

Identifying and Prioritizing the Factors Affecting the Enhancement of Accommodation Experiences from the Perspective of Eco-Lodge Managers and Its Role in Destination Marketing (Case Study: East Azerbaijan Province, Iran)

Sareh Pournajaf¹, Rahim Heidary Chianeh^{2*}, Hadi Hakimi³

1.Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

2.Associate Professor, Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

3.Associate Professor, Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

ARTICLE INFO

Research Paper

Article history:

Received: 11 May 2026

Accepted: 23 August 2026

Published online:

24 August 2026

Keywords:

Ecotourism,
accommodation
experiences,
marketing,
East Azerbaijan.



<https://www.srds.ir/?adsc=4192>

Abstract

Background and Objective: East Azerbaijan is one of Iran's prominent and important provinces in terms of historical, cultural, and natural attractions. With over four thousand historical, cultural, and archaeological sites, monuments, and areas under its possession, this province plays a significant role in introducing the ancient heritage of this land. This research has been conducted with the aim of investigating the factors influencing the enhancement of accommodation experiences from the perspective of managers of eco-lodges in East Azerbaijan Province.

Methodology: The present study is applied in terms of purpose and quantitative in terms of method. To collect the required data and information, a library method and a questionnaire were used. The participating population consisted of the managers of eco-lodges in East Azerbaijan Province. The sample size was determined using Cochran's formula (5% error and 95% confidence), and the data were collected through a researcher-made questionnaire (for managers) via field and online methods. The managers' questionnaire focused on operational management, environmental sustainability, digital marketing, and challenges. Data analysis was performed using SPSS and Excel software, and the required maps were prepared with ArcGIS.

Results and Findings: The development of eco-lodges in the province has been largely based on individual and local investments and faces significant constraints in terms of executive and financial capacity. Furthermore, the results indicated that the updating of facilities and equipment is at a relatively acceptable level, but staff training and the existence of a guest feedback system have not yet been fully and integrally institutionalized. Therefore, although some quality requirements are met in these lodgings, enhancing tourists' accommodation experience requires the continuous strengthening of human skills and the improvement of management systems.

Citation: Pournajaf, S., Heidary Chianeh, R. and Hakimi, H. (2026). Identifying and Prioritizing the Factors Affecting the Enhancement of Accommodation Experiences from the Perspective of Eco-Lodge Managers and Its Role in Destination Marketing (Case Study: East Azerbaijan Province, Iran). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(3), 531-552.

URL: https://www.srds.ir/article_251553.html?lang=en



© The Author(s). Publisher: Private.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

East Azerbaijan is one of Iran's most prominent and significant provinces in terms of historical, cultural, and natural attractions. With over four thousand historical, cultural, and archaeological sites, monuments, and areas under its belt, this province plays a remarkable role in introducing the ancient heritage of this land. Of these, approximately 2,075 sites have been inscribed on Iran's National Heritage List, reflecting the region's rich cultural depth and historical background. Thanks to these valuable capacities, East Azerbaijan has consistently been recognized as one of Iran's top five tourist-friendly provinces. In addition to its historical assets, East Azerbaijan enjoys exceptional advantages in terms of geographical location and environmental diversity. Its varied topography, unique geological structure, and susceptibility to morphotectonic and morphodynamic processes have provided an ideal foundation for the development of geotourism attractions. These features can position the province as a prominent geopark at both the national and international levels, not only attracting scientific and recreational tourists but also securing a distinguished place for it on the global tourism map. In the realm of ecotourism, East Azerbaijan has also demonstrated considerable achievements. The province ranks among the top five in Iran in terms of the number of ecotourism units. Currently, 276 ecotourism accommodations are operating across various parts of the province, all of which are serving travelers and tourists at full (100%) capacity.

Methodology

The present study is applied in terms of purpose, as its findings can be objectively utilized to enhance the efficiency of eco-lodges. This research follows a quantitative approach, and its primary context involves the examination of several prominent examples of successful eco-lodges in East Azerbaijan Province. In this regard, the study aims to identify and analyze the marketing strategies implemented in these establishments. The required data were collected using two methods: library research and fieldwork. In the library phase, the theoretical literature and previous research records were reviewed, while in the fieldwork phase, a researcher-developed questionnaire, tailored to the statistical population (eco-lodge managers), was employed as the main measurement instrument. To conduct the present study, a suite of software programs was utilized at various stages of the research. The application of each software is detailed below:

- 1.ArcGIS software: used for preparing the maps required for the study.
- 2.SPSS software: used for basic analyses.
- 3.Excel software: used for generating the charts needed for the research.

Results and Discussion

To operationalize the investigation of factors influencing the enhancement of accommodation experiences and their role in the marketing of eco-lodges in East Azerbaijan Province, a 20-item questionnaire was employed. This questionnaire was developed with the aim of measuring various dimensions of eco-lodge performance. It comprises five main components: organizational information (4 items), operational management and service quality (3 items), environmental sustainability (4

items), interaction with the local community (2 items), digital marketing (4 items), as well as a section related to challenges and suggestions (3 items). Descriptive statistics for each of these components will be presented in subsequent sections to provide a comprehensive picture of the current situation. The questionnaire was designed based on a Likert scale, whereby respondents recorded their level of agreement or evaluation across five levels: "very low (1), low (2), moderate (3), high (4), very high (5)." In this analysis, the value of 3 is considered as the mean and reference point, and data examination is conducted with respect to this criterion.

Based on the results obtained from the questionnaire, the ownership structure of the surveyed accommodations indicates that the vast majority of eco-lodge units are privately owned. Findings related to the second question in the organizational information section reveal that the operating duration of the surveyed accommodations exhibits considerable variation. The largest share belongs to establishments with more than 6 years of operational history. Out of 142 accommodations, 80 units, equivalent to 56.3 percent, fall into this category.

Conclusion

The present study was conducted with the aim of investigating the factors influencing the enhancement of accommodation experiences and their role in the marketing of ecotourism lodges in East Azerbaijan Province. The findings indicate that the current status of these lodges—in terms of organizational structure, service quality, environmental sustainability, interaction with the local community, and digital marketing—exhibits both strengths and weaknesses simultaneously.

With regard to organizational characteristics, the majority of the ecotourism lodges examined are privately owned, and a significant proportion of them have been in operation for more than six years. However, these lodges are predominantly small-scale, with the number of rooms and staff in most cases being limited. This suggests that the development of ecotourism accommodations in the province has largely been driven by individual and local investments, and they face considerable constraints in terms of operational and financial capacity.

In the domain of service quality and management, the findings revealed that the updating of facilities and equipment is at a relatively satisfactory level. However, staff training and the existence of a guest feedback system have not yet been fully and systematically institutionalized. Thus, although some quality requirements are being met in these lodges, enhancing the guest accommodation experience requires continuous improvement in human skills and the strengthening of management systems.

Regarding environmental sustainability, the results showed that this area represents one of the weakest dimensions of the lodges' performance. The use of clean energy is extremely limited, and environmental education programs for guests are largely absent. Moreover, while some signs of attention to waste management and the use of local materials can be observed, these measures have not yet reached a level that could be considered a sustainable competitive advantage. These findings indicate that, in practice, ecotourism has not yet been fully aligned with the principles of sustainable development.

Declarations

Funding: There is no funding support.

Authors' Contribution: The authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest: The authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments: We are grateful to all the scientific consultants of this paper.

References

1. Abasi Soraki, F., Shaikhi, A.R and Nori Zaman Abadi, H. A. (2022). Identification and Analysis of Barriers to Transition from Traditional to Intelligent Structures in Rural Tourism Destinations, Case Study: Ben Roud Section, Isfahan township. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 3(1), 44-67. [In Persian] https://www.srds.ir/article_152287.html?lang=en
2. Abedini, M., Ranjbar, S. and Bahrami, S. (2025). Investigating and prioritizing tourist attractions using the F-TOPSIS model Case study: Bostan Abad city In East Azerbaijan Province. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(3), 139-153. [In Persian] https://www.srds.ir/article_216865.html?lang=en
3. Agius, K., Theuma, N & Deidun, A. (2021). So close yet so far: Island connectivity and ecotourism development in central Mediterranean islands. *Case Studies on Transport Policy*, 9 (1), 149-160. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2020.11.006>
4. Anup, C. Kedar, R. Ramesh, S (2015) Role of ecotourism in environmental conservation and socioeconomic development in Annapurna conservation area, *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, Vol 22, Issue 3, pp. 251-258. <https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1005721>
5. Bahari, J. and Alizadeh, M. (2026). The Effect of Organizational Citizenship Behavior on Employee Performance in the Hotel Industry (Case Study: Abbasi Hotel, Isfahan City). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(2), 129-148. [In Persian] https://www.srds.ir/article_235284.html?lang=en
6. Blamey, K. (2001). Principles of ecotourism. In D. B. Weaver (ED) *The encyclopedia of ecotourism*. New York: Cabia publishing, 5-22.
7. Choi, S.Hwan; (2003), Measurement of Sustainable Development progress for Managing Community Tourism, Dissertation for PHD. Texas A&M University. U.S.A.
8. doosti-irani, M., & Basouli, M. (2021). Demand of an eco-lodge based on understanding its benefits for the destination and the tourist's mental norms: an emphasis on the need for spiritual marketing (Case study: Eco-Lodges of Yazd City). *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(38), 125-144. [In Persian] [doi: 10.22080/jtpd.2021.21116.3504](https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.21116.3504)
9. Ebrahimzadeh Asmin, H, Ghanbari, A. H., and Ghanbari, S. (2026). Assessing the consequences of rural ecotourism with emphasis on economic relations within regional (Case Study: Regional Tourism favorites Sardueh, Jiroft township). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(1), 193-208. [In Persian] https://www.srds.ir/article_226571.html?lang=en
10. Esfandyari, F., Zolghadr Khazineh Jadid, S. and Nezafat Taklue, B. (2024). Investigating and identifying geotourism and geomorphological capacities effective in attracting tourism (Case study: Malekan city). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 5(4), 28-41. [In Persian] https://www.srds.ir/article_211787.html?lang=en
11. Feizinezhad, A., Nazmfar, H. and Ghaffari Gilandeh, A. (2026). Spatial analysis of building breach in Sarein Tourism City. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies*

(JSURDS), 7(2), 15-37. [In Persian]https://www.srds.ir/article_226219.html?lang=en

12.Honey, M. (2008) Ecotourism and Sustainable Development: The WHO Owns Paradise? 2nd Edition, Island Press, 32-33. https://www.srds.ir/article_237819.html?lang=en

13.Jaaffer, M., Abdul-Aziz, A.R., Maideen, S.A. & Mohd, S.Z. (2011). Entrepreneurship in the Tourism Industry: Issues in Developing Countries, International Journal of Hospitality Management, Vol. 30, No. 4, pp. 827-835. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.01.003>

14.James, G., Hosier, A., & Woo, G., (2002). Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages [Z], Research Report Submitted to Global Economic Development Practice (GEDP), San Francisco, California, 1-59.

15.Karami Dehkordi, M. and Layani, G. (2024). Prioritization of areas prone to rural ecotourism in Chaharmahal and Bakhtiari province. Journal of Geography and Planning, 28(87), 229-210. [In Persian] [doi: 10.22034/gp.2023.53484.3047](https://doi.org/10.22034/gp.2023.53484.3047)

16.Karimi Hatami,J , Ramesht,M H and Nojavan Besnighan,M R . (2026). The role of creative tourism in enhancing urban sustainability indicators (Case study: Ahvaz city). Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 7(1), 224-249. [In Persian]https://www.srds.ir/article_230405.html?lang=en

17.Khajavim,M and Ghazlesaflo,H . (2025). Identifying income-generating factors for the development of horse tourism in Khuzestan Province. Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS), 6(3), 393-413. [In Persian]https://www.srds.ir/article_241365.html?lang=en

18.khorshid,S , Jahani,M and Barzgar,M . (2026). Analyzing and investigating the factors affecting how to attract more tourists

in the townships of Khorasan Razavi Province using a multi-criteria decision-making approach. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(3), 387-406. [In Persian]

19.Mafi, M., Pratt, S. & Trupp, A. (2019). Determining ecotourism satisfaction attributes – a case study of an ecolodge in Fiji, *Journal of Ecotourism*, Vol. 19, No. 4, pp. 1-23. DOI:10.1080/14724049.2019.1698585

20.Nasiri,P , Eyvaz Zadeh,H , Ali Pourbalabiglou,G and Eyvaz Zadeh,M . (2026). The Impact of Sport on Social Relationships and Tourism in Urban Recreational Spaces. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(4), 135-147. [In Persian]https://www.srds.ir/article_221973.html?lang=en

21.Pavolová, H; Kysel'ová, K; Bakalár, T. (2024). Brownfields as a tool for support of Destination Tourism development. *Acta Geoturistica*, 3, 26_30.

