.101268>
- Rasouli, S. H., Rajabi, A., & Motavalli, S. (2024). Explaining a tourism model centered on regional development: Case study of Sari City. *Journal of Geography and Regional Development*, 22(2).
- Robinson, P. (2022). Travel and management: An introduction. In *Operations Management in the Travel Industry* (pp. 1-13). <https://doi.org/10.1079/9781845935030.0001>
- Saavedra, S. (2025). Economic Development and Environmental Conservation: Evidence from Ecotourism. *Economic Development and Cultural Change*, 73(3), 1297-1324. <https://doi.org/10.1086/730828>
- Samal, R., & Dash, M. (2023). Ecotourism, biodiversity conservation and livelihoods: Understanding the convergence and divergence. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 11(1), 1-20. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.11.001>
- Saputra, K. A. K., & Jayawarsa, A. K. (2025). Revealing the Hegemony of Selective Perception in Managing Ecotourism Based on Natural Environmental Preservation. *Journal of Sustainability Science and Management*, 20(6), 1138-1157. <https://doi.org/10.46754/jssm.2025.06.002>
- Seddiqi, F. (2024). The role of ethics education, laws, and regulations in sustainable development of pilgrimage tourism with a good governance approach: A comparative study of Mashhad and Mecca. First National Conference on Tourism Planning and Development, Development and Facilitation of Pilgrimage and Tourism, Mashhad.
- Shams, R., Razieh Son, R., & Motamed Ara, M. (2025). Ecotourism Management and Strategies for Sustainable Development. Proceedings of the Ninth International Conference on Food Science and Industry, Agricultural Engineering and Environment, Tehran, Iran.
- Shimizu, T., & Okamoto, H. (2024). Tourism infrastructure and the environment: How does environmental regulation affect welfare, tourism industry, and domestic wage inequality? *Japanese Economic Review*, 75, 147-179. <https://doi.org/10.1007/s42973-021-00109-4>
- Tovar, C., & Lockwood, M. (2018). Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, 10, 365-378. <https://doi.org/10.1002/jtr.667>
- Tseng, M. L., Lin, C., Remen Lin, C. W., Wu, K. J., & Sriphon, T. (2020). Ecotourism development in Thailand: Community participation leads to the value of attractions using linguistic preferences. *Journal of Cleaner Production*, 1319-1329. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.305>
- Yuxi, Z., & Linsheng, Z. (2020). Identifying conflict tendency between nature-based tourism development and ecological protection in China. *Ecological Indicators*, 109, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2019.105791>
- Zendeboodi, Y., Amini Nejad, G., & Kohansal, M. (2023). The role of urban management in sustainable urban tourism development: Case study of Jam City. *Quarterly Journal of Tourism and Hospitality Marketing Research*, 1(1).