

# Designing a Paradigmatic Model for Rural Tourism Development with the Approach of Realizing Investment Incentive Policies



Seyedeh Narges Mousavi<sup>1</sup>, \*Firouze Hajialiakbari<sup>2</sup>, Homa Doroudi<sup>3</sup>

1. PhD Candidate of Marketing Management, Faculty of Management, Islamic Azad University Zanjan Branch, Zanjan, Iran
2. Assistant Professor, Department of Marketing Management, Faculty of Management, Islamic Azad University Zanjan Branch, Zanjan, Iran
3. Associate Professor, Department of Media Management, Faculty of Management, Islamic Azad University Zanjan Branch, Zanjan, Iran



**Citation:** Mousavi, S. N., Hajialiakbari, F., & Doroudi, H. (2022). [Designing a Paradigmatic Model for Rural Tourism Development with the Approach of Realizing Investment Incentive Policies]. *Quarterly Journal of the Macro and Strategic Policies*, 9 (Special Issue), 132-159. <https://doi.org/10.30507/JMSP.2021.305953.2315>

**doi** <https://doi.org/10.30507/JMSP.2021.305953.2315>

20.1001.1.23452544.1400.9.0.6.6



**Funding:** See Page 155

**Received:** 21/09/2021

**Accepted:** 13/10/2021

**Available Online:** 20/01/2022

**Article Type:** Research paper

## Key words:

Paradigmatic model; rural tourism development; investment; incentive policy.

## ABSTRACT

One of the key steps of development in any region is to employ all the resources beneficially through a scientific and proper management. Rural tourism, as a suitable strategy for developing rural areas, has attracted the local managers for development. The aim of this research was to suggest a paradigmatic model for developing rural tourism through realizing the investment incentive policies. The method was qualitative following the grounded theory. The data were collected through library study and semi-structured interviews. The population of the study consisted of 18 experts and professionals in tourism which were sampled based on the snowball method. The time of the study was 2021. The tool of data collection was the semi-structured interview based on the theoretical framework of the study. This study is considered practical and descriptive-analytical. The findings showed that the causal effects such as economy, society, culture, and environment have effects on issues such as local tourism education, coherent management, designing laws considering the intervening variable of government such as policies, supports, and establishing infrastructures with social, economic, cultural, and environmental consequences on developing local tourism.

**JEL Classification:** R51, R11, L83.

## \* Corresponding Author:

**Firouze Hajialiakbari, PhD**

**Address:** Islamic Azad University, Zanjan

**Tel:** +98 (912) 3421311

**E-mail:** [firouzehajialiakbari@gmail.com](mailto:firouzehajialiakbari@gmail.com)

# طراحی الگوی پارادایمی توسعه گردشگری روستایی با رویکرد تحقق سیاست‌های کلی تشویق سرمایه‌گذاری

سیده نرگس موسوی<sup>۱</sup>، \* فیروزه حاجی‌علی‌اکبری<sup>۲</sup>، هما درودی<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری، رشته مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران
۲. استادیار، گروه مدیریت بازاریابی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران
۳. دانشیار، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زنجان، زنجان، ایران



20.1001.1.23452544.1400.9.0.6.6

## چیکید

تاریخ دریافت: ۳۰ شهریور ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش: ۲۲ آبان ۱۴۰۰

تاریخ انتشار: ۳۰ دی ۱۴۰۰

نوع مقاله: علمی - پژوهشی

## کلیدواژه‌ها:

الگوی پارادایمی، توسعه گردشگری روستایی، سرمایه‌گذاری، سیاست تشویقی.

یکی از گام‌های اساسی در توسعه و پیشرفت هر منطقه‌ای، استفاده بهینه از تمام امکانات و منابع آن با مدیریت علمی و صحیح است. گردشگری روستایی، به‌عنوان راهبردی مطلوب جهت توسعه جوامع روستایی، توجه مدیران محلی را برای پیشرفت آن افزایش داده است. هدف این پژوهش ارائه الگوی پارادایمی توسعه گردشگری روستایی با رویکرد تحقق سیاست‌های کلی تشویق سرمایه‌گذاری است. روش پژوهش کیفی و نظریه داده‌بنیاد مبتنی بر روش‌شناسی تفسیری است. اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و اسنادی و مصاحبه ساختاریافته گردآوری شده است. جامعه آماری پژوهش شامل هجده نفر از خبرگان و صاحب‌نظران گردشگری و استادان خبره در این زمینه می‌شود که با روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی انتخاب شدند. سال مورد بررسی پژوهش سال ۱۴۰۰ است. ابزار جمع‌آوری اطلاعات مصاحبه نیمه‌ساختاریافته برگرفته از چارچوب نظری است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از نوع توصیفی - تحلیلی محسوب می‌شود. نتایج تحقیق نشان داد عوامل علی نظیر اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی بر راهبرد مقوله‌هایی مانند آموزش‌های بوم‌گردی، نظام مدیریت یکپارچه و تدوین قوانین با نقش مداخله‌گری دولت شامل سیاست‌ها، حمایت‌ها و ایجاد زیرساخت‌ها با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی بر توسعه بوم‌گردی تأثیر دارد.

طبقه‌بندی JEL: R51, R11, L83

\* نویسنده مسئول:

دکتر فیروزه حاجی‌علی‌اکبری

نشانی: زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی

تلفن: ۳۴۲۱۳۱۱ (۹۱۲) +۹۸

پست الکترونیک: frouzehajialiakbari@gmail.com

## ۱. مقدمه

در چند دهه گذشته، اهمیت گردشگری در توسعه روستایی به‌طور فزاینده مورد توجه قرار گرفته؛ اما پژوهش درباره شناخت گردشگران روستایی، در مقام نقش آفرینان کلیدی رشد گردشگری در نواحی روستایی، به‌عنوان عاملان اصلی بازار گردشگری با اقبال زیادی مواجهه نبوده است (Cunha, Kaastenholz & Carneiro, 2020, p. 581) و این آغازی برای رشد و توسعه الگوهای گردشگری در جهان شد (Fang, 2020, p. 103). با رونق و گسترش این صنعت در تمام کشورهای در حال توسعه، به اهمیت گردشگری، به‌عنوان عامل مهمی در توسعه اقتصادی در منطقه، پی بردند (Ye, Wei, Wen, Ying & Tan, 2020, p. 51). سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان به صنعت گردشگری با رویکرد صنعتی که ثبات اقتصادی و جمعیتی برای جوامع روستایی به‌دنبال دارد، می‌نگرند و بسیاری نیز می‌پندارند که توسعه گردشگری راه‌حل بسیاری از مشکلاتی است که مناطق روستایی گرفتار آن‌ها هستند (Yachin & Ioannides, 2020, p. 28). پس گردشگری را عنصر لازم برای حرکت به‌سوی اصلاح مناطق روستایی می‌دانند. به هر حال، مسلم است که از نظر موافقان و مخالفان توسعه، گردشگری روستایی به‌طور چشمگیری عامل افزایش‌دهنده توان اقتصادی، بالابرنده قابلیت زیست در نواحی دورافتاده، محرک تجدید حیات سکونتگاه‌ها و نیز بهبوددهنده شرایط زندگی جوامع روستایی به‌حساب می‌آید (Cheng, Yang & Liu, 2020) این موضوع در بسیاری از کشورها با سیاست‌های کشاورزی در ارتباط است و غالباً وسیله‌ای در جهت حمایت از محیط‌زیست و فرهنگ روستایی است؛ بنابراین نقش اساسی در توسعه و حفظ روستا دارد. گردشگری روستایی با قدمتی بیش از یک قرن، امروزه یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود که با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران و همچنین کارکردی جهت بهبود و ارتقای شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه میزبان مورد توجه بسیاری واقع شده است (Krol, 2020, p. 108).

در کشور ما هم، موضوع گردشگری روستایی، به‌عنوان یکی از زیرشاخه‌های بخش گردشگری، از اوایل دهه ۸۰ شمسی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است (رضوانی و بیات، ۱۳۹۳، ص. ۱۲). گرچه ممکن است این صنعت بیش از دیگر صنایع دستخوش آفات و تغییرات مختلف شود، انعطاف‌پذیری زیاد آن موضوع مهمی است و موجب شده در همه کشورهای جهان جایگاه خود را بیابد. با گسترش این صنعت، زیرشاخه‌های جدیدی به آن اضافه شده که از جمله می‌توان اقامتگاه‌های بوم‌گردی را نام برد. در اواخر قرن بیستم میلادی و در پی مطرح شدن موضوع توسعه پایدار روستایی، زمزمه‌هایی از واژه بوم‌گردی مطرح شد (عنابستانی، گیاهی و جوانشیری، ۱۳۹۷، ص. ۸).