22.Tayebnia, S H., Paidar, A., and Pourjupari, M. (2025). An analysis of the impact of ecotourism accommodation capabilities on tourist attraction and ecotourism development (Case study: villages in Kerman County). *Tourism management studies of the smart era*, 2(1), 157-175. [In Persian] [doi: 10.22072/tmsse.2025.2047283.1022](https://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2047283.1022)

23.Thampi, santosh, (2005). Ecotourism in Keral India: Lesson from Eco Development Project in Periyar Tiger Reserve, No 13.

24.Vazin, N, Yazdanpanah, H and Saeedi, M. (2023). Analysis of the Factors Affecting the Success of Ecolodge Business (Case study: Southeastern counties of Isfahan Province). *Geography*, 20(75), 107-127. [In Persian] <https://dor.isc.ac/dor/http://dor.net/dor/20.1001.1.27833739.1401.20.75.6.8>

25.Yang, Y. & Fik, T. (2014). Spatial effects in regional tourism growth, *Annals of Tourism Research*, Vol. 46, No. 7, pp. 144–162. DOI:10.1016/j.annals.2014.03.007



فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای



نوع مقاله: پژوهشی

فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای

https://www.srds.ir/article_251553.html?lang=fa

دوره هفتم، شماره سوم، پیاپی (۲۵)، پاییز ۱۴۰۵

صص ۵۵۲-۵۳۱

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقای تجارب اقامتی از دیدگاه مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی و نقش آن در بازاریابی مقصد (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی)

ساره پورنجف: کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

رحیم حیدری چیانه: * دانشیار، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

هادی حکیمی: دانشیار، برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۰۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۲۱

چکیده

زمینه و هدف: آذربایجان شرقی از جمله استان‌های برجسته و مهم ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی به شمار می‌رود. این استان با در اختیار داشتن بیش از چهار هزار اثر، ابنیه و محوطه تاریخی، فرهنگی و باستانی، نقش چشمگیری در شناساندن میراث کهن این مرزوبوم دارد. این پژوهش با هدف بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای تجارب اقامتی از دیدگاه مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان آذربایجان شرقی انجام شده است.

روش‌شناسی: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و به روش، کمی است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز از روش کتابخانه‌ای و پرسشنامه استفاده شده است. جامعه مشارکت‌کننده را مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان آذربایجان شرقی تشکیل داده‌اند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران (خطای ۵٪ و اطمینان ۹۵٪) تعیین شده و داده‌ها از طریق پرسشنامه محقق‌ساخته (برای مدیران) به صورت میدانی و آنلاین گردآوری شده است. پرسشنامه مدیران بر مدیریت عملیاتی، پایداری محیطی، بازاریابی دیجیتال و چالش‌ها متمرکز بوده است. تحلیل داده‌ها با نرم‌افزارهای SPSS و Excel انجام شده و نقشه‌های موردنیاز با ArcGIS تهیه شده است.

یافته‌ها و نتایج: توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان بیشتر بر پایه سرمایه‌گذاری‌های فردی و محلی شکل گرفته و از نظر ظرفیت اجرایی و مالی با محدودیت‌های قابل توجهی مواجه است. همچنین نتایج نشان داد که به‌روزرسانی امکانات و تجهیزات در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد، اما آموزش کارکنان و وجود نظام بازخورد از مهمانان هنوز به صورت کامل و یکپارچه نهادینه نشده است. بنابراین، اگرچه بخشی از الزامات کیفیت در این اقامتگاه‌ها رعایت می‌شود، اما ارتقای تجربه اقامتی گردشگران نیازمند تقویت مستمر مهارت‌های انسانی و بهبود نظام‌های مدیریتی است.

واژگان کلیدی: بوم‌گردی، تجارب اقامتی، بازاریابی، آذربایجان شرقی.

* مسئول مکاتبات: rheydari@tabrizu.ac.ir

ارجاع به این مقاله: پورنجف، ساره، حیدری چیانه، رحیم و حکیمی، هادی. (۱۴۰۵). شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر ارتقای تجارب اقامتی از دیدگاه مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی و نقش آن در بازاریابی مقصد (مطالعه موردی: استان آذربایجان شرقی). فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای، ۷(۳)، ۵۳۱-۵۵۲.

مقدمه و بیان مسأله

صنعت گردشگری نه تنها یکی از ارکان کلیدی، بلکه از موتورهای اصلی رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها به شمار می‌رود (Jaafer et al., 2011: 827). امروزه، کشورهای گوناگون، به‌ویژه ملل در حال توسعه، به نقش این صنعت به‌عنوان موتور محرکه توسعه اقتصادی پی برده‌اند (Yang and Filk, 2014: 144). بنا به گزارش سازمان جهانی سفر و گردشگری، این صنعت نزدیک به ۱۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی (به‌طور مستقیم و غیرمستقیم) را به خود اختصاص داده و نسبت به سایر بخش‌ها، با ۶/۴ درصد بیشترین تأثیر را بر تولید ناخالص جهان دارد. چنانکه از هر ده شاغل در جهان، یک نفر در این صنعت مشغول به کار است و پیش‌بینی می‌شود شمار گردشگران بین‌المللی تا سال ۲۰۳۰ به یک میلیارد و هشتصد میلیون نفر برسد (شورای جهانی سفر و گردشگری، ۲۰۱۸). مرور پیشینه نظری و گونه‌های مختلف گردشگری نشان می‌دهد که چهار رویکرد متمایز نسبت به برنامه‌ریزی گردشگری وجود داشته است (۱- رشدگرا ۲- ساماندهی فضایی ۳- اجتماعی ۴- پایدار). پیش از سال ۱۹۸۰، محیط‌زیست و اثرات ناخواسته گردشگری در مقصدها، نه برای متقاضیان سفر و نه برای سازمان‌های بین‌المللی مرتبط اهمیتی نداشت. اما از آن سال به بعد، در همایش‌ها و کنفرانس‌های تخصصی، بشر تدریجاً به ارزش و جایگاه محیط‌زیست پی برد و رویکردی پایدار برای گردشگری و کاهش آثار منفی آن در پیش گرفت (Choi, 2003).

بوم‌گردی مفهومی تازه در حوزه گردشگری است که نخستین بار از ایده سازگاری دوباره با طبیعت اصیل الهام گرفت. به باور فعالان این حوزه، بوم‌گردی به معنای سفر مسئولانه به نواحی طبیعی بوده که هم به حفاظت از محیط‌زیست و هم به ارتقای رفاه جامعه محلی کمک می‌کند (Thampi, 2005: 2). بوم‌گردی، سفری با رویکرد مسئولانه به طبیعت است که در آن، حفاظت از محیط‌زیست و بهبود وضعیت زندگی ساکنان محلی در اولویت قرار دارد. اهداف اصلی بوم‌گردی شامل آموزش گردشگران و فراهم کردن منابع مالی برای حفاظت از مناطق زیست‌محیطی است. این نوع سفر، با تقویت توسعه اقتصادی و اجتماعی، غنی‌سازی فرهنگ بومی و ایجاد تنوع اقتصادی در جوامع محلی، نقش بسزایی ایفا می‌کند (Honey, 2008: 33).

با وجود رشد قابل توجه و چشمگیر اقامتگاه‌های بوم‌گردی در سراسر ایران که تعداد آن‌ها از تنها ۳۲۰ واحد در سال ۱۳۹۶ به بیش از ۴۰۰۰ واحد در سال ۱۴۰۳ افزایش یافته است، در حال حاضر وضعیت استان آذربایجان شرقی از جنبه‌های مختلفی قابل تأمل و بررسی است. در این استان، هم‌اکنون ۲۷۶ واحد بوم‌گردی در نقاط مختلف آن به مسافران و گردشگران خدمات ارائه می‌دهند که تمامی این واحدها با ظرفیت کامل و به عبارت دیگر صد درصدی مشغول به فعالیت هستند. با این همه، نتایج به‌دست‌آمده از نظرسنجی‌های داخلی حاکی از آن است که تنها ۳۵ درصد از گردشگرانی که تجربه اقامت در این واحدها را داشته‌اند، این تجربه را ماندگار و خاطره‌انگیز ارزیابی کرده‌اند. در مقابل، ۴۵ درصد از گردشگران نارضایتی خود را از کیفیت خدمات ارائه‌شده اعلام نموده‌اند، این در حالی است که باقیمانده نظرات نیز عمدتاً متوسط یا بی‌نظر بوده‌اند. این آمار که در گزارش اداره کل گردشگری آذربایجان شرقی در سال ۱۴۰۲ منتشر شده، نشان‌دهنده شکاف عمیق و معناداری میان انتظارات پیشین گردشگران و تجربیات واقعی آن‌ها در حین سفر است. این شکاف به نوبه خود، پیامدهایی همچون کاهش نرخ بازگشت گردشگران به منطقه و نیز گسترش تبلیغات شفاهی منفی در میان مخاطبان را به دنبال داشته است. از سوی دیگر، مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که گردشگران بین‌المللی تمایل زیادی دارند تا در اقامتگاه‌هایی ساکن شوند که بتواند تجربه‌هایی اصیل، بومی، و در عین حال پایدار از لحاظ محیطی و فرهنگی را برای آن‌ها فراهم آورد. اما نکته تأسّف‌بار اینجاست که بر اساس گزارش وزارت گردشگری در سال ۱۴۰۳، تنها ۱۵ درصد از کل اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران از ابزارهای دیجیتال و مدرن نظیر شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی و جذب مخاطب و برقراری ارتباط با مشتریان بالقوه استفاده می‌کنند. این ضعف در بازاریابی دیجیتال، مزید بر علت شده تا پتانسیل بالای موجود در صنعت بوم‌گردی ایران، به ویژه در استان‌های مستعدی مانند آذربایجان شرقی، نتواند به شکلی اثربخش به مزیت رقابتی و توسعه پایدار در این حوزه تبدیل شود. مطالعات پیشین عمدتاً بر جنبه‌های تک بعدی (اقتصادی یا محیطی) تمرکز داشته‌اند و نقش همزمان

تجارب اقامتی و راهبردهای بازاریابی در پایداری مقصد را نادیده گرفته اند. این پژوهش ضمن پوشش کمبودهای دانشی و اجرایی در عرصه بوم‌گردی، همزمان به ارتقای سطح رضایت گردشگران و قدرت رقابت مقصد یاری رسانده و مرجعی کارآمد برای سیاستگذاران، مدیران و پژوهشگران آتی به شمار می‌آید.

مبانی نظری پژوهش

بوم‌گردی

بر اساس تعریف انجمن بین‌المللی اکوتوریسم (۲۰۱۵)، بوم‌گردی سفری مسئولانه به مقاصد طبیعی است که در آن گردشگر ضمن لذت بردن از طبیعت و درک ارزش‌های آن، به حفاظت از زیست‌بوم‌ها کمک می‌کند، به پایداری کیفیت زندگی مردم منطقه می‌انجامد، شامل مؤلفه آموزش است و در آن بازدیدکننده در فعالیتهای اقتصادی سودآور جوامع محلی مشارکت دارد. در بوم‌گردی، آموزش نقشی محوری دارد و هم مسافران و هم مردم محلی را در بر می‌گیرد (Anup et al., 2015: 253). در واقع، فعالیتهایی به عنوان بوم‌گردی شناخته می‌شوند که سه معیار اصلی زیر را دارا باشند:

۱. جاذبه‌های آن‌ها عمدتاً مبتنی بر طبیعت باشند.
 ۲. این جاذبه‌ها جنبه آموزشی و یادگیری برای بازدیدکنندگان داشته باشند.
 ۳. مدیریت گردشگری بر پایه رعایت اصول زیست‌محیطی، اجتماعی-فرهنگی و پایداری اقتصادی عمل کند (Blamey, 2001: 5).
- امروزه بوم‌گردی به عنوان رهیافتی نوین برای توسعه همزیستی انسان و جامعه با محیط طبیعی، با هدف بهره‌وری پایدار اقتصادی، جایگاه برجسته‌ای در توسعه مناطق یافته است. این رویکرد با رهیافت اقتصاد بوم‌شناختی پیوند خورده است (Agius et al., 2021: 160).