این اقامتگاه‌ها که به اقامتگاه‌های بوم‌گردی مشهور است، در سال‌های اخیر مورد

استقبال گردشگران روستایی واقع شده و هدف اصلی از راه‌اندازی و گسترش آن‌ها رسیدن به توسعه پایدار روستایی با سامان‌دهی ارائه خدمات، از تهیه و عرضه غذاهای محلی تا تولید و فروش صنایع دستی، ترویج فرهنگ روستایی، اجرای نمایش و موسیقی زنده، به گردشگران با حفظ سنت‌ها و بوم‌گرایی بدون کمترین آسیب به محیط‌زیست است (Tseng & Chang & Lin & Kalnaovkul & Tan, 2019, p. 11). مکان فیزیکی اقامتگاه به دلیل سبک معماری و مبلمان بومی و مصالح ارگانیک به کاررفته در آن و طراحی داخلی سنتی بخشی از جاذبه‌های گردشگری به‌شمار می‌آید. بوم‌گردی در اقتصاد روستایی تأثیر بسزایی دارد و حضور مسافران و گردشگران در یک منطقه کمک ارزنده‌ای به آن می‌کند. علاوه بر عرضه کالاهایی که گردشگر در هنگام سفر به آن‌ها نیازمند است، تبدیل خانه‌های روستایی به اقامتگاه یا برگزاری تورهای کوه‌پیمایی و دشت‌پیمایی و معرفی جاذبه‌های طبیعی رشد و رونق اقتصادی را برای اهالی روستا به‌همراه می‌آورد (Montes & de Pinho Bernabé, 2020, p. 301). در ایران نیز، سابقه اقامتگاه بوم‌گردی به سال ۱۳۸۴ برمی‌گردد. این روند به شدت در حال گسترش است (قدیری، نیک‌سیرت، باقیانی و معصوم، ۱۳۹۴، ص. ۸۸). ایجاد و توسعه صنعت گردشگری فقط در سایه حمایت دولت امکان‌پذیر است. دولت مجموعه‌هایی از مقامات مسئول است که با توجه به تمایلات و ترجیحات و توانایی‌های خود بر سیاست‌های عمومی تأثیر می‌گذارند (جهانیان، ۱۳۹۵، ص. ۶۹). دولت‌ها جهت سامان دادن به امور گردشگری، نهادهایی در سطوح مختلف تشکیل می‌دهند. بنابراین نقش و مسئولیت دولت ایجاد و هماهنگی بین فعالیت‌های سازمان‌های اقتصادی، اجتماعی و رفاهی کشور است و از آنجا که در امور گردشگری، چه در مبدأ و چه در مقصد مسافرت، مؤسسات و سازمان‌های بسیاری دخالت دارند که هر کدام از آن‌ها ارائه‌دهنده بخشی از خدمات گردشگری هستند و منافع خود را در توسعه گردشگری می‌دانند، برای گسترش همکاری بین آن‌ها در عرضه خدمات بهتر به گردشگر در سطوح محلی، منطقه‌ای یا ملی، باید سازمان‌های گردشگری در سراسر کشور تشکیل شود (عنابستانی و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۱۵). بنابراین دولت می‌تواند با تدوین قوانین و سیاست‌های تشویقی و با جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی جهت سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی به این اهداف (اشتغال‌زایی، رونق اقتصادی، رشد اجتماعی و فرهنگی و غیره) دست یابد.

مهم‌ترین خصوصیت اقتصادی فعالیت‌های مربوط به بخش گردشگری این است که آن‌ها به سه هدف برتر کشورهای توسعه‌یافته، یعنی تولید درآمد، اشتغال و درآمد ارزی، کمک می‌کنند. از این نظر بخش گردشگری به‌مثابه چرخ‌دنده توسعه اقتصادی نقش مهمی را ایفا می‌کند. تأثیر این صنعت در مراحل مختلف توسعه اقتصادی به ویژگی‌های خاص هر کشور بستگی دارد. مشکل اصلی در تعیین مرزهای بخش گردشگری، مشخص کردن هزینه‌های سرمایه‌گذاری برای توسعه گردشگری است. در واقع گردشگری مستلزم

مجموعه‌ای از کالاها و خدمات است که به‌طور خاص به بازدیدکنندگان عرضه می‌شود. براساس اولین آمار و ارقام سازمان جهانی گردشگری (World Tourism Organization, 2018)، گردشگری بین‌المللی در سال ۲۰۱۹ م، با ثبت ۱.۵ میلیارد سفر، نسبت به سال ۲۰۱۸ م با رشد ۴ درصدی همراه بوده است و صنعت گردشگری جهانی نیز برای دهمین سال پیاپی رشد مثبتی را پشت‌سر می‌گذارد. این درحالی است که گردشگران ورودی در طول یک سال گذشته در خاورمیانه ۱۰ درصد، در آفریقا ۷ درصد، در منطقه آسیا - اقیانوسیه ۶ درصد و در اروپا ۶.۳ درصد رشد داشته است. از این رو پیش‌بینی شده است تا پایان سال ۲۰۱۹ م نیز روند رشد گردشگران خارجی در سطح جهان بین ۳ تا ۴ درصد باشد. همچنین سازمان جهانی گردشگری پیش‌بینی کرده است که تا پایان سال ۲۰۲۰ م تعداد گردشگران خارجی در سطح جهان به ۱.۵ میلیارد نفر رشد دست یابد که رقم چشمگیر و اثرگذاری در اقتصاد جهانی به‌شمار می‌رود. اطلاعات مربوط به میزان گردشگران در سال ۲۰۲۰ م به‌علت شیوع بیماری کرونا و در پی آن کاهش مسافرت‌ها و اعمال قرنطینه‌ها و تعطیلی سفرها و بسته شدن راه ورود و خروج کشورها، در دسترس نیست. رشد گردشگری در سال‌های اخیر این واقعیت را تأیید می‌کند که این صنعت یکی از محرک‌های اصلی در توسعه کشورها محسوب می‌شود که نباید از آن غافل ماند. همچنین مدیریت صحیح و بالقوه این صنعت نه‌فقط موجب رشد جوامع محلی می‌شود، بلکه فرصت‌های جدید شغلی را ایجاد می‌کند و رشد آموزش و مهارت را فراهم می‌آورد. بنابراین دولت می‌تواند با تدوین و تسهیل قوانین در زمینه سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی، به این هدف دست یابد.

مجمع جهانی اقتصاد (World Economic Forum, 2019) بیش از یک دهه است که در گزارش‌های خود نگاه ویژه‌ای به صنعت گردشگری و سفر دارد و هر دو سال یک بار گزارشی با عنوان «رقابت‌پذیری گردشگری و سفر» ارائه می‌کند. در این گزارش، ۱۴۰ کشور در شاخص‌های مختلف اقتصاد گردشگری بررسی می‌شوند و به هر کشور نیز رتبه‌ای اختصاص می‌یابد. مجمع جهانی اقتصاد (ibid.) در گزارش خود کشورها را به چهار دسته اروپا و اوراسیا، آسیا و اقیانوسیه، خاورمیانه و شمال آفریقا، آمریکا و آفریقا دسته‌بندی کرده است. به‌طور کلی این مجمع کشورها را در چهار بخش توانمندسازی محیط، سیاست‌ها و منابع طبیعی و فرهنگی، شرایط گردشگری و سفر، و زیرساخت‌ها بررسی می‌کند. براساس این گزارش، اروپا و منطقه اوراسیا همچنان یکه‌تازان صنعت گردشگری بوده و شش کشور از ده کشور اول در اقتصاد گردشگری اروپایی است. این منطقه همچنین بیشترین میزان رشد را از سال ۲۰۱۷ م داشته است. صربستان نیز بیشترین درصد رشد اقتصادی در زمینه گردشگری را از آن خود کرده و در کنار هند با بیشترین میزان رشد مواجه شده است.

در ایران، اقدامات دولت در زمینه توسعه گردشگری شامل سند راهبردی توسعه گردشگری است که با مشخص کردن خطوط کلان سیاستی براساس حوزه مداخلات

اصلی حوزه گردشگری، پایه و مبنای اجرایی شدن برنامه ملی توسعه گردشگری خواهد بود. در این راستا، این سند به منظور ایجاد زمینه تدوین برنامه ملی گردشگری و پیاده‌سازی اهداف آن در پویاترین حالت ممکن و منطبق با رویکرد افزایش بهره‌وری و همچنین دستیابی به شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری تنظیم شده و اهداف آن به این شرح است:

۱. اهتمام به تحکیم هویت فرهنگی، حفظ ارزش‌ها، میراث طبیعی، فرهنگی و صنایع‌دستی؛
۲. معرفی کشور به‌عنوان مقصد گردشگری و معرفی آثار میراث فرهنگی و طبیعی ایران به سایر ملل؛
۳. بهبود فضای کسب‌وکار و افزایش اشتغال کارآمد با تأکید بر جوامع محلی، جوانان و زنان در صنعت گردشگری از طریق فرهنگ‌سازی؛
۴. ارتقای سطح رفاه و نشاط اجتماعی؛
۵. تقویت همکاری‌های نهادی و بین‌بخشی در راستای توسعه صنعت گردشگری؛
۶. تقویت مشارکت بخش عمومی - خصوصی در راستای افزایش رقابت‌پذیری گردشگری؛
۷. ارتقای کیفیت تجربه گردشگران؛
۸. همکاری در توسعه متوازن منطقه‌ای کشور؛
۹. افزایش سهم خدمات گردشگری از درآمدهای ملی؛
۱۰. تلاش در راستای تحقق اهداف دیپلماسی عمومی و دیپلماسی فرهنگی کشور با بهبود تصویر ذهنی از ایران در سطح بین‌المللی.

به گزارش سازمان میراث فرهنگی (۱۳۹۹)، در حوزه گردشگری شاهد ورود سرمایه‌های خرد و کلان هستیم که در کنار هم در این حوزه حضور دارند و این یکی از ویژگی‌های گردشگری است. در کنار آن نیز ارزش‌افزوده‌ای که گردشگری ایجاد می‌کند، در کنار صنایع‌دستی که به گردشگری متصل است، رقم بسیار زیادی دارد. به‌ازای هر ۱۱ شغل، یک شغل به حوزه گردشگری مربوط است و در کنار همه این‌ها، ابعاد فرهنگی گردشگری نیز اهمیت بسیاری دارد و بهترین محل برای معرفی ابعاد فرهنگی در کشور است. در حوزه گردشگری، ۲۰۰ هزار میلیارد تومان حجم سرمایه‌گذاری است و بخشی از سرمایه‌گذاران افرادی هستند که سرمایه‌گذاری مجدد انجام داده و پروژه‌های جدید آغاز کرده‌اند. در دو سال گذشته، ۴۵۰۰ موافقت اصولی صادر شده است و با این روند انتظار می‌رود گردشگری اولویت اول و

دوم اقتصادی در کشور شود. با توجه به سند چشم‌انداز بیست‌ساله نظام که براساس آن باید تا سال ۱۴۰۴، به عدد جذب ۲۰ میلیون گردشگر خارجی در سال رسید، نگاه دولت و مجلس به حوزه گردشگری مثبت است و این باعث جذب ۲۰ میلیون گردشگر خارجی خواهد شد.

حدود ۱ میلیون سایت تاریخی در کشور وجود دارد، ۳۴۰،۰۰۰ اثر ثبت شده و ۲۴ اثر نیز به ثبت جهانی رسیده است. از آنجا که مرمت و صیانت از این آثار با اعتبارات سازمان یا وزارت میراث فرهنگی امکان‌پذیر نبوده، با استفاده از راهکارهای قانونی و مشارکت بخش خصوصی حق بهره‌برداری از این بناهای تاریخی برون‌سپاری شده و کار مرمت و احیای آن‌ها آغاز گردیده و بدین ترتیب، کسب‌وکارهای جدیدی شکل گرفته و موجبات ایجاد اشتغال را فراهم آورده است. رسیدن به رقم ۲۰ میلیون گردشگر خارجی تا پایان سال ۲۰۲۵ م و کسب حداقل ۲ درصد از درآمد جهانی بخش گردشگری، نیازمند اعطای تسهیلات بانکی ارزان قیمت به پروژه‌های در دست ساخت و اعطای یارانه سود و کارمزد تسهیلات پرداختی بانک‌ها به‌منظور کاهش هزینه سرمایه‌گذاری برنامه‌های دولت برای توسعه بخش گردشگری است.

استان زنجان مهد تمدن و فرهنگ و هنر و از مناطق ترک‌نشین ایران است. جاذبه‌های گردشگری بی‌شمار این استان آن را در زمره استان‌های مطرح کشور قرار داده است. استان زنجان دارای اکوسیستم‌های فراوان دشتی، بیابانی، تالابی و رودخانه‌ای، جنگلی، درختچه‌ای، کوهستانی مرتفع و تپه‌ماهوری است. دریاچه، آبشارها، چشمه‌های آب‌گرم و رودخانه‌های زیبا هدیه طبیعت به این استان است. استان زنجان جاذبه‌های گردشگری و قابلیت‌های فراوانی دارد؛ به‌گونه‌ای که در زمینه گردشگری طبیعت نیز ظرفیتی مهم و اثرگذار محسوب می‌شود. به‌رغم این توانمندی بالقوه، در حال حاضر گردشگری طبیعی (اکوتوریسم) حلقه مفقوده صنعت گردشگری در استان مطرح می‌شود (اسماعیل‌پور و رجبی، ۱۳۹۲، ص. ۶۹). آمار گردشگران خارجی در سال ۱۳۹۲ که به اثر و بناهای تاریخی زنجان مراجعه کرده بودند، حدود ۹۰۰ نفر بوده و در سال ۱۳۹۷ این تعداد به حدود ۷۰۰۰ نفر رسید که نشان‌دهنده رشد خوب و استقبال گردشگران از بناهای تاریخی زنجان است. همچنین براساس بررسی‌های صورت‌گرفته، میزان بازدید از موزه باستان‌شناسی، مردان نمکی و ذوالفقاری استان زنجان در ۸ ماه نخست سال ۱۳۹۸ نسبت به مدت مشابه در سال ۱۳۹۷، ۴۸ درصد رشد داشته است.

به‌طور کلی اقدامات صورت‌گرفته در ۴ دهه پس از انقلاب اسلامی در استان زنجان رشد صعودی داشته که نشان از توسعه‌یافتگی و نقاط قوت در این بخش است. در مقایسه با سال ۱۳۵۷، رشد برخی متغیرها بالغ بر ۱۵۰ درصد بوده است. برای مثال رشد متغیر ثبت آثار ملی ۱۷۱ درصد بوده و توسعه و ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی از ۰ به ۹۹ رسیده است؛ همچنین میزان اقامت گردشگران در سال ۱۳۹۷ نسبت به سال پایه، ۲۴ برابر شده است. این

اقدامات به صورت مبسوط به شرح زیر است.

اقدامات در دهه اول انقلاب اسلامی (۱۳۵۸ تا ۱۳۶۷):

۱. توسعه و رونق مطالعات و کاوش‌های باستان‌شناسی (محوطه‌ها، تپه‌ها، و حریم‌های آثار تاریخی و فرهنگی شاخص استان)،
۲. رونق کسب‌وکار صنایع دستی و هنرهای سنتی استان از طریق آموزش و حمایت‌های دولتی برای خرید مواد اولیه و توزیع در بین هنرمندان و تولید و فروش صنایع دستی،
۳. ارائه آموزش‌های صنایع دستی و هنرهای سنتی در سطح روستاهای استان؛

اقدامات در دهه ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۷:

۱. توسعه و رونق کاوش‌ها و پژوهش‌های باستان‌شناسی و مردم‌شناسی استان (۲۰ مورد)،
۲. توسعه آموزش و حمایت از صنایع دستی اصیل و بومی استان،
۳. توسعه و ترویج هنرهای سنتی و صنایع دستی استان،
۴. حمایت از توسعه و تجهیز کارگاه‌های صنایع دستی استان؛

اقدامات در دهه ۱۳۷۸ تا ۱۳۸۷:

۱. تجهیز و ارتقای تأسیسات اقامتی گردشگری گریددار (هتل بزرگ، هتل آسیا و غیره)، برای اولین بار در استان،
۲. طرح بررسی، شناسایی و ثبت آثار فرهنگی - تاریخی استان به صورت هدفمند و نظام‌مند به منظور تهیه نقشه باستان‌شناسی استان برای اولین بار در آن،
۳. مرمت و احیای بناهای شاخص تاریخی از جمله بازار تاریخی و گنبد سلطانیه،
۴. احیای هنرهای بومی در حال منسوخ استان،
۵. تصویب ۷ منطقه نمونه گردشگری برای اولین بار در سطح استان توسط هیئت دولت،
۶. ثبت گنبد سلطانیه در فهرست آثار جهانی یونسکو در سال ۱۳۸۴،
۷. توسعه و رونق برگزاری نمایشگاه‌های صنایع دستی،
۸. آغاز صدور مجوزهای چهارگانه صنایع دستی (در مجموع ۲۰۰۰ مجوز)،



۹. آغاز طرح دریافت نشان بین‌المللی اصالت کالا (مهر اصالت ۲ اثر)،

۱۰. ایجاد و راه‌اندازی مجتمع‌های خدماتی‌رفاهی بین‌راهی؛

اقدامات در دهه ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۷:

۱. توسعه و رونق راه‌اندازی ۱۵ مجتمع‌های خدماتی‌رفاهی بین‌راهی (از جمله شهر آفتاب ابهر، شهر سفید، رونیکام، ولایت، الماس غرب، شهریار، بهشت و میلاد) و راه‌اندازی ۲۰ مجموعه تفریحی - توریستی نظیر سفره‌خانه‌های سنتی در سطح استان،

۲. افزایش میزان اقامت گردشگران از ۱۴ ساعت به ۶۲ ساعت،

۳. کسب رتبه اول رویدادهای گردشگری ملی و بین‌المللی،

۴. برگزاری ۱۳ دوره جشنواره ملی آش ایرانی،

۵. برگزاری ۴ دوره جشنواره بین‌المللی غذای اکو - جاده ابریشم،

۶. سطح‌بندی جاذبه‌های استان (تاریخی، طبیعی، فرهنگی، مذهبی و تفریحی) جهت تعیین وضعیت کنونی، جذب سرمایه‌گذار و نقش آن در اقتصاد گردشگری استان،

۷. تهیه و تدوین نقشه‌های مسیرهای گردشگری استان (از مقصد تهران به منظور تبدیل کردن استان از مقصد عبوری به اقامت)،

۸. تهیه و تدوین نقشه‌های مسیرهای طبیعت‌گردی استان برای نخستین بار جهت برگزاری تورهای استان‌گردی و معرفی جاذبه‌های طبیعی،

۹. توسعه و رونق ایجاد بازارچه‌های دائمی صنایع‌دستی (راه‌اندازی اولین بازارچه در سال ۱۳۹۴ جنب بنای تاریخی رختشویخانه)،

۱۰. راه‌اندازی اولین خانه هنرمندان صنایع‌دستی در محل خانه قدیمی توفیقی،

۱۱. آغاز عملیات اجرایی دو طرح ایجاد ناحیه کارگاهی صنعتی صنایع‌دستی (ظریفان و نیکان) برای اولین بار در استان با توجه به دغدغه‌های اعلام‌شده (ضرورت بررسی شهر زنگان از منظر اقدامات دولت در توسعه گردشگری روستایی و بوم‌گردی بیش از پیش احساس می‌شود و محقق درصد یافتن الگویی به‌منظور توسعه گردشگری روستایی شهر زنگان با تحلیل نقش دولت در راستای توسعه بوم‌گردی است)؛

۱۲. تکمیل و راه‌اندازی سرویس‌های بهداشتی (۲۰ مورد)،

۱۳. تصویب ۱۴ منطقه نمونه گردشگری توسط هیئت دولت در دور دوم سفر ریاست جمهوری به استان،
۱۴. رونق و سامان‌دهی مشاغل خانگی صنایع دستی برای اولین بار (۱۴۷۲ نفر شاغل)،
۱۵. اجرای طرح بیمه شاغلان و هنرمندان و صنعتگران صنایع دستی برای اولین بار (۱۱۱۰ نفر بیمه شده)،
۱۶. توسعه آموزش‌های عمومی صنایع دستی و حمایت از تولید،
۱۷. توسعه و رونق راه‌اندازی مراکز اقامتی گریددار (هتل‌ها و هتل آپارتمان‌ها) و راه‌اندازی کمپ‌ها و مراکز اقامتی ارزان قیمت و راه‌اندازی واحدهای بوم‌گردی استان (۱۰۰ مورد)،
۱۸. توسعه و رونق صدور مجوزهای چهارگانه صنایع دستی (۹۰۰۰ مجوز)،
۱۹. دریافت ۷ نشان بین‌المللی یونسکو برای اصالت و مرغوبیت کالای صنایع دستی،
۲۰. آغاز طرح دریافت نشان ملی مرغوبیت کالا (۵۲ اثر صنایع دستی دریافت‌کننده این نشان ملی)،
۲۱. توسعه و رونق برنامه مرمت و احیای بناهای تاریخی سطح استان (۶۰ بنا) (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان زنجان، ۱۳۹۹).