اقامتگاه‌های بوم‌گردی

در سال ۱۹۹۴ میلادی، در اولین گردهمایی بین‌المللی انجمن‌های تخصصی بوم‌شناسی، نوع جدیدی از اقامتگاه‌ها با عنوان اقامتگاه بوم‌گردی یا اکوتوریست به طور رسمی در صنعت گردشگری معرفی شد. اقامتگاه بوم‌گردی، نوعی واحد اقامتی متمایز در بازار گردشگری محسوب می‌شود که تلاش دارد اهداف و معیارهای اکوتوریسم را محقق سازد (Mafi et al., 2019: 305). بر اساس اولین تعریف رسمی در سال ۲۰۰۲ میلادی، اقامتگاه بومی یا اکولوژ، تأسیساتی گردشگری است که با رعایت معیارهای زیر، بر اکوتوریسم تأکید دارد:

- (۱) حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ: اقامتگاه باید حافظ محیط طبیعی و فرهنگی اطراف خود باشد.
- (۲) در زمان ساخت، کمترین آسیب به محیط طبیعی اطراف وارد شود.
- (۳) از معماری و مصالح محلی استفاده شود و بافت فرهنگی و فیزیکی اقامتگاه با منظره و رنگ محیط هماهنگ باشد.
- (۴) از سیستم‌های آبرسانی پایدار استفاده شده و مصرف آب کاهش یابد.
- (۵) روش‌هایی برای بازیافت زباله‌های خشک و دفع بهداشتی سایر زباله‌ها به کار گرفته شود.
- (۶) بهره‌گیری از انرژی‌های پایدار (سنتی و مدرن) در دستور کار باشد.
- (۷) در فعالیتهای اقامتگاه، از نیروی کار و ظرفیتهای جامعه محلی استفاده شود.
- (۸) کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی برای کارکنان، گردشگران و مالکان در خصوص حفاظت از محیط‌زیست و فرهنگ محلی برگزار گردد.
- (۹) مشارکت در برنامه‌های پژوهشی با هدف توسعه پایدار محلی (James et al., 2002: 20).

پیشینه پژوهش

در زمینه موضوع مورد پژوهش، مطالعات متعددی انجام شده است که در این بخش به مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود. دوستی ایرانی و باسولی^۱ (۱۴۰۰) در پژوهشی با تأکید بر محرک‌های معنوی سفر مسئولانه، به بررسی عوامل مؤثر بر تقاضای اقامتگاه‌های بوم‌گردی پرداختند. به اعتقاد ایشان، اگرچه اقامتگاه‌های بوم‌گردی می‌توانند عاملی برای ارتقای سطح زندگی جامعه محلی و افزایش پایداری مقصد گردشگری باشند، اما دانش موجود در زمینه تأثیر درک این مزایا بر تقاضا برای چنین اقامتگاه‌هایی بسیار اندک است. از این رو، پژوهش مذکور با هدف بررسی تأثیر درک مزایای اقامتگاه‌های بوم‌گردی و همچنین نقش هنجارهای توصیفی و تأکیدی ذهنی بر تقاضای این اقامتگاه‌ها انجام شد. این پژوهش از نوع کاربردی بوده و جامعه آماری آن را گردشگران شهر یزد تشکیل می‌دادند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی‌صورت گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که مزایای ادراک‌شده، تأثیر مثبت و معناداری بر تقاضای اقامتگاه‌های بوم‌گردی دارد. همچنین مشخص شد که هنجارهای توصیفی ذهنی، به‌واسطه مزایای ادراک‌شده، تأثیر غیرمستقیم بر تقاضای مذکور اعمال می‌کنند. بر اساس نتایج، به منظور افزایش تقاضای اقامتگاه‌های بوم‌گردی، افزایش آگاهی گردشگران از مزایای این اقامتگاه‌ها برای مقصد (با تمرکز بر گروه‌های مرجع) پیشنهاد شد. علاوه بر این، توصیه‌هایی در خصوص تغییر نگرش بازاریابان و تمرکز بر بازاریابی معنوی ارائه گردید.

وزین و همکاران^۲ (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای با هدف بررسی عوامل و شاخص‌های مؤثر بر موفقیت کسب‌وکار اقامتگاه‌های بوم‌گردی در شهرستان‌های جنوب‌شرقی استان اصفهان (شامل اصفهان، جرقویه، ورزنه و کوهپایه)، از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و شیوه پیمایشی استفاده کردند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته از جامعه آماری مدیران و کارکنان ارشد ۳۴ اقامتگاه بوم‌گردی منطقه (۷۵ نفر به‌صورت تمام‌شماری) گردآوری و با نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های رگرسیون، تی تک نمونه‌ای، آنووا و فریدمن تحلیل شد. یافته‌های ایشان نشان داد که سه عامل عناصر تسهیل‌گر بیرونی، نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی اقامتگاه و فعالیت‌های عملیاتی پایداری بر موفقیت کسب‌وکار اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه مورد مطالعه تأثیرگذار هستند. همچنین نتایج حاکی از آن بود که عناصر تسهیل‌گر بیرونی بیشترین تأثیر مستقیم و غیرمستقیم را داشته است. از دیدگاه پاسخگویان، سه عامل حمایت مالی (۴/۶۰)، مهارت نیروی انسانی (۴/۴۹) و شناخت وضعیت بازار گردشگری و کسب‌وکار (۴/۴۴) بیشترین اثرگذاری را بر موفقیت کسب‌وکار اقامتگاه‌های بوم‌گردی داشتند.

عباسی سورکی^۳ و همکاران (۱۴۰۱) در شهرستان اصفهان و ابراهیم‌زاده آسمین^۴ و همکاران (۱۴۰۵) در شهرستان جیرفت تحقیقاتی را در ارتباط با توسعه گردشگری انجام داده‌اند.

طیبنیا و همکاران^۵ (۱۴۰۴) در مطالعه‌ای با هدف ارزیابی توانمندی اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستاهای شهرستان کرمان در جهت جذب و توسعه گردشگر، از روش تحقیق توصیفی-پیمایشی استفاده کردند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه ادغام‌شده از ۳۵ معیار در ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیست‌محیطی، مدیریتی، کالبدی و امنیتی از ۲۷ روستای دارای اقامتگاه بوم‌گردی گردآوری و از طریق نرم‌افزار Excel و با دو روش Antropy و Mabak تجزیه و تحلیل و رتبه‌بندی شد. یافته‌های ایشان نشان داد که اقامتگاه‌های بوم‌گردی از طریق سازگاری با محیط طبیعی، جوامع محلی و اقتصاد می‌توانند پایدار بمانند و تبدیل سکونتگاه‌های قدیمی روستایی به اقامتگاه، علاوه بر حفظ بافت سنتی، در جذب گردشگر به روستاها مؤثر است. همچنین نتایج حاکی از آن بود که از میان روستاهای مورد مطالعه، ماهان با دارا بودن

1 - doosti-irani & Basouli

2 - Vazin et al

3 - Abasi Soraki

4 - Ebrahimzadeh Asmin

5 - Tayebnia et al

اقامتگاه‌های بوم‌گردی متناسب با شرایط جغرافیایی منطقه در رتبه اول قرار دارد، در حالی که کشیتوئیه علی‌رغم برخورداری از موقعیت مناسب از نظر گردشگری طبیعی، به دلیل ضعف در بعد امنیتی نتوانسته است در این زمینه موفق باشد.

چان لیان^۱ (۲۰۱۱) در مقاله با عنوان ارزیابی عوامل کلیدی رضایت و مدیریت تجربه اقامتگاه‌های بوم‌گردی پایدار از طریق تکنیک‌های انباشت پروفایل به دنبال شناسایی عوامل کلیدی رضایت میهمانان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی و ارائه راهکارهایی برای توسعه پایدار این اقامتگاه‌ها پرداخت. با استفاده از تکنیک انباشت پروفایل تجربیات ۵۳ میهمان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی در کیناباتنگانگن پایین، صباح، مالزی بررسی شد. نتایج از ۴ عامل اصلی در تجربه رضایت بخش میهمانان نقش دارند: موقعیت و چشم انداز اقامتگاه، محیط بکر و آرام، تازگی و نوآوری در تجربیات، فعالیت‌های مبتنی بر اکوتوریسم. نکته مهم، رضایت میهمانان بیشتر از آنکه تحت تأثیر خدمات سنتی اقامتگاه باشد، تحت تأثیر محیط طبیعی اطراف و احساسات ناشی از آن قرار دارد. بنابراین حفظ محیط‌زیست برای موفقیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی حیاتی است. مدیران اقامتگاه‌ها باید این عوامل را در استراتژی‌های بازاریابی و توسعه خود مدنظر قرار دهند. که این امر نیازمند درک عمیق از نیازهای میهمان و تعهد به طراحی تجربه نوآورانه و بهبودهای هدفمند است.

پاولوا^۲ (۲۰۲۴) در مقاله با عنوان "مدیریت پایدار اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای حمایت از اکوتوریسم (مطالعه موردی) "بر تمایل گردشگران به استفاده از خدمات اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر شناسایی مؤثر برای حمایت از توسعه اکوتوریسم در جمهوری اسلواکی متمرکز شده است. این مطالعه عوامل نقاط قوت و ضعف و همچنین فرصت‌ها و تهدیدها ی استفاده از اقامتگاه‌های بوم‌گردی توسط گردشگران را در حمایت از توسعه اکوتوریسم شناسایی می‌کند و رفتار گردشگران را در یک دوره طولانی بررسی می‌کند تا ارزیابی کند که چگونه ترجیحات برای اقامتگاه‌های بوم‌گردی تغییر می‌کند. محدودیت‌های زمانی به طور بالقوه بر تغییرات فصلی در رفتار و نگرش گردشگران نسبت به اقامتگاه‌های بوم‌گردی تأثیر می‌گذارد. درحالی‌که قیمت برای اکثر گردشگران در هنگام انتخاب مکان‌های اقامتی یک عامل تعیین‌کننده باقی می‌ماند.

معرفی محدوده مورد مطالعه

منطقه مورد مطالعه در این پژوهش، محدوده سیاسی-اداری استان آذربایجان شرقی را در بر می‌گیرد. این استان با مساحت ۴۵۴۹۰/۹ کیلومتر مربع در شمال‌غرب ایران قرار دارد. مرزهای سیاسی این استان با کشورهای همسایه، یعنی جمهوری آذربایجان، نخجوان و ارمنستان، توسط رود ارس مشخص می‌شود. رود قشور و دریاچه ارومیه در غرب، مرز استان را از استان آذربایجان غربی جدا می‌سازد. آذربایجان شرقی از جنوب با استان زنجان و از شرق با استان اردبیل هم‌مرز است (شکل ۱). این استان از نظر مختصات جغرافیایی بین ۳۶ درجه و ۴۵ دقیقه تا ۳۹ درجه و ۲۶ دقیقه عرض شمالی و بین ۴۵ درجه و ۵ دقیقه تا ۴۸ درجه و ۲۲ دقیقه طول شرقی قرار گرفته است. آذربایجان شرقی از جمله استان‌های برجسته و مهم ایران از نظر جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی به شمار می‌رود. این استان با در اختیار داشتن بیش از چهار هزار اثر، ابنیه و محوطه تاریخی، فرهنگی و باستانی، نقش چشمگیری در شناساندن میراث کهن این مرزوبوم دارد. از میان این تعداد، حدود دو هزار و هفتاد و پنج اثر در فهرست آثار ملی ایران به ثبت رسیده‌اند که نشان‌دهنده غنای فرهنگی و پیشینه عمیق این منطقه است. به لطف این ظرفیت‌های ارزشمند، آذربایجان شرقی همواره به عنوان یکی از پنج استان برتر گردشگر پذیر ایران شناخته می‌شود. علاوه بر داشته‌های تاریخی، استان آذربایجان شرقی از نظر موقعیت جغرافیایی و تنوع محیطی نیز شرایط ممتازی دارد. توپوگرافی متنوع، ساختار زمین‌شناسی ویژه و تأثیرپذیری از فرآیندهای مورفوتکتونیک و مورفودینامیکی، بستر مناسبی برای شکل‌گیری

^۱ - Chan lian

^۲ - Pavolova

جاذبه‌های ژئوتوریستی فراهم کرده است. این ویژگی‌ها می‌تواند این استان را به عنوان یک ژئوپارک برجسته در سطح ملی و بین‌المللی مطرح کند و افزون بر جذب گردشگران علمی و تفریحی، جایگاه ویژه‌ای در نقشه گردشگری جهان برای آن ایجاد نماید. در حوزه بوم گردی نیز آذربایجان شرقی عملکرد قابل توجهی داشته است. این استان از نظر تعداد واحدهای بوم گردی نیز در میان پنج استان نخست کشور قرار دارد. در حال حاضر، ۲۷۶ واحد بوم گردی در نقاط مختلف استان فعال هستند و همگی با ظرفیت کامل (صد درصد) به مسافران و گردشگران خدمات ارائه می‌دهند. از میان شهرستان‌های استان، کلیبر و اسکو بیشترین تعداد اقامتگاه‌های بوم گردی را به خود اختصاص داده‌اند. یکی از ضرورت‌های مهم در این بخش، استانداردسازی این اقامتگاه‌هاست. ارتقای کیفیت و رعایت شاخص‌های استاندارد می‌تواند تأثیری مستقیم و مثبت بر میزان رضایت گردشگران بگذارد و از سوی دیگر، توان رقابتی استان را در سطح ملی و بین‌المللی افزایش دهد. چنین اقدامی نه تنها سطح خدمات را بهبود می‌بخشد، بلکه جایگاه آذربایجان شرقی را به عنوان یک مقصد شاخص و پیشرو در حوزه بوم گردی تثبیت خواهد کرد.