با اینکه این استان ظرفیت‌های بسیاری زیادی دارد، از آن‌ها استفاده نشده و همین مورد از نقاط ضعف گردشگری در استان محسوب می‌شود. در این استان، اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایجاد شده، ولی به‌طور کامل از سرویس‌های استاندارد بهره‌مند نیست و این نشان از بی‌اعتنایی به حوزه گردشگری است. حوزه گردشگری در توسعه اقتصادی بسیار تأثیر دارد؛ به گونه‌ای که توسعه گردشگری به رونق اقتصادی استان می‌انجامد؛ زیرا با حضور گردشگران، صنایع دستی استان هم رونق می‌یابد و همین خود، موجب اشتغال‌زایی در منطقه و ارزآوری می‌شود.

بهره‌گیری از گردشگری روستایی به‌عنوان راهبردی نوین در توسعه روستایی در گام نخست نیازمند شناخت بازار گردشگری روستایی و منابع موجود در نواحی روستایی است. همچنین سرمایه‌گذاری در این شکل از گردشگری وابسته به میزان قابلیت‌های اقتصادی است که با ظرفیت‌های موجود در بازار گردشگری و میزان بهره‌مندی از امکانات و منابع لازم برای پاسخ‌گویی به نیازهای مختلف گردشگران در ارتباط است (Ayhan, Tulay, Özkök & Tatli, 2020, p. 9).

از آنجا که هیچ‌کدام از اقدامات توسعه گردشگری بدون حمایت‌های مالی و سیاستی و قانونی دولت امکان‌پذیر نیست، باید به نقش و اهمیت حضور دولت در تمام مسیر توسعه گردشگری و بوم‌گردی اشاره کرد. همچنین روستاها، به‌منزله مکان اقتصادی، اجتماعی و سیاسی، زیستگاه جماعتی از مردم در خارج از محدوده شهرها هستند که هویت تاریخی، جغرافیایی و فرهنگی مخصوص خود را دارند. بنابراین در توسعه گردشگری روستایی در نظر داشتن رابطه‌ای که میان

سه جزء گردشگران، مقصد و جامعه میزبان برقرار می‌شود، اهمیت زیادی دارد. چنانچه این رابطه سنجیده و سازنده باشد، گردشگری روستایی می‌تواند با مشارکت در اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد، اقتصاد جوامع محلی را احیا کند، در تقویت فرهنگ محلی سهیم باشد و همچنین به حفظ محیط‌زیست یا بازسازی محیط‌زیست مناطق روستایی منجر شود. بنابراین هدف گردشگری روستایی این است که با حفظ منابع طبیعی در درازمدت میان این سه رکن گردشگری اعتدال برقرار کند. لذا ارائه الگویی جهت توسعه گردشگری روستایی با تحقق حمایت‌ها و سیاست‌های کلی تشویق سرمایه‌گذاری توسط دولت هدف این پژوهش است.

## ۲. چارچوب نظری

### ۲-۱. گردشگری و توریسم

واژه توریسم از نظر ریشه‌شناسی، از کلمه tour مشتق شده و به معنای سیروسفر از یک نقطه به نقطه دیگر است. توریسم در زبان فرانسه هم، به معنای مسافرت به اطراف و اکناف و مشتق از کلمه tour است. در فرهنگ ویستر، گردشگری این‌چنین تعریف شده: مسافرت به مقصدی و سپس بازگشت به محل سکونت. در فرهنگ لاروس، هدف از گردشگری تفریح (لذت یا رضایت) بیان شده است (Paskova et al., 2018, p. 9).

### ۲-۲. مهم‌ترین دیدگاه‌ها و نظریه‌ها درباره گردشگری

#### ۲-۲-۱. نظریه عطایای الهی

نظریه عطایای الهی را ئی - هکشر<sup>۱</sup> در سال ۱۹۱۹ م بیان کرد و ب - اولین<sup>۲</sup> آن را در سال ۱۹۳۳ م تکمیل نمود. این نظریه تا حدود زیادی تحلیل اساسی در مورد نظریات تجارت بین‌المللی را تحت تأثیر قرار داد. دیدگاه مذکور متکی بر توزیع عطایای الهی در هر کشور است تا بیانگر مزیت نسبی آن به سایر شرکای تجاری خود باشد. این نظریه در مورد منابع طبیعی که برای گردشگری بین‌المللی بسیار مهم است، صدق می‌کند؛ زیرا بسیاری از امکانات گردشگری از مزیت نسبی منابع طبیعی برخوردارند. بنابر این ویژگی، گردشگری بین‌المللی هر کشور مستقیماً با فراوانی منابع آن در ارتباط است تا با عرضه بیشتر امکانات گردشگری مشتری بین‌المللی مورد هدف قرار گیرد. نظریه عطایای الهی منابع یا عواملی هستند که تولید خدمات گردشگری بین‌المللی کشور را تضمین می‌کنند. عطایای الهی از عوامل عمده در تولید دستاوردهای گردشگری است؛ به عبارتی آن‌ها عوامل مورد نیاز برای به حرکت درآوردن کل اقتصاد و گردشگری محسوب می‌شوند؛ مانند برخی منابع طبیعی و

1. Eli Filip Heckscher
2. Bertil Gotthard Ohlin

فرهنگی. عطایای الهی را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد (Zuelow, 2015, p. 51):

- منابع طبیعی، تاریخی، هنری و میراث فرهنگی؛

- منابع انسانی، به‌کارگیری مهارت‌ها و بهره‌برداری از آن‌ها؛

- منابع سرمایه‌ای و زیربنایی.

## ۲-۲-۲. نظریه هزینه نسبی

دیوید ریکاردو نخستین بار این نظریه را در سال ۱۸۱۷ م بیان کرد. نظریه هزینه نسبی تعداد زیادی از مبادلات گردشگری بین‌المللی را مشخص می‌کند. این نظریه پیشنهاد می‌کند که کشورها در تولید و صادرات کالاها و خدمات رقابتی به‌صورت تخصصی عمل کنند. تحلیل مبادلات تجاری بین‌المللی فقط نشان‌دهنده تمایل به تخصصی شدن در خصوص هزینه‌های نسبی است. صرف‌نظر از تمام این‌ها، هزینه‌های نسبی یکی از عوامل توزیع و روند حرکت در گردشگری بین‌المللی محسوب می‌شود (Sectaram, Forsyth & Dwyer, 2016, p. 56).

اهمیت هزینه‌های نسبی در گردشگری بین‌المللی رو به افزایش است. فرآورده‌های گردشگری بسیاری وجود دارد که مقایسه آن‌ها مشکل و اغلب ناممکن است. به‌علاوه فرآورده‌های گردشگری عموماً خدماتی هستند که نمی‌توانند به‌صورت مشابه هر بار تکرار شوند. بنابراین مطالعه هزینه نسبی متوجه صفات و شرایط مخصوصی از گردشگری بین‌المللی است. صرفاً نمی‌توان اجزای تشکیل‌دهنده هزینه (حمل‌ونقل، تسهیلات و خدمات وابسته) را تحلیل کرد؛ بلکه باید ضریب کیفی قیمت و پیشرفت‌های فناوری را نیز به‌حساب آورد (ibid., p. 65).

## ۲-۲-۳. نظریه مزیت مطلق و دانش فنی

این نظریه بسط تحلیل آدام اسمیت در تجارت بین‌المللی است. امروزه این نظریه مترادف است با انحصارات صادرات برخی از کشورها که ناشی از ویژگی‌های طبیعی یا پیشرفت فناوری آن‌هاست. مزیت مطلق نقش‌سازنده‌ای در گردشگری بین‌الملل دارد. برخی از کشورها دارای منابع منحصربه‌فردی هستند که می‌توانند به‌صورت اماکن طبیعی استثنایی مانند گرنند - کنیون یا به‌صورت متداول‌تر منابع هنری و معماری شناخته‌شده در سراسر جهان باشند. این‌گونه منابع ساخت دست بشر هستند و گردشگران را برای بازدید ترغیب می‌کنند. برحسب اهمیت آن‌ها در گردشگری بین‌المللی است که «منحصربه‌فرد بودن» کشوری تعیین می‌شود؛ مانند اهرام مصر و قصر تاج‌محل در هند. شرایط منحصربه‌فرد این آثار به کشورها اجازه می‌دهد که فرآورده‌های گردشگری خاص متفاوت‌تری با سایر کشورها داشته باشند. نوآوری یکی از جنبه‌های شاخص سیاست است که مزیت‌های مطلق یک کشور را فراهم می‌کند. نوآوری فنی در بخش گردشگری شامل نمادهای ظاهری، اطلاعات و

پیشبرد، توسعه فرآورده‌ها و بازاریابی است. در نمادهای ظاهری گردشگری، بیشتر از فناوری نوین به‌ویژه در زمینه تسهیلات رفاهی، بخش‌های آذوقه‌رسانی و تأمین مکان (رزرواسیون) استفاده می‌شود (Trobe & Liburd, 2016, p. 57).

بازاریابی گردشگری بخشی است که از پیشرفت‌های فناوری بیشترین بهره را می‌برد. از این طریق می‌توان با استفاده از نرم‌افزار «مدیریت واقعی زمان» به اطلاعات، دسترسی آسان، رزرواسیون، تهیه صورت حساب و پرداخت با استفاده از کارت‌های هشیار دست یافت. بنابراین با استفاده از نظریه مزیت مطلق و نظریه‌های هزینه نسبی و ضریب کیفی قیمت، می‌توان عوامل تعیین‌کننده در گردشگری بین‌المللی را به‌طور دقیق بیان کرد (ibid., p. 44).

## ۲-۲-۴. نظریه شرایط تقاضا

حرکت گردشگری در میان کشورها با نظریه‌های تقاضا توسعه و تراکم توضیح داده می‌شود و مستقیماً توابع درآمد سرانه، علاقه مردم به تعطیلات و درصد کل تعطیلات سپری‌شده در خارج از کشور، نامگرهای گردشگری بین‌المللی را به‌وجود می‌آورند (Dogru, Sirakaya & Crouch, 2017, p. 60).

نظریه تقاضا در گردشگری بین‌المللی توصیف‌کننده ویژگی بین‌المللی کشورها با توجه به تقاضای داخلی، ناحیه‌ای و بین‌المللی است. این نظریه به بحث درباره توزیع گردشگری بین‌المللی و اهمیت گردشگری در اقتصاد ملی می‌پردازد و سطوح مختلف تقاضا و خصوصیات توسعه گردشگری بین‌المللی، به‌خصوص مبادلات گردشگری بین کشورهای دارای توسعه اقتصادی را توصیف می‌کند. لیندر این نظریه را در سال ۱۹۶۱ م بیان کرد. ویژگی بین‌المللی کشور به سطح بالای تقاضای داخلی آن بستگی دارد. در کشورهای عمده میزبان گردشگری، مانند فرانسه، ایالات متحده آمریکا، کانادا، آلمان، سوئیس و انگلستان، تقاضای گردشگری بین‌المللی مکمل تقاضای داخلی و بسیار زیاد است. در واقع توسعه گردشگری بین‌المللی نتیجه شرایط فراهم‌شده تقاضای داخلی است. برتری نسبی یک کشور از کیفیت ساختار، دانش گردشگری، سطح فناوری و از محیط دلچسب آن مشتق می‌شود. بنابراین کشورهایی که ساختارهای گردشگری داخلی آن‌ها به یکدیگر شبیه است، از حجم گردشگری بین‌المللی بیشتری برخوردارند. به همین علت، دلیل اساسی مبادلات بین‌المللی را تفاوت در تقاضا بین کشورهای هم‌جوار می‌دانند. عامل تفاوت در تقاضا، به‌ویژه در زمینه گردشگری بین‌المللی، حائز اهمیت است و در قالب تفاوت‌های جغرافیایی، فرهنگی و گفتاری، سبب مبادلات بین کشورهای هم‌جوار با اقتصاد پیشرفته یکسان است. از این رو کشورهایی که از لحاظ جغرافیایی نزدیک به هم بوده و دارای منابع تقریباً مشابهی هستند، از مبادلات گردشگری بیشتری برخوردارند تا کشورهایی که منابع کاملاً متفاوتی دارند و از نظر جغرافیایی هم دورتر هستند. اگرچه اختلاف سلیقه، حتی به‌صورت جزئی وجود داشته باشد، حرکت گردشگری فقط بین کشورهایی در جریان است که منابع مشابه دارند. واضح است که تقاضا نه تنها دلیل گردشگری بین‌المللی است، بلکه تمرکز آن را نیز بیان می‌کند.

## ۳-۲. گردشگری روستایی

در قرن ۲۱ میلادی، صنعت خدماتی گردشگری به ابزاری اصلی برای کیفیت مطلوب زندگی تبدیل شده است (ضرغام، بروجنی و شالبافیان، ۱۳۹۲، ص. ۱۱۵). هدف از توسعه گردشگری روستایی را می‌توان در دو بُعد مورد توجه قرار داد که هدف نهایی هر دو نوع نگرش، باید حل معضلات و مشکلات سکونتگاه‌های روستایی باشد:

۱. پاسخ‌گویی به تقاضای روزافزون جمعیت شهری برای گذراندن اوقات فراغت و تفریح در سکونتگاه‌های روستایی (این بُعد در حومه‌های ییلاقی و روستاهای هم‌جوار با شهرهای بزرگ بیشتر مصداق می‌یابد)؛

۲. توسعه خود سکونتگاه‌های روستایی.

در دیدگاهی دیگر به گردشگری روستایی، این نوع گردشگری دو راهبرد را دنبال می‌کند (خاتون‌آبادی و راست قلم، ۱۳۹۰، ص. ۷):

۱. گردشگری روستایی به‌عنوان مکمل فعالیت‌های روستایی؛

۲. متحول‌سازی نواحی روستایی کمتر توسعه‌یافته.

## ۴-۲. نقش دولت

دولت مجموعه‌ای از مقامات مسئول است که با توجه به تمایلات، ترجیحات و توانایی‌های خود، بر سیاست‌های عمومی تأثیر می‌گذارند. به بیان رسمی‌تر، دولت مجموعه‌ای پایدار از نهادهای سیاسی است که در جامعه مدنی فعالیت می‌کنند (جلال‌پور، پای‌فرد و فلاح، ۱۳۹۴، ص. ۴۱).

از گذشته، دخالت دولت در اقتصاد کشور به‌منزله در اختیار گرفتن سیستم اقتصادی شناخته شده است که در چنین وضعی، بخش خصوصی نمی‌تواند فعالیت‌های چشمگیری داشته باشد؛ زیرا همه نهادها، سازمان‌ها و شرکت‌ها به دولت تعلق دارند. از سوی دیگر به اعتبار مفهوم عبارت دخالت دولت در اقتصاد، سیستم اقتصادی مبتنی بر بازار باید بدون دخالت دولت عمل کند. اگرچه در کشورهای مختلف میزان دخالت دولت در امور متفاوت است، حتی در جاهایی که ادعا می‌شود اقتصاد مبتنی بر بازار از قیدوبندهای دولتی رهاست، دولت به‌دلایل گوناگون در آن‌ها مداخله می‌کند. دولت که متولی فعالیت‌های مطلوب صنعت گردشگری است، در زمینه‌های زیر ایفای نقش می‌کند (جهانیان، ۱۳۹۵، ص. ۶۹):

## ۱-۴-۲. سیاست‌گذاری

سیاست‌گذاری در صنعت گردشگری تحت تأثیر دو دسته از عوامل داخلی و خارجی است.

عوامل داخلی عمدتاً عبارت‌اند از: قوانین، آداب و رسوم جامعه، ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و گروه‌های فشار و عوامل خارجی شامل روند جهانی شدن و شرکت‌های بین‌المللی است. به‌طور کلی مقصود از سیاست، برنامه‌ای جامع است که هدف‌ها و رویه‌ها را دربر می‌گیرد. بنابراین سیاست عمومی شامل نتیجه‌ها و هدف‌های مورد نظر دولت و روش‌های دست یافتن به این نتیجه‌هاست. برای مثال دولت سیاستی را درپیش می‌گیرد که هدف آن رشد اقتصادی است و می‌خواهد این کار را از طریق توسعه صنعت جهان‌گردی به‌دست آورد. سیاست جهانگردی بخشی از کل سیاست اقتصادی کشور است (حسینی، شفیعی و داوودخانی ۱۳۹۲، ص. ۱۱). برخی از جنبه‌های اصلی سیاست در حوزه گردشگری عبارت‌اند از: نیروی کار، سرمایه‌گذاری، تأمین مالی، صنایع مهم و تجارت بازرگانی و روابط بین‌فرهنگی.

## ۲-۴-۲. حمایت

دولت‌ها برای حمایت از بخش‌های مختلف اقتصادی یا صنایع گوناگون به روش‌های متفاوت عمل می‌کنند. برخی از دولت‌ها با تدوین سیاست‌های صنعتی که گاه به‌صورت برنامه‌هایی تصویب و اعلان شده است، می‌توانند به‌طور دقیق تعیین هدف نمایند، صنایع را ملی کنند و در صحنه شکل دادن به سیستم اقتصادی کشور نقش بسیار فعال و حیاتی برعهده گیرند (جلال‌پور و دیگران، ۱۳۹۴، ص. ۴۶). چنانچه دولت از برنامه‌ریزی و اعمال کنترل بر سیاست‌های صنعتی (تصدی) در زمینه گردشگری پرهیز کند و فقط نقش حمایتی در توسعه این صنعت داشته باشد، دست به کارهایی می‌زند که موجب تشویق افراد و سازمان‌ها به سرمایه‌گذاری و فعالیت در این حوزه می‌شود. برای مثال می‌تواند برای ترغیب افراد در سرمایه‌گذاری در بخش‌های خاصی از این صنعت، معافیت‌های مالیاتی در نظر گیرد و به توسعه ساختارهای زیربنایی و پارک‌های ملی کمک کند و برای افراد و سازمان‌هایی مانند آژانس‌های جهانگردی، هتل‌ها، مهمان‌پذیرها و سایر افراد و نهادهای مدنی جواز صادر کند.

## ۲-۴-۳. نظارت

در صنعت جهانگردی، نقش دولت در زمینه نظارت و تدوین مقررات اهمیت فراوانی دارد؛ زیرا مقررات دولتی برای حمایت از مصرف‌کننده وضع می‌شود. نظارت دولت در زمینه‌هایی مانند این خواهد بود: کنترل صرف پیش‌دریافت‌های مسافران در راه خدمات‌رسانی به آن‌ها، ملزم کردن هتل‌ها به رعایت اصول ایمنی، رعایت قوانین و مقررات مربوط به سالم بودن غذا و اصول بهداشتی، نظارت بر حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، و اعمال کنترل بر فرایند ساختمان‌سازی، محل ساختمان و قوانین مربوط به منطقه‌بندی و طرح ساختمان‌ها.