شکل ۱: محدوده مورد مطالعه (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 1. Study Area

روش پژوهش

پژوهش حاضر به‌لحاظ هدف، کاربردی است؛ زیرا یافته‌های آن می‌تواند به‌صورت عینی در جهت بهبود کارایی اقامتگاه‌های بوم‌گردی به‌کار گرفته شود. این تحقیق از رویکرد کمی پیروی می‌کند و بستر اصلی آن، بررسی چندین نمونه شاخص از اقامتگاه‌های بوم‌گردی موفق در استان آذربایجان شرقی است. در همین راستا، پژوهش بر آن است تا استراتژی‌های بازاریابی اجراشده در این مراکز را شناسایی و واکاوی نماید. داده‌های موردنیاز با استفاده از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی جمع‌آوری شده‌اند: در مرحله کتابخانه‌ای، ادبیات نظری و سوابق پژوهشی مرور گردیده و در

مرحله میدانی، پرسشنامه‌ای محقق ساخته متناسب با جامعه آماری (مدیران اقامتگاه‌ها) به عنوان ابزار سنجش اصلی به کار رفته است.

پرسشنامه مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی: این پرسشنامه با هدف شناسایی عوامل مدیریتی مؤثر بر ایجاد تجارب اقامتی مطلوب طراحی شده و شامل پنج بخش اصلی است:

اطلاعات سازمانی: شامل موقعیت جغرافیایی اقامتگاه (شهرستان)، تعداد سال‌های فعالیت، تعداد پرسنل، ظرفیت پذیرش، میانگین نرخ اشغال سالانه، و انواع مجوزهای دریافتی از میراث فرهنگی.

مدیریت عملیاتی و کیفیت خدمات: شامل فرآیندهای پذیرش و خداحافظی، آموزش کارکنان، برنامه نظافت و نگهداری، تنوع و کیفیت غذاهای ارائه شده، نحوه رسیدگی به شکایات، و وجود استانداردهای نوشته شده برای خدمات.

پایداری محیطی: شامل اقداماتی مانند تفکیک زباله از مبدأ، استفاده از انرژی خورشیدی یا آبگرمکن‌های خورشیدی، کاشت گیاهان بومی در محوطه، کاهش مصرف پلاستیک، آموزش محیط زیست به گردشگران، و همکاری با دهیاری یا سازمان‌های محیط زیست.

بازاریابی دیجیتال: شامل استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ثبت در سایت‌های رزرو آنلاین، داشتن وبسایت اختصاصی، استفاده از تبلیغات گوگل یا پلتفرم‌های داخلی، و اندازه‌گیری بازخوردهای آنلاین.

چالش‌ها و پیشنهادات: در این بخش از مدیران خواسته می‌شود مهم‌ترین موانع توسعه اقامتگاه خود (مانند کمبود سرمایه، مشکلات مجوز، رقابت ناعادلانه، کمبود نیروی ماهر) را بیان کرده و پیشنهادات خود را برای بهبود وضعیت بوم‌گردی استان ارائه دهند.

برای انجام تحقیق حاضر از مجموعه‌ای از نرم‌افزارها در مراحل مختلف پژوهش استفاده شده است. در ادامه هر نرم‌افزار به تفکیک کاربرد توضیح داده شده است:

۱- نرم‌افزار ArcGIS: به منظور تهیه نقشه‌های مورد نیاز تحقیق.

۲- نرم‌افزار SPSS: تحلیل‌های پایه

۳- نرم‌افزار Excel: ترسیم نمودارهای مورد نیاز برای تحقیق.

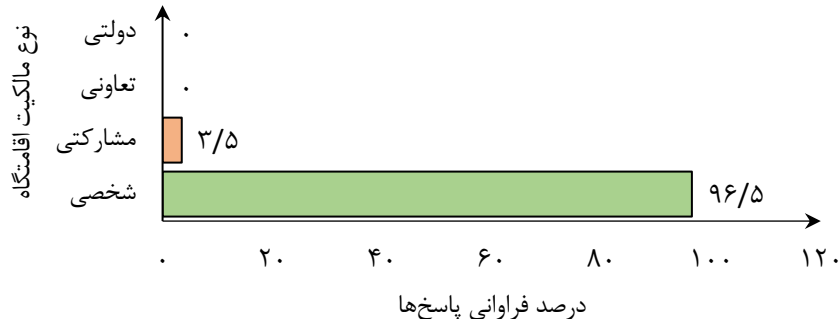
تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای عملیاتی کردن بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای تجارب اقامتی و نقش آن در بازاریابی اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان آذربایجان شرقی از یک پرسشنامه ۲۰ سؤالی بهره‌گیری شده است که با هدف سنجش ابعاد مختلف عملکرد واحدهای بوم‌گردی تدوین گردیده است. این پرسشنامه شامل پنج مؤلفه اصلی است: اطلاعات سازمانی (۴ سؤال)، مدیریت عملیاتی و کیفیت خدمات (۳ سؤال)، پایداری محیطی (۴ سؤال)، تعامل با جامعه محلی (۲ سؤال)، بازاریابی دیجیتال (۴ سؤال) و همچنین بخشی مرتبط با چالش‌ها و پیشنهادات (۳ سؤال). آمار توصیفی مربوط به هر یک از این مؤلفه‌ها در بخش‌های بعدی ارائه می‌شود تا تصویری جامع از وضعیت موجود فراهم گردد. پرسشنامه بر اساس طیف لیکرت طراحی شده و پاسخ‌گویان میزان موافقت یا ارزیابی خود را در پنج سطح «خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴)، خیلی زیاد (۵)» ثبت کرده‌اند. در این تحلیل، مقدار ۳ به عنوان میانگین و نقطه مرجع در نظر گرفته شده و بررسی داده‌ها با توجه به این معیار انجام می‌گیرد.

براساس نتایج به دست آمده از پرسشنامه، نوع مالکیت اقامتگاه‌های مورد بررسی نشان می‌دهد که بخش عمده واحدهای بوم‌گردی در اختیار مالکیت شخصی قرار دارند. از مجموع ۱۴۲ پاسخ، تعداد ۱۳۷ واحد معادل ۹۶/۵ درصد به صورت شخصی اداره می‌شوند که این امر بیانگر نقش غالب مدیریت فردی در ساختار مالکیتی بوم‌گردی‌های منطقه است. در مقابل، تنها ۵ واحد و معادل ۳/۵ درصد از اقامتگاه‌ها دارای مالکیت مشارکتی هستند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که هیچ‌یک از واحدها در قالب مالکیت تعاونی یا مالکیت دولتی فعالیت نمی‌کنند و سهم این دو گروه برابر با صفر بوده

است. این الگو حاکی از آن است که توسعه بوم‌گردی در منطقه عمدتاً بر پایه سرمایه‌گذاری‌های شخصی و فردی شکل گرفته و نقش بخش‌های دولتی و تعاونی در این حوزه بسیار محدود یا تقریباً غایب است.

نمودار نوع مالکیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی

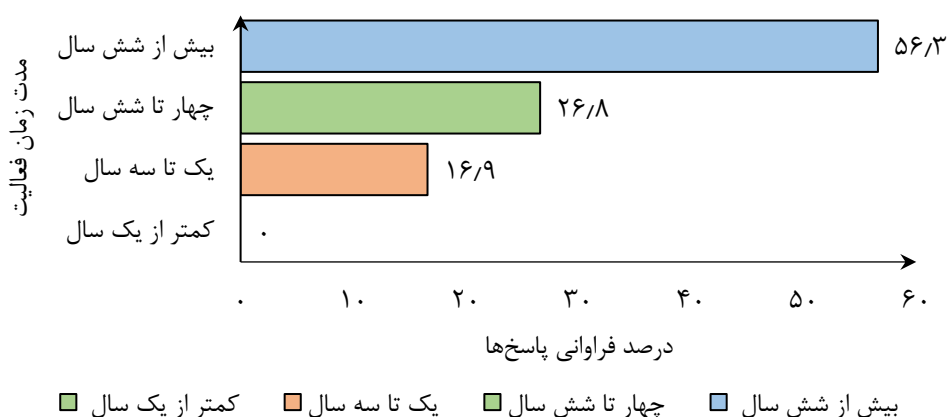


شکل ۲: نمودار نوع مالکیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 2. The type of ownership of eco-lodges

نتایج مرتبط با پرسش دوم در بخش اطلاعات سازمانی نشان می‌دهد که مدت زمان فعالیت اقامتگاه‌های مورد بررسی از تنوع قابل توجهی برخوردار است. بیشترین سهم مربوط به اقامتگاه‌هایی است که بیش از ۶ سال سابقه فعالیت دارند. از میان ۱۴۲ اقامتگاه، تعداد ۸۰ واحد معادل ۵۶/۳ درصد در این گروه قرار می‌گیرند. این امر بیانگر آن است که بیش از نیمی از اقامتگاه‌ها دارای سابقه فعالیت طولانی و تجربه مدیریتی قابل توجهی هستند؛ موضوعی که می‌تواند نقش مهمی در کیفیت خدمات و پایداری عملکرد آن‌ها داشته باشد. در ادامه، ۳۸ اقامتگاه معادل ۲۶/۸ درصد دارای سابقه فعالیت ۴ تا ۶ سال بوده‌اند که نشان‌دهنده حضور قابل توجه اقامتگاه‌هایی با سطح تجربه متوسط است. همچنین ۲۴ اقامتگاه (معادل ۱۶/۹ درصد) سابقه‌ای بین ۱ تا ۳ سال داشته‌اند و در مرحله ورود و تثبیت در بازار گردشگری قرار دارند. در مقابل، هیچ‌یک از اقامتگاه‌های مورد بررسی سابقه فعالیت کمتر از یک سال نداشته‌اند. به‌طور کلی، الگوی توزیع مدت فعالیت نشان می‌دهد که بخش عمده اقامتگاه‌ها دارای سابقه مدیریتی و عملیاتی تثبیت‌شده هستند؛ موضوعی که می‌تواند در تحلیل کیفیت خدمات، اعتماد گردشگران و پایداری فعالیت‌ها در بخش بوم‌گردی مؤثر باشد.

نمودار مدت زمان فعالیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی



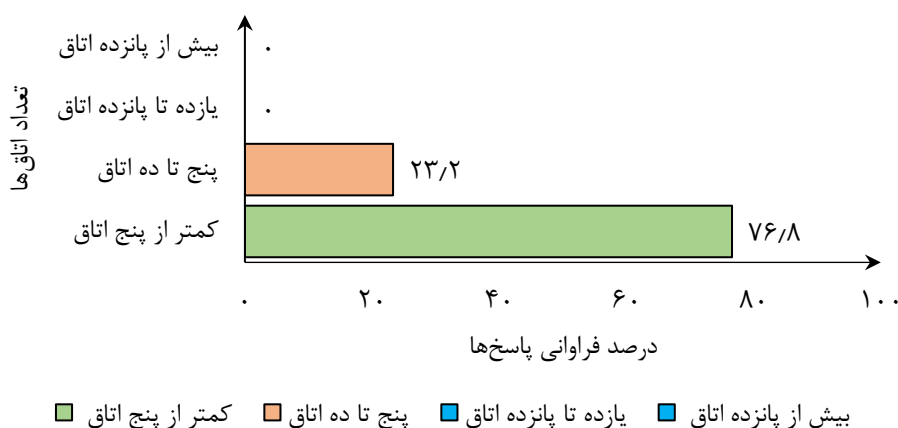
شکل ۳: نمودار مدت زمان فعالیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 3. The duration of activity of eco-lodges

بررسی نتایج مربوط به پرسش سوم در بخش اطلاعات سازمانی نشان می‌دهد که بیشتر اقامتگاه‌های مورد مطالعه دارای ظرفیت محدود در تعداد اتاق‌های قابل اجاره هستند. براساس داده‌های جدول، بیشترین سهم به اقامتگاه‌هایی اختصاص دارد که کمتر از ۵ اتاق قابل اجاره دارند. از میان ۱۴۲ اقامتگاه، تعداد ۱۰۹ واحد معادل ۷۶/۸ درصد در این گروه قرار گرفته‌اند. این امر بیانگر آن است که بخش قابل توجهی از اقامتگاه‌های منطقه دارای ساختاری کوچک‌مقیاس بوده و عمدتاً در قالب واحدهای خانوادگی یا سبک بوم‌گردی سنتی فعالیت می‌کنند. در رتبه بعد، ۳۳ اقامتگاه معادل ۲۳/۲ درصد دارای ۵ تا ۱۰ اتاق بوده‌اند که نشان‌دهنده حضور تعداد محدودی از اقامتگاه‌ها با ظرفیت متوسط است. همچنین نتایج نشان می‌دهد که هیچ‌یک از اقامتگاه‌ها در گروه ۱۱ تا ۱۵ اتاق و نیز بیش از ۱۵ اتاق قرار ندارند که این موضوع نبود اقامتگاه‌های بزرگ‌مقیاس در منطقه مورد بررسی را تأیید می‌کند.

به‌طور کلی، یافته‌ها نشان می‌دهد که الگوی ظرفیت اقامتگاه‌ها بیشتر مبتنی بر واحدهای کوچک و کم‌ظرفیت است؛ امری که می‌تواند بر نوع خدمات، شیوه مدیریت، تجربه گردشگران و همچنین الگوی اشتغال‌زایی در بخش بوم‌گردی تأثیرگذار باشد.

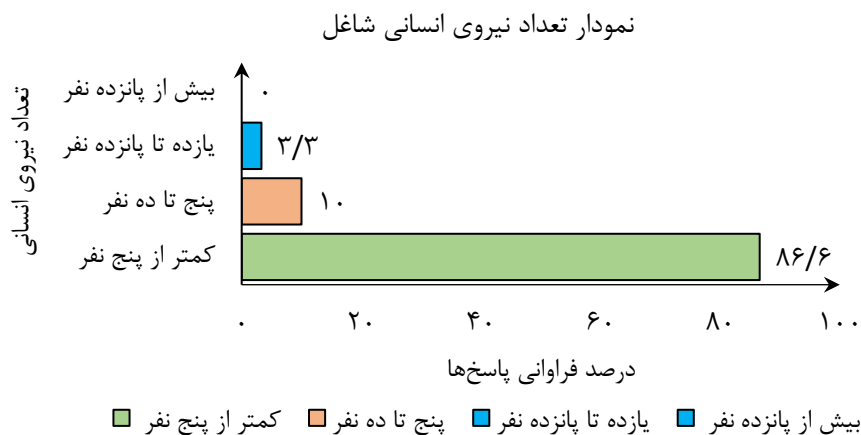
نمودار تعداد اتاق‌های قابل اجاره



شکل ۴: نمودار تعداد اتاق‌های قابل اجاره در اقامتگاه‌های بوم‌گردی (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 4. The number of rentable rooms in eco-lodges

نتایج حاصل از پرسش چهارم در بخش اطلاعات سازمانی نشان می‌دهد که بخش عمده اقامتگاه‌های مورد بررسی از نظر تعداد نیروی انسانی شاغل، مقیاس کوچک دارند. براساس داده‌های جدول، بیشترین فراوانی مربوط به اقامتگاه‌هایی است که کمتر از ۵ نفر نیروی انسانی دارند. از میان ۱۴۲ اقامتگاه مورد مطالعه، تعداد ۱۲۳ واحد (معادل ۸۶/۶ درصد) در گروه با نیروی انسانی محدود قرار گرفته‌اند. این یافته بیانگر آن است که ساختار مدیریتی و عملیاتی اکثریت قاطع اقامتگاه‌ها ساده و خانوادگی بوده و اداره آن‌ها به تعداد محدودی از کارکنان متکی است. در مرتبه بعد، ۱۴ اقامتگاه (معادل ۹/۹ درصد) دارای ۵ تا ۱۰ نفر نیروی انسانی هستند که نشان‌دهنده تعداد اندکی واحد با ظرفیت اشتغال متوسط است. همچنین، تنها ۵ اقامتگاه (معادل ۳/۵ درصد) در گروه ۱۱ تا ۱۵ نفر قرار دارند که کمترین سهم را در میان واحدهای مورد مطالعه به خود اختصاص داده‌اند. لازم به ذکر است که هیچ‌یک از اقامتگاه‌های مورد بررسی بیش از ۱۵ نفر نیروی انسانی ندارند. به‌طور کلی، الگوی تعداد نیروهای شاغل نشان می‌دهد که اقامتگاه‌های منطقه عمدتاً در طبقه واحدهای کوچک‌مقیاس و کم‌نیرو قرار دارند. این موضوع می‌تواند بر نحوه ارائه خدمات، سبک مدیریت، میزان هزینه‌های عملیاتی و حتی کیفیت تعامل با گردشگران تأثیرگذار باشد و باید در تحلیل ساختار سازمانی اقامتگاه‌ها مورد توجه قرار گیرد.

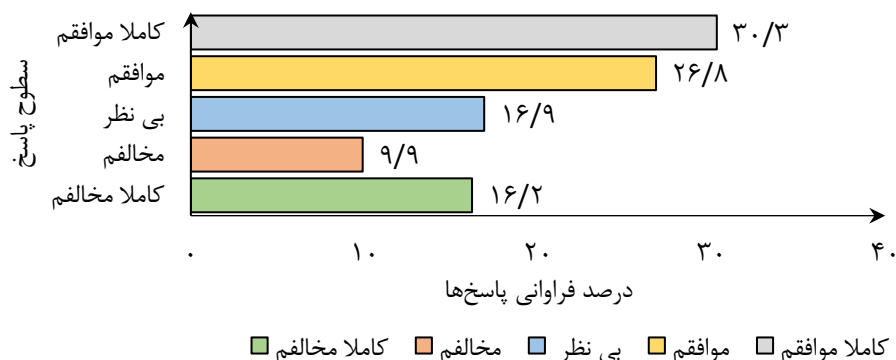


شکل ۵: نمودار تعداد نیروی انسانی شاغل در اقامتگاه‌های بوم‌گردی (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 5. Number of personnel employed in eco-lodges

بررسی نتایج مربوط به پرسش پنجم در بخش مدیریت مالی و کیفیت خدمات نشان می‌دهد که دیدگاه پاسخ‌دهندگان نسبت به آموزش منظم کارکنان در زمینه میهمان‌نوازی و خدمات گردشگری، در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد. نتایج نشان می‌دهد بیشترین فراوانی مربوط به گزینه «کاملاً موافقم» با ۴۳ پاسخ (۳۰/۳) است که بیانگر نگرش مثبت بخش قابل توجهی از مدیران نسبت به برگزاری آموزش‌های منظم کارکنان می‌باشد. گزینه «موافقم» با ۳۸ پاسخ (۲۶/۸) در رتبه دوم قرار دارد؛ به‌گونه‌ای که مجموع دو گروه موافق، بیش از نیمی از پاسخ‌دهندگان (۵۷/۱ درصد) را شامل می‌شود. در مقابل، ۲۳ نفر (۱۶/۲ درصد) گزینه «مخالفاً موافقم» و ۱۴ نفر (۹/۹ درصد) گزینه «مخالفاً» را انتخاب کرده‌اند. همچنین ۲۴ نفر (۱۶/۹ درصد) دیدگاهی خنثی نسبت به این گزاره داشته‌اند. این توزیع نشان می‌دهد اگرچه بخش قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان آموزش کارکنان را مثبت ارزیابی کرده‌اند، همچنان گروهی از مدیران از وضعیت موجود رضایت کامل نداشته و ضرورت بهبود و تقویت برنامه‌های آموزشی را احساس می‌کنند.

آموزش منظم کارکنان در حوزه میهمان‌نوازی و خدمات گردشگری

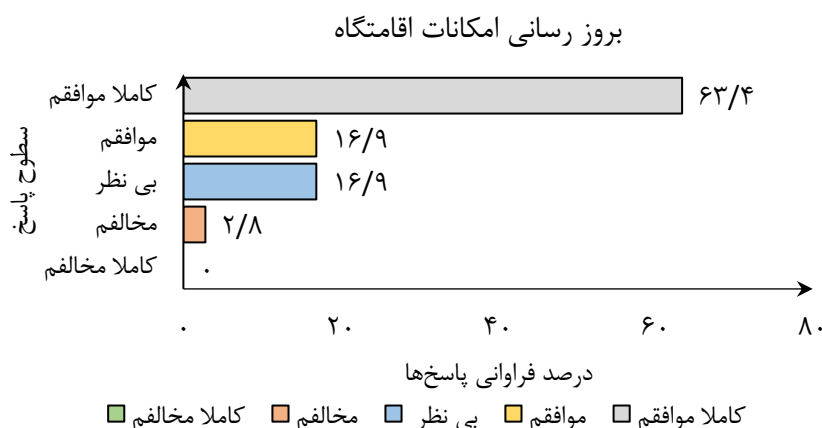


شکل ۶: نمودار آموزش منظم کارکنان در حوزه میهمان‌نوازی و خدمات گردشگری (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 6. Systematic Training of Staff in Hospitality and Tourism Services

نتایج نشان می‌دهد که بیشترین فراوانی پاسخ‌ها مربوط به گزینه «کاملاً موافقم» با ۹۰ نفر (۶۳/۴ درصد) است. پس از آن، گزینه «موافقم» و گزینه «نه موافقم نه مخالفم» هر کدام با ۲۴ نفر (۱۶/۹ درصد) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. همچنین تنها ۴ نفر (۲/۸ درصد) گزینه «مخالفاً» را انتخاب کرده‌اند و برای گزینه «کاملاً مخالفم» پاسخی ثبت نشده

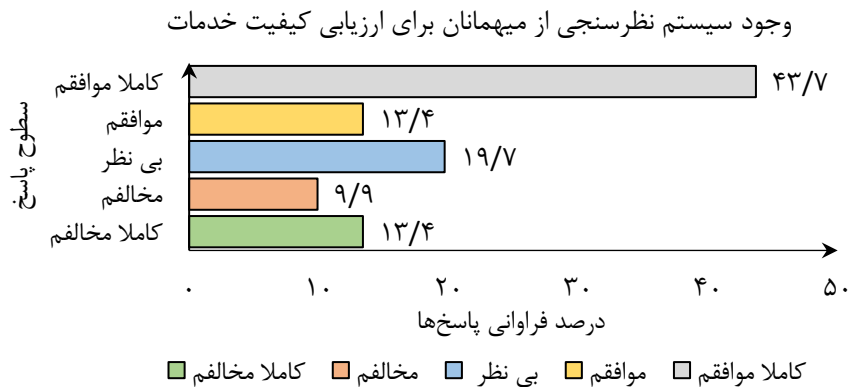
است. این توزیع بیانگر آن است که اکثریت قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان نگرش مثبتی نسبت به این مؤلفه داشته و سطح مخالفت با آن بسیار اندک است. میانگین پاسخ‌ها برابر با ۴/۲۳، میانه ۵، مد ۵، انحراف معیار ۱/۲۵ و واریانس ۱/۵۶ است. با توجه به اینکه مقدار میانگین بالاتر از عدد مبنا یعنی ۳ است، می‌توان نتیجه گرفت که پاسخ‌دهندگان در مجموع دیدگاه مثبت و موافقانه‌ای نسبت به به‌روزرسانی دوره‌ای امکانات اقامتی دارند. به طور کلی، یافته‌های این سؤال نشان می‌دهد که از نظر مدیران اقامتگاه‌ها، توجه به نوسازی و به‌روزرسانی امکاناتی مانند اتاق، سرویس بهداشتی و اینترنت در سطح مطلوبی قرار دارد؛ هرچند همچنان برای ارتقای بیشتر کیفیت خدمات، استمرار این روند ضروری است.