## ۳. روش تحقیق

روش کلی و چارچوب فلسفی پژوهش حاضر مبتنی بر رویکرد پدیدارشناسی است. روش انجام

تحقیق حاضر ترکیبی از روش استدلال منطقی و نظریه زمینه‌ای/ داده‌بنیاد است. در این تحقیق، با استفاده از روش‌های تحلیلی کوربین و استراوس (۱۹۹۸) مفاهیم به‌عنوان واحد تحلیل در سطوح متن کل بندها، عبارتها و جمله‌ها مورد توجه قرار گرفت و با تفکیک متن به عناصر دارای پیام در داخل خطوط یا بندها تلاش شد تا کدهای باز استخراج شود. پس از این مرحله، مفاهیم اولیه نیز در قالب دسته‌های بزرگ مفهومی طبقه‌بندی گردید. در مرحله کدگذاری محوری، ابتدا مقوله اصلی تعیین شد؛ سپس سایر مقوله‌ها در قالب خوشه بزرگ موجبات علی، راهبردها، عوامل زمینه‌ای، شرایط محیطی و پیامدها دسته‌بندی شد. در این مرحله، به هریک از اجزاء، عنوان و برچسبی داده می‌شود. این عنوان که اصطلاحاً به آن «کد» گفته می‌شود، باید گویای محتوای داده باشد؛ به‌طوری که محقق و خواننده با مشاهده این عنوان تا حدود زیادی به مفهوم جملات پی ببرد. در اجرای این مرحله، عوامل مربوط به الگوهای کسب‌وکار جمع‌آوری‌شده در جدولی ثبت گردید و در دو مرحله، برای هریک از آنها، عنوان مناسبی برگزیده شد. مرحله اول را خود محقق اصلاح کرد. حدود هر مقوله محوری و مقوله‌های دیگر اصلی در آغاز تجزیه و تحلیل به‌صورت قطعی تعیین نشد و این مقوله‌ها در سراسر تجزیه و تحلیل مورد بازنگری قرار گرفت. عبارات، مفاهیم و گویه‌های مستخرج از پژوهش‌ها با تحلیل‌های دقیق یکسان‌سازی (انتخاب واژگان صحیح‌تر و حذف مفاهیم مشترک) شد و سرانجام در این بخش، ۸۹ گویه به‌دست آمد. گویه‌ها در قالب چک‌لیستی برای انجام مصاحبه تنظیم شد. پس از مصاحبه با خبرگان، برخی از گویه‌ها حذف و اصلاح شد. سپس در مرحله کدگذاری محوری، با درنظر گرفتن شرایطی که به ایجاد یک پدیده می‌انجامد، بر مشخص کردن آن پدیده تمرکز شد. مقوله‌بندی فرایندی است که مفاهیم باید گروه‌بندی شود. طی این فرایند، گویه‌های نزدیک به هم ادغام شد و ۶۳ گویه در ۲۰ مقوله به‌دست آمد. شرایطی که به ایجاد پدیده می‌انجامد، عبارت است از زمینه‌ای که مقوله در آن واقع شده است. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود که با ۱۸ نفر از خبرگان و متخصصان در زمینه گردشگری روستایی و بوم‌گردی و استادان مطلع در حوزه مورد نظر مصاحبه انجام شد. روش نمونه‌گیری هم گلوله‌برفی بود که تا اشباع شدن نظرها ادامه یافت و در مجموع ۹ نفر فرایند مصاحبه را طی کردند.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

داده‌های پژوهش از طریق فرایند کدگذاری مبتنی بر طرح نظام‌مند نظریه برخاسته از پدیدارشناسی تحلیل شد. کدگذاری فرایندی تحلیلی است که طی آن، داده‌ها مفهوم‌گذاری می‌شوند و به‌هم می‌پیوندند تا نظریه را شکل دهند. تحلیل داده‌ها در این روند، جدا از گردآوری و نمونه‌گیری صورت نمی‌گیرد. در طرح تحقیق نظریه پدیدارشناسی، مراحل تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام می‌شود.



## ۱-۴. معرفی مصاحبه‌شوندگان

برای گردآوری داده برای بخش کیفی، با ۱۸ نفر از خبرگان و متخصصان در زمینه گردشگری روستایی و بوم‌گردی و استادان مطلع در حوزه مورد مطالعه مصاحبه شد. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در جدول ۱ آمده است. شایان ذکر است که فرایند مصاحبه در اوایل تابستان ۱۴۰۰ انجام شد.

جدول ۱. مشخصات فردی و تعداد نفرات مصاحبه‌شونده (خبرگان) به تفکیک سطح شغلی

ردیف	خبرگان	سمت	رشته
۱	مصاحبه‌شونده ۱	دانشیار دانشگاه سراسری	جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی
۲	مصاحبه‌شونده ۲	دانشیار دانشگاه سراسری	جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی
۳	مصاحبه‌شونده ۳	استادیار دانشگاه آزاد	مدیریت بازرگانی
۴	مصاحبه‌شونده ۴	دانشیار دانشگاه آزاد	مدیریت رسانه
۵	مصاحبه‌شونده ۵	مدیرعامل مرکز رفاهی - آموزشی فرهنگیان	برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
۶	مصاحبه‌شونده ۶	صاحب اقامتگاه درسجین در شهر ابهر	علوم اجتماعی
۷	مصاحبه‌شونده ۷	صاحب اقامتگاه خدابنده سهرورد	مدیریت بازرگانی
۸	مصاحبه‌شونده ۸	صاحب اقامتگاه تشویر (طارم)	مدیریت بازرگانی
۹	مصاحبه‌شونده ۹	مدیریت هتل پارک	عضو انجمن هتلداران ایران
۱۰	مصاحبه‌شونده ۱۰	مدیرکل	میراث فرهنگی استان زنجان
۱۱	مصاحبه‌شونده ۱۱	مشاور مدیرکل	میراث فرهنگی استان زنجان
۱۲	مصاحبه‌شونده ۱۲	سرپرست معاونت	میراث فرهنگی استان زنجان
۱۳	مصاحبه‌شونده ۱۳	معاون گردشگری	میراث فرهنگی استان زنجان
۱۴	مصاحبه‌شونده ۱۴	رئیس گروه توسعه گردشگری و بازاریابی	میراث فرهنگی استان زنجان
۱۵	مصاحبه‌شونده ۱۵	رئیس گروه مراکز و خدمات گردشگری	میراث فرهنگی استان زنجان
۱۶	مصاحبه‌شونده ۱۶	مدیرکل	اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری
۱۷	مصاحبه‌شونده ۱۷	مدیر	جهاد کشاورزی شهرستان زنجان
۱۸	مصاحبه‌شونده ۱۸	مدیرکل	محیط‌زیست استان زنجان

## ۲-۴. کدگذاری باز

در این مرحله از پژوهش، مفاهیم و نکات کلیدی به‌دست‌آمده در خصوص گردشگری روستایی و توسعه بوم‌گردی طی مطالعه چارچوب نظری و انجام مصاحبه فهرست شد. ابتدا چارچوب نظری و پژوهش‌های انجام‌شده در داخل و خارج از کشور بررسی و فهرست شد تا مفاهیم و نکات کلیدی از این دو مفهوم اصلی استخراج شود. عبارات، مفاهیم و گویه‌های مستخرج از پژوهش‌ها، با تحلیل‌های دقیق یکسان‌سازی (انتخاب واژگان صحیح‌تر و حذف مفاهیم مشترک) شد و سرانجام ۸۹ گویه به‌دست آمد. گویه‌ها در قالب چک‌لیستی برای انجام مصاحبه تنظیم شد و پس از مصاحبه با خبرگان، برخی از آن‌ها حذف و اصلاح گردید. نتایج حاصل از استخراج مفاهیم، مقوله‌ها و مضمون‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌ها در **جدول ۲** بیان شده است.

## جدول ۲. مفاهیم، مقوله‌ها و کدهای استخراجی

مضامین اصلی	مضامین فرعی	کدگذاری محوری
اقامتگاه‌های بوم‌گردی		اجرای موسیقی، برگزاری مراسم و جشن‌های محلی
		عرضه غذاهای سنتی در چادرها و رستوران‌ها
		بازدید از جاذبه‌های زیستی (پوشش گیاهی و جانوری)
محافظةت از میراث فرهنگی و تاریخی		بازدید از جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی
		فراهم کردن امکان تجربه زندگی روستایی برای گردشگران
		به‌کارگیری مصالح ساختمانی طبیعی در روستا
عوامل فرهنگی	مبادلات فرهنگی	معرفی میراث فرهنگی ایران به کل جهان
		حفظ فرهنگ و اصول و ارزش‌های محلی
		مهمان‌نوازی مردم محلی
توسعه صنایع‌دستی		بهبود کیفیت صنایع‌دستی
		معرفی صنایع‌دستی
		توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط تولید صنایع‌دستی
جاذبه‌های منطقه		تفریح و کسب آرامش
		تجربه اسکان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی
		انگیزه و تجربه خوشایند سفر پیشین گردشگران

مضامین اصلی	مضامین فرعی	کدگذاری محوری
		افزایش دادن اقامتگاه‌های بوم‌گردی
	ابعاد زیرساخت‌ها	ساختن پارکینگ و جایگاه برای برپایی چادرها و آتش زمینه‌سازی و ایجاد زیرساخت‌های مبادلاتی و تفریحی و بهداشتی
		انتقال فناوری از کشورهای پیشرفته به کشور
	نظام مدیریت یکپارچه	مدیریت منابع مدیریت انرژی
نقش دولت		تخصیص بودجه
		پرداخت تسهیلات مالی و اعتباری کم‌بهره دولت برای کسب‌وکارهای کوچک
	حمایت	حمایت از توسعه صادرات برخی از محصولات محلی افزایش و تسهیل تسهیلات ایجاد و مرمت اقامتگاه‌های بوم‌گردی
		تدوین قوانین بوم‌گردی
	سیاست‌ها	هماهنگی بین نهادها و سازمان‌های گردشگری دادن اولویت اقتصادی به مردم محلی
		سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
	اشتغال‌زایی	ایجاد فرصت جدید شغلی در راستای جلوگیری از مهاجرت روستاییان سرمایه‌گذاری مردم محلی در ساخت اقامتگاه بوم‌گردی
		بازاریابی مناسب برای فروش تولیدات محلی
	ایجاد بازار	فعالیت مردم بومی در فروش تولیدات دامی و زراعی معرفی و فروش گیاهان دارویی منطقه
		سرمایه‌گذاری در بخش گیاهان دارویی و طب سنتی
عوامل اقتصادی		بهبود کیفیت خدمات
	افزایش سطح رفاه و کیفیت زندگی	افزایش درآمد صرف درآمد حاصل از گردشگری در روستا درآمدزایی ارزی برای کشور
	توازن اقتصادی	سهیم کردن مردم محلی در درآمدهای حاصل از بوم‌گردی سرمایه‌گذاری خارجی در روستا