شکل ۷: نمودار بروز رسانی امکانات اقامتگاه (اتاق، سرویس بهداشتی، اینترنت) (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

(Figure 7. Update of accommodation facilities (room, bathroom, internet))

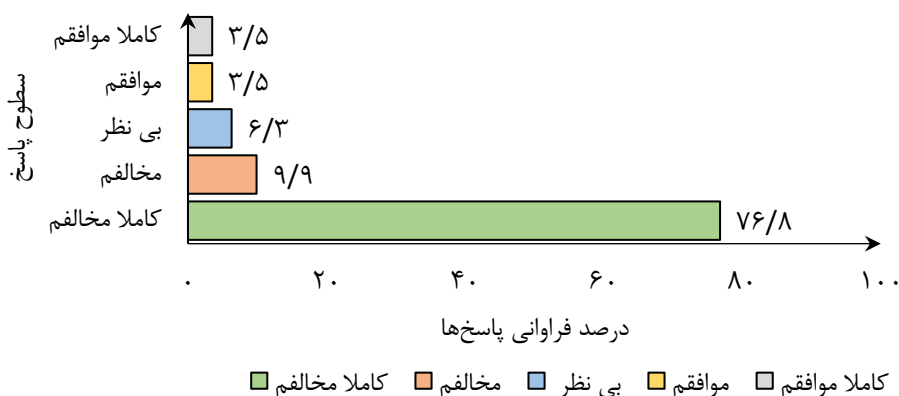
بررسی پاسخ‌های ارائه‌شده به سؤال هفتم نشان می‌دهد که بخش قابل توجهی از مدیران اقامتگاه‌ها با وجود سیستم نظرسنجی از میهمانان برای ارزیابی کیفیت خدمات موافق هستند. بر این اساس، بیشترین فراوانی پاسخ‌ها مربوط به گزینه «کاملاً موافقم» با ۶۲ نفر (۴۳/۷ درصد) است که بیانگر نگرش مثبت مدیران نسبت به استفاده از ابزارهای بازخوردگیری در بهبود کیفیت خدمات می‌باشد. گزینه «نه موافقم نه مخالفم» با ۲۸ پاسخ (۱۹/۷ درصد) در رتبه بعدی قرار دارد. در مقابل، ۱۹ نفر (۱۳/۴ درصد) گزینه «موافقم»، ۱۴ نفر (۹/۹ درصد) گزینه «مخالفم» و ۱۹ نفر (۱۳/۴ درصد) گزینه «کاملاً مخالفم» را انتخاب کرده‌اند. این توزیع نشان می‌دهد هرچند گرایش غالب پاسخ‌دهندگان به سمت موافقت با وجود سیستم‌های نظرسنجی است، اما همچنان بخشی از مدیران نسبت به اجرای آن دیدگاه خنثی یا انتقادی دارند. از منظر شاخص‌های آمار توصیفی در سؤال هفتم، میانگین پاسخ‌ها ۳/۶۳، میانه ۴، مد ۵، انحراف معیار ۱/۴۷ و واریانس ۲/۱۷ محاسبه شده است. با توجه به اینکه میانگین فراتر از حد متوسط (عدد ۳) است، می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت کلی وجود سیستم نظرسنجی در اقامتگاه‌های مورد مطالعه در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد. به طور کلی، تحلیل پاسخ‌های سؤال هفتم بیانگر این است که مدیران به نقش بازخورد مشتریان در بهبود کیفیت خدمات واقف هستند، هرچند برای رسیدن به وضعیت ایده‌آل و پوشش همگانی این سیستم در تمامی واحدها، نیاز به برنامه‌ریزی و زیرساخت‌های بیشتری وجود دارد.



شکل ۸: نمودار وجود سیستم نظرسنجی از میهمانان برای ارزیابی کیفیت خدمات (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)
Figure 8. The existence of a guest survey system for evaluating the quality of services

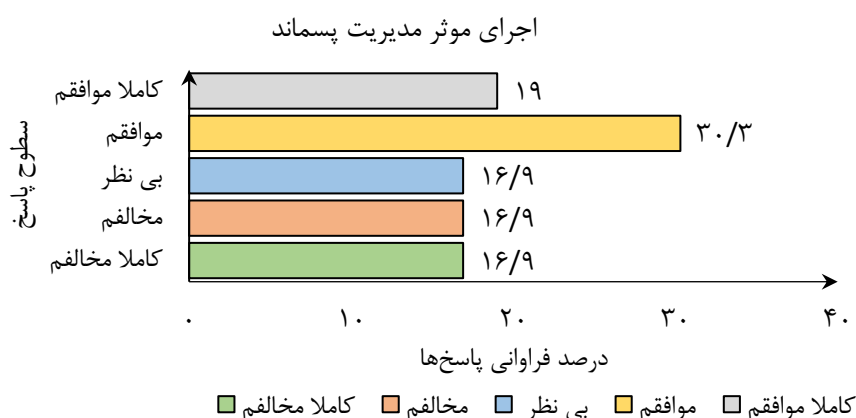
بررسی پاسخ‌های ارائه‌شده در سؤال هشتم از بخش «پایداری محیطی» نشان می‌دهد که بیشتر مدیران اقامتگاه‌ها با استفاده از انرژی‌های پاک موافق نیستند. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، بیشترین فراوانی پاسخ‌ها مربوط به گزینه «کاملاً مخالفم» با ۱۰۹ نفر (۷۶/۸ درصد) است که بیانگر عدم استفاده گسترده از انرژی‌های تجدیدپذیر، مانند انرژی خورشیدی، در اقامتگاه‌های مورد بررسی می‌باشد. همچنین ۱۴ نفر (۹/۹ درصد) گزینه «مخالفم» را انتخاب کرده‌اند. در مقابل، ۹ نفر (۶/۳ درصد) گزینه «نظری ندارم» را برگزیده‌اند. علاوه بر این، تنها ۵ نفر (۳/۵ درصد) گزینه «موافقم» و ۵ نفر (۳/۵ درصد) گزینه «کاملاً موافقم» را انتخاب کرده‌اند. این توزیع پاسخ‌ها نشان می‌دهد که سهم اقامتگاه‌هایی که در زمینه بهره‌گیری از منابع انرژی پاک و تجدیدپذیر فعال هستند، بسیار اندک و محدود است و به نظر می‌رسد توسعه زیرساخت‌ها و سیاست‌های حمایتی در این حوزه ضروری باشد. بر اساس شاخص‌های آماری در سؤال هشتم، میانگین پاسخ‌ها ۱/۴۷، میانه ۱، مد ۱، انحراف معیار ۱/۰۱ و واریانس ۱/۰۲ محاسبه شده است. قرار داشتن میانگین در محدوده پایین‌تر از عدد معیار (۳) بیانگر ضعف جدی در به‌کارگیری فناوری‌های انرژی‌های پاک در اقامتگاه‌ها است. به طور کلی، یافته‌های تحلیلی سؤال هشتم نشان می‌دهد که توجه به پایداری محیطی و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در اقامتگاه‌های مورد مطالعه بسیار محدود بوده و نیازمند سیاست‌گذاری و حمایت‌های فنی و مالی گسترده‌تر برای توسعه زیرساخت‌های انرژی پاک است.

استفاده از انرژی‌های پاک



شکل ۹: نمودار استفاده از انرژی‌های پاک (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)
Figure 9. Use of clean energy

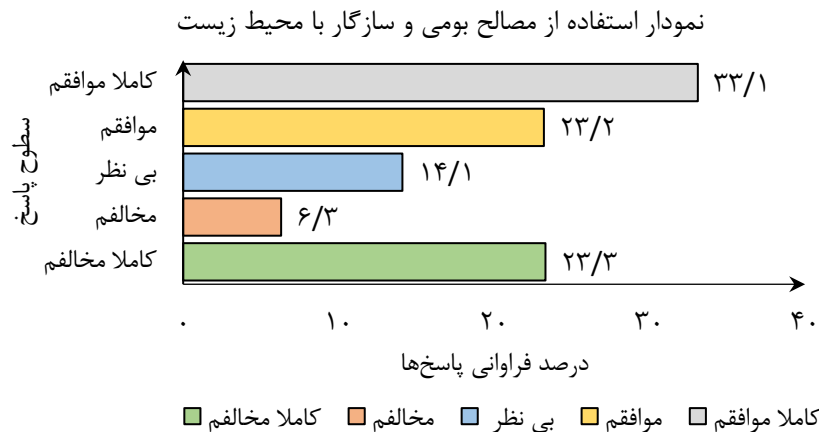
نتایج مربوط به سؤال نهم در بخش پایداری محیطی نشان می‌دهد که پاسخ‌دهندگان دیدگاهی نسبتاً متوسط نسبت به اجرای مؤثر مدیریت پسماند در اقامتگاه‌ها داشته‌اند. بیشترین فراوانی پاسخ‌ها مربوط به گزینه «موافقم» با ۴۳ نفر (۳۰/۳ درصد) است که نشان می‌دهد بخشی از مدیران بر این باورند که اقداماتی مانند تفکیک زباله یا کاهش مصرف پلاستیک در اقامتگاه‌ها تا حدودی به صورت عملی اجرا می‌شود. در مقابل، گزینه‌های «کاملاً مخالفم»، «مخالفم» و «بی‌نظر» هر یک با ۲۴ پاسخ (۱۶/۹ درصد) سهم مشابهی دارند، در حالی که گزینه «کاملاً موافقم» با ۱۹ پاسخ (۱۹ درصد) در رتبه بعدی قرار گرفته است. این الگو حاکی از پراکندگی در دیدگاه‌های مدیران و نبود الگوی یکسان در میان اقامتگاه‌ها در زمینه مدیریت پسماند است و نشان می‌دهد که اگرچه برخی اقدامات در این حوزه انجام می‌شود، اما هنوز انسجام و اجرای کامل این برنامه‌ها در تمامی واحدها مشاهده نمی‌شود. شاخص‌های آماری ثبت‌شده برای سؤال نهم شامل میانگین ۲/۹۳، میانه ۳، مد ۳، انحراف معیار ۱/۴۱ و واریانس ۲ است. از آنجا که میانگین نزدیک به عدد مبنا یعنی ۳ قرار دارد، می‌توان نتیجه گرفت که سطح اجرای برنامه‌های مدیریت پسماند در اقامتگاه‌های نمونه، در حد متوسط و نیازمند تقویت بیشتر است. به‌طور کلی، یافته‌های حاصل از سؤال نهم نشان می‌دهد که اگرچه برخی از اقامتگاه‌ها اقدامات اولیه‌ای در زمینه تفکیک زباله و کاهش مصرف پلاستیک انجام داده‌اند، اما هنوز اجرای مؤثر و منظم این فعالیت‌ها فراگیر نشده و ضرورت آموزش، نظارت و ایجاد مشوق‌های زیست‌محیطی بیشتر احساس می‌شود.



شکل ۱۰: نمودار مدیریت مؤثر پسماند (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 10. Effective Waste Management

بررسی نتایج سؤال دهم در بخش پایداری محیطی نشان می‌دهد که مدیران اقامتگاه‌ها دیدگاه نسبتاً مثبتی نسبت به استفاده از مصالح بومی و دوستدار محیط‌زیست در ساخت اقامتگاه‌ها دارند. بیشترین فراوانی پاسخ‌ها مربوط به گزینه «کاملاً موافقم» با ۴۷ نفر (۳۳/۱ درصد) است و پس از آن گزینه «موافقم» با ۳۳ نفر (۲۳/۲ درصد) قرار دارد؛ به‌گونه‌ای که مجموع دو گزینه موافق به ۵۶/۳ درصد از پاسخ‌ها می‌رسد. در مقابل، ۳۳ نفر (۲۳/۲ درصد) گزینه «کاملاً مخالفم» و ۹ نفر (۶/۳ درصد) گزینه «مخالفم» را انتخاب کرده‌اند و ۲۰ نفر (۱۴/۱ درصد) دیدگاهی بی‌طرف داشته‌اند. این الگو نشان می‌دهد گرچه گرایش کلی پاسخ‌دهندگان به استفاده از مصالح سازگار با محیط‌زیست مثبت است، اما سهم قابل توجهی از مدیران نیز مخالفت جدی دارند؛ موضوعی که بیانگر دوگانگی در رویکردها و لزوم تبیین مزایا، ارائه مشوق‌های اقتصادی و رفع موانع اجرایی برای تقویت این رویکرد است. از نظر شاخص‌های آماری، میانگین پاسخ‌ها ۷/۳۷، میانه ۴، مد ۵، انحراف معیار ۱/۵۹ و واریانس ۲/۵۲ گزارش شده است. قرار گرفتن میانگین بالاتر از حد معیار ۳ گویای این است که میزان استفاده از مصالح سازگار با محیط‌زیست در اقامتگاه‌ها در حد نسبتاً مطلوب ارزیابی می‌شود، هرچند پراکندگی پاسخ‌ها (بر اساس انحراف معیار) نشان می‌دهد این رویکرد در میان اقامتگاه‌ها به‌طور یکسان اجرا نمی‌شود.

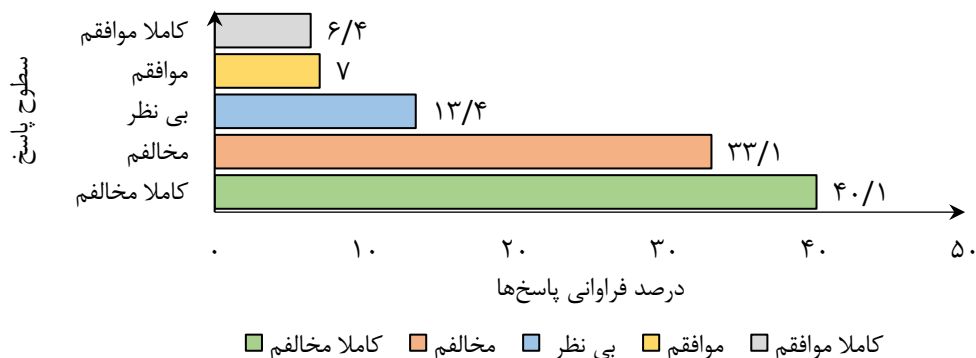


شکل ۱۱: نمودار استفاده از مصالح بومی و سازگار با محیط‌زیست (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 11. Use of locally sourced and environmentally friendly materials

تحلیل نتایج حاصل از سؤال یازدهم نشان می‌دهد که سطح اجرای برنامه‌های آموزشی با محوریت حفاظت از محیط‌زیست برای میهمانان در اقامتگاه‌های مورد مطالعه در سطح بسیار پایینی قرار دارد. بر این اساس، بیشترین فراوانی پاسخ‌ها مربوط به گزینه «کاملاً مخالفم» با ۵۷ پاسخ (۴۰/۱ درصد) است که نشانگر نبود یا کمبود جدی برنامه‌های آگاهی‌بخشی زیست‌محیطی ویژه گردشگران می‌باشد. گزینه «مخالفم» با ۴۷ پاسخ (۳۳/۱ درصد) نیز بخش قابل توجهی از دیدگاه‌ها را به خود اختصاص داده است؛ به‌طوری که بیش از ۷۳ درصد از مدیران نسبت به اجرای این برنامه‌ها دیدگاه منفی دارند. در مقابل، ۱۹ نفر (۱۳/۴ درصد) گزینه «بی‌نظر»، ۱۰ نفر (۷ درصد) گزینه «موافقم» و تنها ۹ نفر (۶/۴ درصد) گزینه «کاملاً موافقم» را انتخاب کرده‌اند. این روند نشان می‌دهد که گردشگران به‌ندرت در اقامتگاه‌ها آموزش‌های لازم در خصوص حفاظت از محیط‌زیست را دریافت می‌کنند و ضرورت بازنگری در سیاست‌های آموزشی اقامتگاه‌ها در راستای پایداری محیطی احساس می‌شود. از نظر شاخص‌های آماری، میانگین پاسخ‌ها ۲/۱۳، میانه ۲، مد ۱، انحراف معیار ۱/۲۸ و واریانس ۱/۶۴ به دست آمده است. قرار گرفتن میانگین زیر عدد معیار ۳ نشان‌دهنده ضعف عملکرد اقامتگاه‌ها در زمینه آموزش زیست‌محیطی به میهمانان است. به‌طور کلی، نتایج سؤال یازدهم حاکی از آن است که اقدامات آموزشی و اطلاع‌رسانی در زمینه حفاظت از محیط‌زیست هنوز جایگاه مطلوبی در برنامه‌های اقامتگاه‌ها نیافته و نیاز به سیاست‌گذاری، آموزش مستمر کارکنان و طراحی کارگاه‌ها و بروشورهای آموزشی ویژه میهمانان به‌شدت احساس می‌شود.

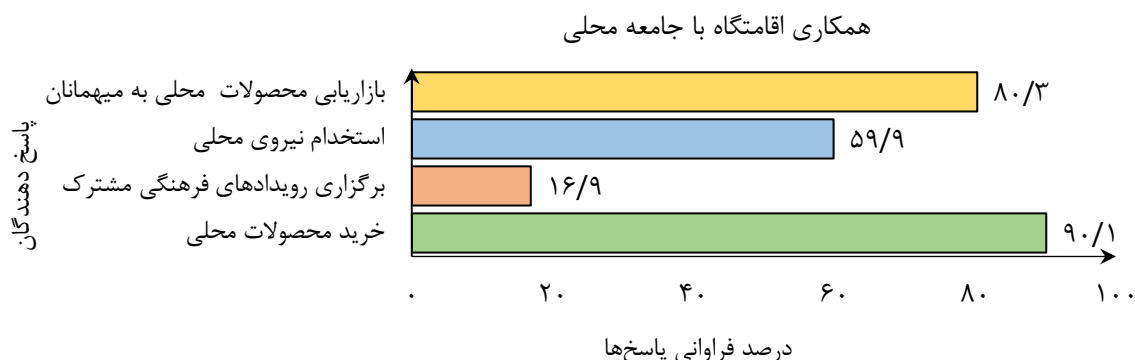
برگزاری برنامه‌های آموزشی برای میهمانان درباره حفاظت از محیط زیست



شکل ۱۲: نمودار برگزاری برنامه‌های آموزشی برای میهمانان درباره حفاظت از محیط‌زیست (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 12. Chart of Holding Educational Programs for Guests on Environmental Protection

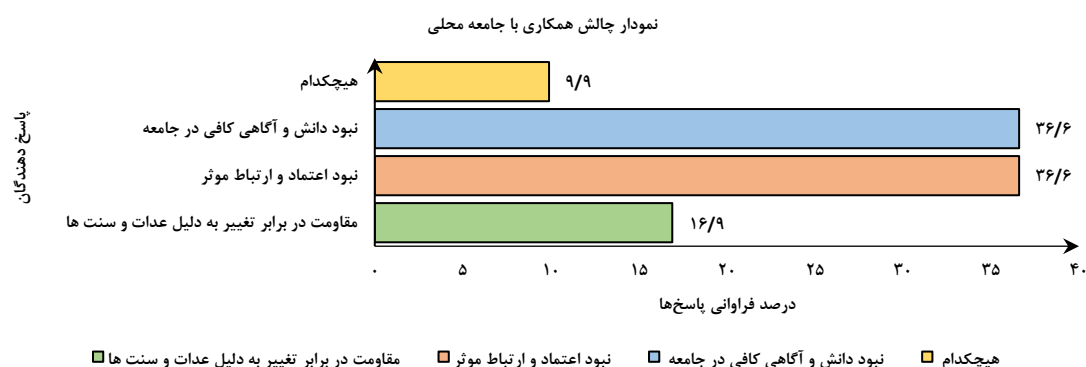
تحلیل یافته‌های مربوط به سؤال دوازدهم در بخش تعامل با جامعه محلی نشان‌دهنده رویکرد مثبت و فعال اقامتگاه‌ها در برقراری پیوندهای اقتصادی با بومیان منطقه است. از آنجا که این سؤال به صورت چندگزینه‌ای طراحی شده است، مجموع انتخاب‌ها (۳۵۱ مورد) فراتر از تعداد پاسخ‌دهندگان (۱۴۲ نفر) بوده که بیانگر تنوع همکاری‌ها در هر واحد اقامتی است. بر اساس نتایج، شاخص «خرید محصولات محلی (مواد غذایی و صنایع دستی)» با ۱۲۸ انتخاب (۹۰/۱ درصد از پاسخ‌دهندگان) در اولویت نخست قرار دارد. در مرتبه بعدی، «بازاریابی محصولات محلی برای میهمانان» با ۱۱۴ انتخاب (۸۰/۳ درصد) مشاهده می‌شود. این دو یافته نشان می‌دهد اقامتگاه‌ها نقش مهمی در زنجیره تأمین و عرضه محصولات بومی ایفا کرده و به تقویت اقتصاد محلی کمک قابل توجهی می‌کنند.



شکل ۱۳: نمودار همکاری اقامتگاه با جامعه محلی (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 13. The accommodation's collaboration with the local community

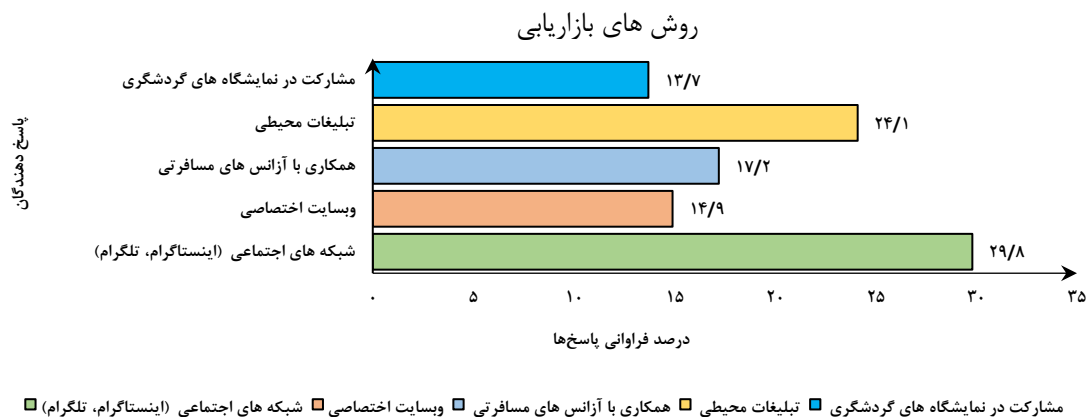
در راستای شناسایی موانع و چالش‌های موجود در تعاملات میان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و جامعه محلی، از میان ۱۴۲ مدیر مورد مطالعه درباره مهم‌ترین چالش‌های این همکاری پرسش به عمل آمد. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که «نبود اعتماد و ارتباط مؤثر» و «نبود دانش و آگاهی کافی در جامعه» با فراوانی مشابه و هر یک با ۵۲ پاسخ (۳۶/۶ درصد)، به عنوان اصلی‌ترین چالش‌های این حوزه شناخته می‌شوند. پس از این دو عامل، «مقاومت در برابر تغییر به دلیل عادات و سنت‌ها» با ۲۴ پاسخ (۱۶/۹ درصد) در رتبه بعدی موانع قرار دارد. در مقابل، تنها ۱۴ نفر (۹/۹ درصد) از پاسخ‌دهندگان اظهار داشته‌اند که چالش خاصی در این زمینه احساس نمی‌کنند. این یافته‌ها حاکی از آن است که بهبود تعاملات در این بخش، بیش از هر چیز نیازمند ارتقای سرمایه اجتماعی از طریق اعتمادسازی دوطرفه و همچنین بهبود سواد گردشگری در بطن جامعه محلی است که باید در اولویت برنامه‌های راهبردی مدیران و سیاست‌گذاران منطقه قرار گیرد.



شکل ۱۴: نمودار چالش همکاری با جامعه محلی (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 14. The challenge of collaborating with the local community

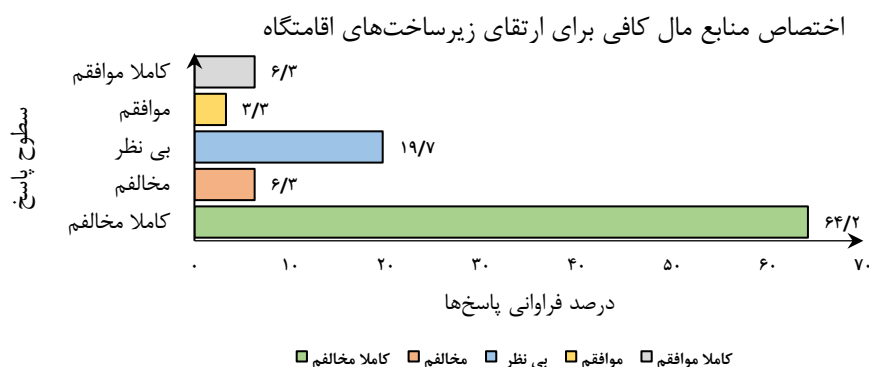
در سؤال چهاردهم، مدیران اقامتگاه‌ها درباره روش‌های بازاریابی مورد استفاده خود (به‌صورت چندگزینه‌ای) اظهار نظر کردند. نتایج نشان داد که شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تلگرام رایج‌ترین ابزار بازاریابی در میان اقامتگاه‌ها هستند و بیش‌ترین تعداد مدیران از این بسترها برای معرفی خدمات و جذب مهمان استفاده می‌کنند. این موضوع بیانگر نقش برجسته رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی اقامتگاه‌ها و ترجیح آن‌ها به روش‌های سریع، کم‌هزینه و تعاملی در ارتباط با مخاطبان است. پس از شبکه‌های اجتماعی استفاده از تبلیغات محیطی جایگاه بعدی را در میان روش‌های بازاریابی به خود اختصاص داده‌اند؛ امری که نشان می‌دهد مدیران علاوه بر بازاریابی دیجیتال، همچنان از مسیرهای سنتی برای گسترش بازار و دستیابی به مشتریان جدید استفاده می‌کنند. در مقایسه با این موارد، راه‌اندازی وبسایت اختصاصی توسط تعداد کمتری از مدیران گزارش شده است و مشارکت در نمایشگاه‌های گردشگری نیز کمترین میزان استفاده را داشته است. به‌طور کلی می‌توان گفت الگوی بازاریابی اقامتگاه‌ها بیشتر بر بازاریابی دیجیتال غیررسمی (خصوصاً شبکه‌های اجتماعی) متمرکز است، در حالی که روش‌های رسمی‌تر مانند وبسایت اختصاصی یا حضور ساختارمند در رویدادها کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. این وضعیت نشان‌دهنده وجود ظرفیت قابل‌توجه برای تقویت زیرساخت‌های بازاریابی حرفه‌ای و افزایش انسجام فعالیت‌های تبلیغاتی اقامتگاه‌ها است که می‌تواند در ارتقای برند و بهبود رقابت‌پذیری آن‌ها نقش مهمی ایفا کند.