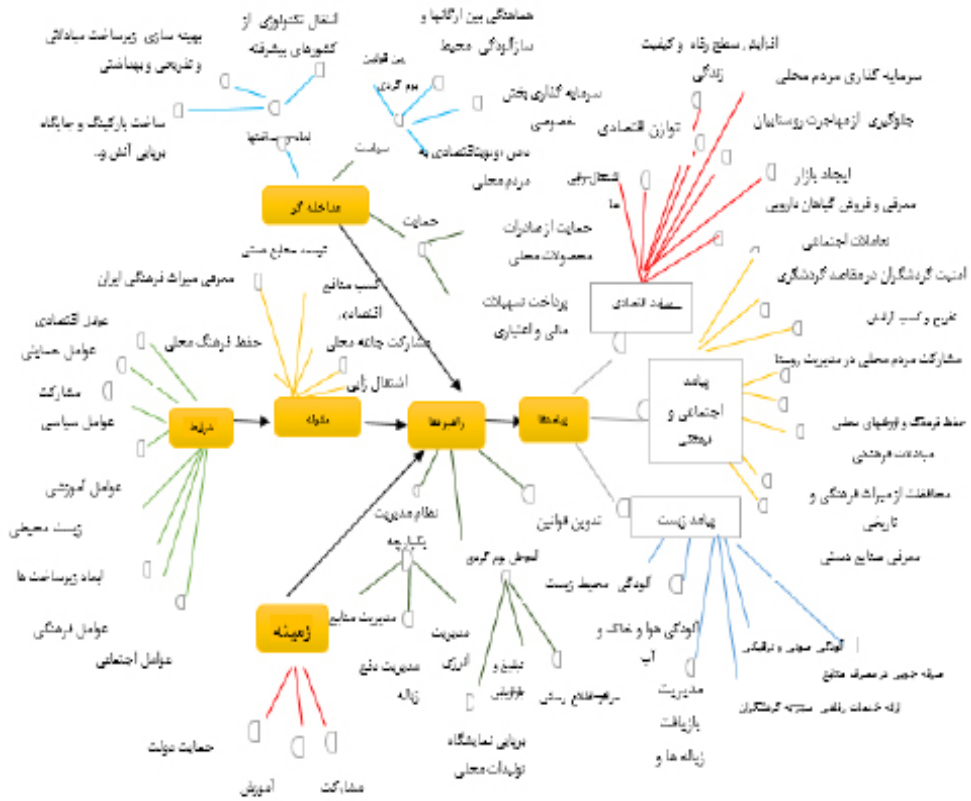
مضامین اصلی	مضامین فرعی	کدگذاری محوری
عوامل زیست‌محیطی	مدیریت زیست‌محیطی	مشارکت جامعه محلی و گردشگران در حفاظت از محیط‌زیست
		مدیریت بازیافت زباله‌ها و فاضلاب‌ها
		ارتقای ایمنی و رعایت بهداشت
عوامل زیست‌محیطی	محافظت از منابع	صرفه‌جویی در مصرف منابع
		رعایت کردن اصول زیست‌محیطی در طراحی اقامتگاه‌ها
		تولید و پخش برنامه‌های تلویزیونی درباره جاذبه‌های روستا
اثرات زیست‌محیطی	تأمین به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل در کسب تجربیات جدید	ارائه خدمات رفاهی سبز و بومی به گردشگران
		آلودگی هوا و خاک و آب
		آلودگی صوتی و ترافیکی
تعاملات اجتماعی	تأمین به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل در کسب تجربیات جدید	تأمین به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل در کسب تجربیات جدید
		رضایت گردشگران از میزبانی امکانات و خدمات ارائه‌شده
		مدیریت و کنترل زیستگاه‌ها
امنیت اجتماعی	تأمین به ارتباط با مردم بومی و ایجاد تعامل در کسب تجربیات جدید	امنیت گردشگران در مقاصد گردشگری
		مشارکت مردم محلی در مدیریت روستاها
		مشارکت روستاییان در ارائه خدمات اقامتی به گردشگران
عوامل اجتماعی	مشارکت	سهم کردن مردم بومی در کاربری مراتع
		آموزش مقوله بوم‌گردی
		برپایی مراکز اطلاع‌رسانی
آموزش	آموزش	تبلیغ و بازاریابی جاذبه‌های توریستی
		برپایی نمایشگاه تولیدات و محصولات فصلی

### ۳-۴. کدگذاری محوری

همان‌گونه که ذکر شد، در بخش کدگذاری محوری، کدهای به‌دست‌آمده در بخش کدگذاری آزاد مورد بررسی قرار می‌گیرد و کدهای مرتبط و مشابه با هم در دسته‌ها یا مقوله‌های بزرگ‌تری دسته‌بندی می‌شود. پس از تهیه و تنظیم جداول به‌عنوان بخشی از تحلیل کیفی داده‌های حاصل از مصاحبه، برای تکمیل تحلیل براساس کدگذاری آزاد، مفاهیم حاصل‌شده در سطح بالاتر و تجربیدی‌تر جهت دستیابی به مقولات، گروه‌بندی شد. مقوله‌بندی فرایندی است که مفاهیم باید گروه‌بندی شود. ضمناً گویه‌های نزدیک به هم ادغام شد و ۶۳ گویه در ۲۰ مقوله به‌دست آمد.

### ۴-۴. کدگذاری باز (گزینشی)

هدف از کدگذاری گزینشی ایجاد رابطه بین مقوله‌های تولیدشده (در مرحله کدگذاری محوری) است. این عمل معمولاً براساس الگوی پارادایم انجام می‌شود. در مرحله کدگذاری گزینشی پژوهش حاضر، ارتباط مقوله اصلی با سایر مقولات مشخص شد. در این مرحله، طبقات اصلی و فرعی با یکدیگر مرتبط شد تا به منظور ارائه الگویی جهت توسعه گردشگری روستایی شهر زنجان با تحلیل نقش دولت در راستای توسعه بوم‌گردی، مفاهیم نظری تبیین گردد. استفاده از پارادایمی که کوربین و استراوس (۲۰۰۷) ارائه کرده‌اند، نقش مقولات استخراج‌شده را در قالب الگوی پارادایمی شناسایی می‌کند. شکل ۱ ایجاد ارتباط بین مقوله‌های مختلف شناسایی شده را در قالب الگوی پارادایم نمایش می‌دهد.



شکل ۱. کدگذاری گزینشی براساس الگوی پارادایمی توسعه گردشگری روستایی (منبع: یافته‌های پژوهش)

## ۵. نتیجه‌گیری

بوم‌گردی، به‌عنوان نوع جدیدی از فعالیت‌های گردشگری، بیش از یک دهه است که در کشورمان شکل گرفته و به‌دلیل تأکید بر همکاری مردم محلی و توجه به مسائل اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی، پیوند ناگسستنی با توسعه پایدار گردشگری دارد. همچنین ایجاد اشتغال و توسعه ناحیه‌ای از نقش‌های مؤثر این گردشگری است و به همین دلیل، طی سال‌های اخیر سرمایه‌گذاران و فعالان صنعت گردشگری را برای ورود به حوزه بوم‌گردی و سرمایه‌گذاری در طرح‌های این حوزه ترغیب کرده است. از سوی دیگر ظرفیت‌های تاریخی، فرهنگی و مذهبی کشورمان فرصت‌های بالقوه‌ای را برای بهره‌مندی از این ظرفیت در توسعه صنعت گردشگری پیش‌روی مسئولان قرار داده است که لازمه آن شناخت دقیق ابعاد و ویژگی‌های این نوع گردشگری و تدوین و تنظیم مقررات و برنامه‌های متناسب با آن است تا آسیب‌هایش به حداقل برسد و مزایایش بیش از پیش در تحول صنعت گردشگری نمایان شود. هرچند که ظرفیت‌های بالقوه کشور در حوزه بوم‌گردی، توجه علاقه‌مندان و فعالان صنعت گردشگری را به این حوزه جلب کرده و تعداد اقامتگاه‌های بوم‌گردی در کشور رو به فزونی نهاده، این ظرفیت از گردشگری به‌دلایل مختلفی از جمله ضعف در تبلیغات، عدم حمایت‌های لازم و مناسب از سوی نهادهای ذی‌ربط، نبود برنامه جامع و متناسب با ظرفیت‌های بوم‌گردی، نبود شناخت کافی فعالان بوم‌گردی درباره قوانین استاندارد جهانی در این بخش و همچنین فرصت‌های آن برای مردم محلی نتوانسته جایگاه مناسبی در فعالیت‌های کلان گردشگری بیابد و بخش عمده‌ای از این ظرفیت در کشورمان همچنان بلااستفاده مانده است. از آنجا که تعداد گردشگران علاقه‌مند به بوم‌گردی در دنیا رو به افزایش است، توجه به بهره‌برداری از ظرفیت‌های فراوان گردشگری بوم‌گردی در ایران موجب جذب گردشگران خارجی می‌شود. تحقق و لازمه این رخداد تهیه و تدوین قوانین و استانداردهای مناسب با صنعت بوم‌گردی، ارائه آموزش‌های لازم به فعالان بوم‌گردی، حمایت از سرمایه‌گذاران برای ورود به این حوزه و نظارت دقیق بر فعالیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی است که حضور مؤثر مسئولان و نهادهای ذی‌ربط را می‌طلبد. علاوه بر این، توسعه اقتصاد محلی و حضور فعال بخش خصوصی در صنعت گردشگری از فرصت‌هایی است که صنعت بوم‌گردی پیش‌روی توسعه پایدار کشور در صنعت گردشگری قرار می‌دهد. بنابراین دولت می‌تواند با اتخاذ سیاست‌های تشویقی جهت جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای سرمایه‌گذاری در این امر اقدامات مؤثری انجام دهد.

## ۶. پیشنهادها

- با توجه به اینکه عامل تأثیرگذار در توسعه گردشگری، توسعه زیرساخت‌ها و حمایت دولت است، دولت باید با سیاست‌های تشویقی خود فضایی فراهم کند تا شرایط برای

رشد کسب‌وکارهای نوپا فراهم شود؛ به‌طوری که با فراهم کردن زیرساخت، کسب‌وکارهای نوین و نوپا در این فضا رشد کند.

- بهبود و توسعه زیرساخت‌های اقامتی و غذاخوری در سطح استانداردهای بین‌المللی و متناسب با سلیقه‌ها و طبقه‌های مختلف اجتماعی، تأسیس اقامتگاه‌ها و مهمان‌خانه‌های با قیمت مناسب در حوزه‌های مختلف بوم‌گردی و دارای جاذبه‌های گردشگری، نظارت مستمر ستاد توسعه گردشگری بر رعایت بهداشت و سایر امکانات، قیمت و غیره در تمام اقامتگاه‌ها و مراکز گردشگری.

- با برگزاری مسابقاتی همچون انتخاب بهترین آشپزی در غذاهای محلی در حین برگزاری جشنواره برای گردشگران، تأسیس رستوران‌هایی با بافت فرهنگی و روستایی بومی استان زنجان و طراحی لباس‌های محلی برای خدمه‌های آن و ارائه منویی متنوع از غذاهای محلی این ناحیه به‌منظور جذب بیشتر گردشگران می‌توان سود جست.

- با به‌کارگیری ساعات مناسب برای پخش تبلیغات تلویزیونی و رادیویی یا نصب بیلبورد تبلیغاتی در مکان‌های مناسب برای افزایش توجه مردم در زمان‌های برگزاری جشنواره‌های غذا و نیز انجام تبلیغات مؤثر در سطح محلی، ملی و بین‌المللی برای معرفی هرچه بهتر زنجان و دیگر استان‌های ایران می‌توان شاهد اثرات بیشتری بود.

با توجه به شناسایی مهم‌ترین آسیب‌ها و چالش‌های حوزه اقامتگاه‌های بوم‌گردی، راهکارهای بهبود وضعیت فعالیت در این بخش و اقدامات اثربخش دولت عبارت‌اند از:

- توسعه کیفی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در کنار توسعه کمی آن‌ها؛
- تعریف استانداردهای مشخص و نظارت اصولی بر فعالیت‌های این واحدها؛
- تغییر رویه در اعطای مجوز و اعطای مجوز به افراد دارای صلاحیت؛
- آموزش کارشناسان خبره و متخصص در زمینه اقامتگاه‌های بوم‌گردی؛
- توجه به بومی بودن سرمایه‌گذاران در این حوزه و در اولویت قرار دادن سرمایه‌گذاران بومی؛
- تلاش برای مشارکت دادن اکثریت افراد جامعه محلی به‌منظور حمایت جامعه محلی از اجرای طرح؛
- حفظ سنت‌ها و آیین‌ها و ارزش‌های فرهنگی جامعه محلی از طریق آموزش؛
- تدوین و تسهیل قوانین و مقررات تشویقی جهت سرمایه‌گذاری؛

- تربیت و به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص و متعهد در بخش اقامتگاه‌های بوم‌گردی؛
- ایجاد بازارچه‌های کوچک صنایع‌دستی در اقامتگاه‌های هر روستا به‌منظور معرفی و فروش آثار روستاییان و کمک به اقتصاد آنان.

## ملاحظات اخلاقی

### حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد.

### مشارکت نویسندگان

تمام نویسندگان در آماده‌سازی این مقاله مشارکت کرده‌اند.

### تعارض منافع

بنابه اظهار نویسندگان، در این مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی وجود ندارد.

### تعهد کپی‌رایت

طبق تعهد نویسندگان، حق کپی‌رایت (CC) رعایت شده است.



## References

- Anabestani, A., Giyahi, H., & Javanshiri, M. (2018). An analysis of the effects of establishing ecotourism residence on development of rural settlements (a case study of Radakan village, Chenaran County). *Spatial Planning*, 8(2), 1-24. [DOI: 10.22108/sppl.2018.108017.1132] (Persian)
- Ayhan, Ç. K., Taşlı, T. C., Özkök, F., & Tatlı, H. (2020). Land use suitability analysis of rural tourism activities: Yenice, Turkey. *Tourism Management*, 76, 103949.
- Bayat, N., Badri, S. A., Rezvani, M., & Faraji Sabkbar, H. A. (2013). Rural tourism studies in Iran: an analytical presentation of documents from Persian published articles. *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 6(2), 109-128. (Persian)
- Cheng, H., Yang, Z., & Liu, S. J. (2020). Rural stay: a new type of rural tourism in China. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(6), 711-726.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2005). Mixed methods research: Developments, debates, and dilemmas. *Research in Organizations: Foundations and Methods of Inquiry*, 315-326.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2005). Mixed methods research: Developments, debates, and dilemmas. *Research in Organizations: Foundations and Methods of Inquiry*, 315-326.
- Cunha, C., Kaštenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226.
- Department of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Zanjan Province. Retrieved from: <https://zanjan.mcth.ir>. (Persian)
- Deputy of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Zanjan Province. (2020). *Performance report of the deputy minister of tourism from September 2017 to September 2010*. Retrieved from: <https://zanjan.mcth.ir>. (Persian)
- Dogru, T., Sirakaya-Turk, E., & Crouch, G. I. (2017). Remodeling international tourism demand: Old theory and new evidence. *Tourism Management*, 60, 47-55.
- Fang, W. T. (2020). Rural Tourism. In *Tourism in Emerging Economies* (pp. 103-129). Springer, Singapore.
- Ghadiri, H., Niksirt, M., & Baghiani, M. (2015). The effects of ecotourism on the sustainable development of villages in desert areas: a case study of Dehbala rural complex in Shirkuh

- rural district, Yazd province. *Quarterly Journal of Geography and Environmental Planning*, 26(3), 148-131. (Persian)
- Ghanbar, S., Rezaei, S., & Mansouri Daneshvar, M. (2014). Investigation of effective factors on the development of nomadic tourism using SWOT technique: a case study of Bakhtiar tribe. *Tourism Space Quarterly*, 10(3), 120-105. (Persian)
- Hatami Nejad, H., Mansoori, B., & Fali, M. (2013). Explaining the role of urban spaces in crime prevention and security, *Geographical Information Quarterly*, 22(87), 76-68. (Persian)
- Hosseini, Sh., Shafiee, A., & Davoodkhani, M. (2013). *The role and position of government in the economy from Theory to Practice*. Tehran: Peyk Noor. (Persian)
- Ismailpour, H., & Rajabi, S. (2013). Factors affecting the underdevelopment of Zanzan tourism industry, challenges and solutions. *Tourism Space Quarterly*, 9(3), 82-69. (Persian)
- Jahanian, M. (2017). Fundamentals of tourism and spirituality derived from religion with emphasis on pilgrimage. *The 2<sup>nd</sup> International Conference on Tourism and Spirituality*. February 17, University of Science and Culture, 1-14. (Persian)
- Jalalpur, S., Payfard, K., & Fallah, M. (2015). The decline of the concept of nation-state in the era of gglobalization. *Political and International Research*, 7(23), 35-66. (Persian)
- Jyotsna, J. H., & Maurya, U. K. (2019). Experiencing the real village—a netnographic examination of perceived authenticity in rural tourism consumption. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(8), 750-762.
- Khatunabadi, S., & Rašt Ghalam, M. (2018). Identifying the causes and factors of deprivation trap in rural communities of Ilam province: a case study of rice plantation regions in Shirvan and Chardavol county. *Village and Development*, 15(2), 79-108. (Persian)
- Król, K. (2020). Digital cultural heritage of rural tourism facilities in Poland. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 11 ( 2),10-32.
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79, 177-188.
- Martínez, M. F. C., Hernández, S. M. A., Báez, L. A. Q., Bedón, M. F. Q., & Velazco, D. J. M. (2020). The Competencies of Human Talent Linked to the Development of Community Based Rural Tourism in the Province of Chimborazo Ecuador. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 11(6), 1400-1406.
- Masrouri Jannat, N., & Falahat, M. S. (2015). The role of ecotourism in sustainable ecological development, case study of ecotourism in Lavizan Forest Park. *The first specialized*

conference on architecture and urban planning in Iran, June 16, 2015, Higher Institute of Science and Technology Hakim Arfi Shiraz, 1-6. (Persian)

Ministry of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Iran. (2020) *Performance report of the ministry of heritage, culture, tourism and handicrafts in the first six months of 1399 (2020)*. Retrieved from: <https://www.mcth.ir>. (Persian)

Montes, G. C., & de Pinho Bernabé, S. (2020). The impact of violence on tourism to Rio de Janeiro. *International Journal of Social Economics*, 47(4), 425-443.

Paskova, V., Medvecký, M., Skalová, A., Chudejová, K., Bitar, I., Jakubu, V., ... & Hrabák, J. (2018). Characterization of NDM-encoding plasmids from Enterobacteriaceae recovered from Czech hospitals. *Frontiers in Microbiology*, 9, 1549.

Rezvani, M., & Bayat, N. (2014). Analysis of the position of rural tourism in the country's macro-development plans with emphasis on the five-year national development plans. *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 9(3), 11-30. (Persian)

Seetaram, N., Forsyth, P., & Dwyer, L. (2016). Measuring price elasticities of demand for outbound tourism using competitiveness indices. *Annals of Tourism Research*, 56, 65-79.

Tribe, J., & Liburd, J. J. (2016). The tourism knowledge system. *Annals of Tourism Research*, 57, 44-61.

Tseng, M. L., Chang, C. H., Wu, K. J., Lin, C. W. R., Kalnaovkul, B., & Tan, R. R. (2019). Sustainable agritourism in Thailand: Modeling business performance and environmental sustainability under uncertainty. *Sustainability*, 11(15), 4087.

Wondirad, A., Tolkach, D., & King, B. (2020). Stakeholder collaboration as a major factor for sustainable ecotourism development in developing countries. *Tourism Management*, 78, 104024.

World Economic Forum. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point*. weforum.org. <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019>.

World Tourism Organization. (2018). *UNWTO Tourism Highlights*, 2018 Edition, UNWTO, Madrid. [DOI: 10.18111/9789284419876]

Yachin, J. M., & Ioannides, D. (2020). "Making do" in rural tourism: the resourcing behaviour of tourism micro-firms. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(7), 1003-1021.

Ye, S., Wei, W., Wen, J., Ying, T., & Tan, X. (2021). Creating memorable experience in rural tourism: a comparison between domestic and outbound tourists. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1527-1542.

- Zargham Boroujeni, H., & Shalbfafian, A. (2013). *Tourism policies of countries (comparative study)*. Tehran: Mahkameh. (Persian)
- Ziaei, M., Zandi, E., Abbaspour, N., & Abdi, M. (2014). Sustainable tourism development from the perspective of the two schools of idealism and pragmatism. *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 8(3), 11-30. (Persian)
- Zuelow, E. (2015). *A history of modern tourism*. Macmillan International Higher Education.