شکل ۱۵: نمودار روش‌های بازاریابی (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

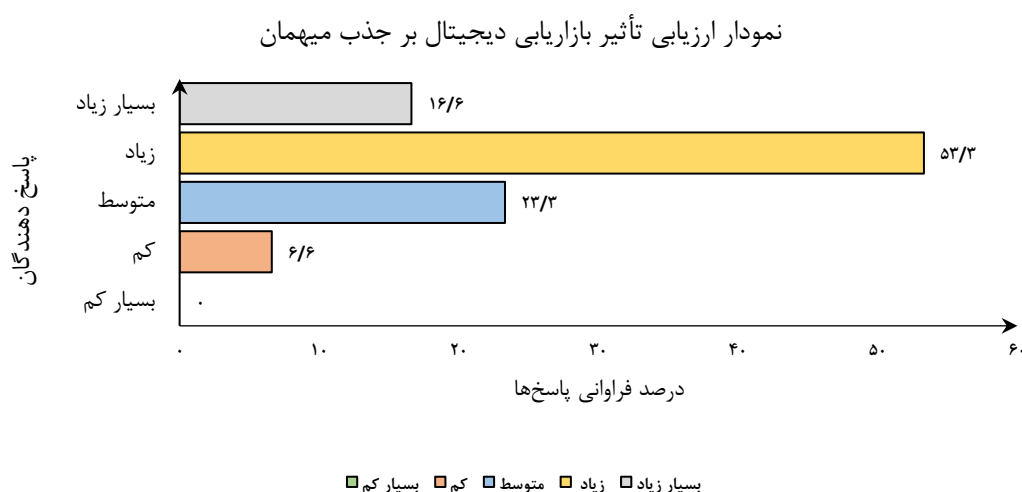
Figure 15. Marketing Methods

در سؤال پانزدهم، میزان توافق مدیران اقامتگاه‌ها با موضوع «اختصاص منابع مالی کافی برای ارتقای زیرساخت‌های اقامتگاه» سنجیده شد. نتایج نشان می‌دهد که بیش‌ترین سهم پاسخ‌ها مربوط به گزینه «کاملاً مخالفم» با ۹۱ نفر (۶۴/۲ درصد) است که نشان‌دهنده چالش بسیار جدی و گسترده در زمینه تأمین سرمایه لازم برای توسعه و بهبود امکانات اقامتگاه‌ها می‌باشد. در مرتبه بعد، ۲۸ نفر (۱۹/۷ درصد) وضعیت تأمین بودجه را در سطح «بی‌نظر (متوسط)» ارزیابی کرده‌اند. همچنین ۹ نفر (۶/۳ درصد) گزینه «مخالفم» و ۹ نفر (۶/۳ درصد) گزینه «کاملاً موافقم» را برگزیده‌اند؛ در حالی که تنها ۵ نفر (۳/۵ درصد) با اختصاص منابع مالی موافقت داشته‌اند. این توزیع نشان می‌دهد که اکثریت قاطع واحدهای اقامتی مورد مطالعه با محدودیت شدید بودجه مواجه‌اند و ارتقای زیرساخت‌ها برای بسیاری از آن‌ها با مانع جدی مالی روبروست. در مجموع، یافته‌های این سؤال حاکی از آن است که کمبود منابع مالی یکی از موانع اصلی در مسیر بهبود کیفیت خدمات و توسعه زیرساخت‌های اقامتگاه‌ها است؛ موضوعی که ضرورت توجه به حمایت‌های دولتی، اعطای تسهیلات مالی کم‌بهره و برنامه‌های سرمایه‌گذاری هدفمند در این حوزه را بیش از پیش برجسته می‌سازد.



شکل ۱۶: نمودار اختصاص منابع مال کافی برای ارتقای زیرساخت‌های اقامتگاه (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)
Figure 16. Allocate sufficient financial resources for upgrading accommodation infrastructure

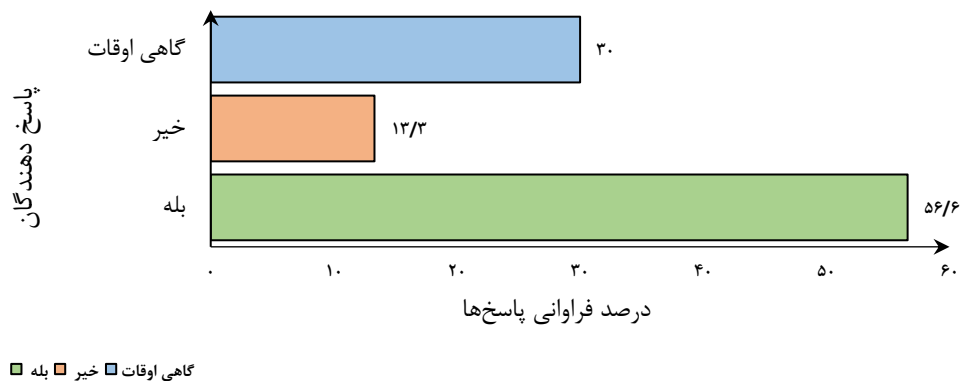
در سؤال شانزدهم، مدیران اقامتگاه‌ها میزان تأثیر بازاریابی دیجیتال بر جذب میهمان را ارزیابی کردند. نتایج نشان می‌دهد که اکثریت پاسخ‌دهندگان (بیش از نیمی از مدیران) تأثیر بازاریابی دیجیتال را «زیاد» ارزیابی کرده‌اند و این امر نشان‌دهنده نقش بسیار مهم رسانه‌های دیجیتال در جلب توجه و افزایش تعداد میهمانان است. این الگو بیان می‌کند که استفاده از ابزارهای دیجیتال نظیر شبکه‌های اجتماعی، جست‌وجوهای اینترنتی و محتوای چندرسانه‌ای به‌طور قابل توجهی بر دیده‌شدن اقامتگاه‌ها و جذب مشتریان جدید اثرگذار بوده است. پس از این گروه، بخشی از مدیران نیز گزینه «خیلی زیاد» را انتخاب کرده‌اند که نشان می‌دهد برای تعدادی از اقامتگاه‌ها، بازاریابی دیجیتال نه‌تنها مؤثر، بلکه یک ابزار کلیدی و تعیین‌کننده در روند جذب میهمان محسوب می‌شود. در مقابل، تعداد اندکی از مدیران تأثیر این نوع بازاریابی را «کم» یا «متوسط» دانسته‌اند و هیچ‌یک گزینه «بسیار کم» را انتخاب نکرده‌اند. این وضعیت بیانگر آن است که نگرش غالب میان مدیران اقامتگاه‌ها، نگاه مثبت و همراه با اعتماد به ظرفیت‌های بازاریابی دیجیتال است. به‌طور کلی، یافته‌های سؤال شانزدهم حاکی از آن است که بازاریابی دیجیتال یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین عوامل در جذب میهمان برای اقامتگاه‌ها محسوب می‌شود و سرمایه‌گذاری در این حوزه می‌تواند به بهبود قابل توجه عملکرد اقامتگاه‌ها در بازار رقابتی گردشگری منجر شود.



شکل ۱۷: نمودار تأثیر بازاریابی دیجیتال بر جذب میهمان (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)
Figure 17. Digital Marketing's Impact on Guest Attraction

در سؤال هفدهم میزان استفاده اقامتگاه‌ها از نظرات و امتیازات میهمانان در پلتفرم‌های آنلاین برای بهبود خدمات ارزیابی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که بیشترین سهم پاسخ‌دهندگان گزینه «بله» را انتخاب کرده‌اند؛ به این معنا که بیش از نیمی از مدیران به‌صورت فعالانه از بازخوردها و امتیازات درج‌شده در سامانه‌های آنلاین برای ارتقای کیفیت خدمات خود بهره می‌برند. این موضوع بیانگر توجه قابل‌قبول اقامتگاه‌ها به نقش بازخوردهای دیجیتال در اصلاح فرآیندها و افزایش رضایت میهمانان است. در مقابل، تعداد قابل توجهی از پاسخ‌دهندگان گزینه «گاهی اوقات» را برگزیده‌اند، که نشان می‌دهد برخی از اقامتگاه‌ها استفاده از این بازخوردها را به‌صورت نامنظم و موردی انجام می‌دهند. این وضعیت می‌تواند به محدود بودن منابع انسانی، زمان، یا آشنایی ناکافی با اهمیت تحلیل داده‌های آنلاین مرتبط باشد. همچنین، درصد کوچکی از مدیران گزینه «خیر» را انتخاب کرده‌اند که نشان‌دهنده عدم استفاده از بازخوردهای آنلاین و احتمالاً کم‌اهمیت‌دانستن این ابزار در فرآیند مدیریت خدمات است. به‌طور کلی، یافته‌های سؤال هفدهم نشان می‌دهد که اکثریت اقامتگاه‌ها به نقش داده‌های آنلاین در بهبود کیفیت خدمات واقف هستند و آن را به‌عنوان یک منبع ارزشمند برای تصمیم‌گیری مدیریتی تلقی می‌کنند. با این حال، وجود گروهی که هنوز به‌طور منظم از این ابزار استفاده نمی‌کنند، نشان‌دهنده نیاز به افزایش آگاهی و آموزش در زمینه مدیریت بازخوردهای دیجیتال است.

نمودار استفاده از نظرات و امتیازات میهمانان در پلتفرم‌های آنلاین

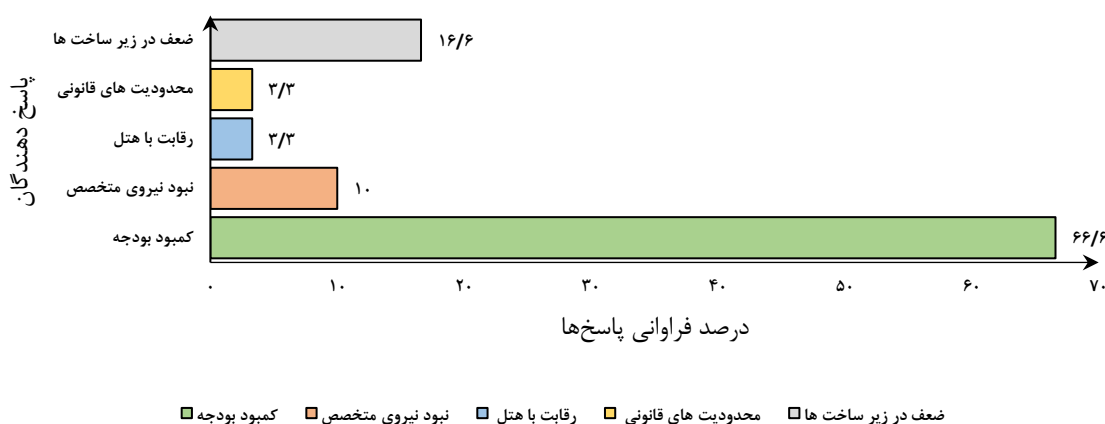


شکل ۱۸: نمودار استفاده از نظرات و امتیازات میهمانان در پلتفرم‌های آنلاین (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 18. Utilizing guest reviews and ratings on online platforms

در سؤال هجدهم، مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی مدیران اقامتگاه‌ها شناسایی شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که کمبود بودجه با اختلاف قابل توجه، مهم‌ترین چالش مدیریتی از نگاه پاسخ‌دهندگان است و بیش از نیمی از مدیران آن را به‌عنوان اصلی‌ترین مانع در اداره و توسعه اقامتگاه‌ها عنوان کرده‌اند. این موضوع بیانگر آن است که مدیریت مالی و تأمین سرمایه برای نگهداری و ارتقای زیرساخت‌ها، یکی از اساسی‌ترین دغدغه‌های واحدهای اقامتی در منطقه محسوب می‌شود. پس از آن، ضعف در زیرساخت‌های منطقه در رتبه دوم قرار دارد؛ مسئله‌ای که نشان می‌دهد برخی چالش‌ها فراتر از سطح مدیریت داخلی اقامتگاه بوده و به وضعیت عمومی خدمات و امکانات منطقه‌ای مرتبط است. این ضعف می‌تواند شامل مشکلات دسترسی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل، نبود امکانات عمومی کافی یا ضعف خدمات پشتیبان گردشگری باشد. در جایگاه بعد، نبود نیروی متخصص به‌عنوان چالشی مهم مطرح شده است. این موضوع نشان‌دهنده نیاز اقامتگاه‌ها به آموزش‌های تخصصی، جذب نیروی کار ماهر و ارتقای مهارت‌های موجود برای بهبود کیفیت خدمات است. در مقابل، گزینه‌هایی مانند رقابت با هتل‌ها و محدودیت‌های قانونی تنها توسط تعداد بسیار کمی از مدیران انتخاب شده‌اند و در مقایسه با سایر عوامل، اهمیت کمتری دارند.

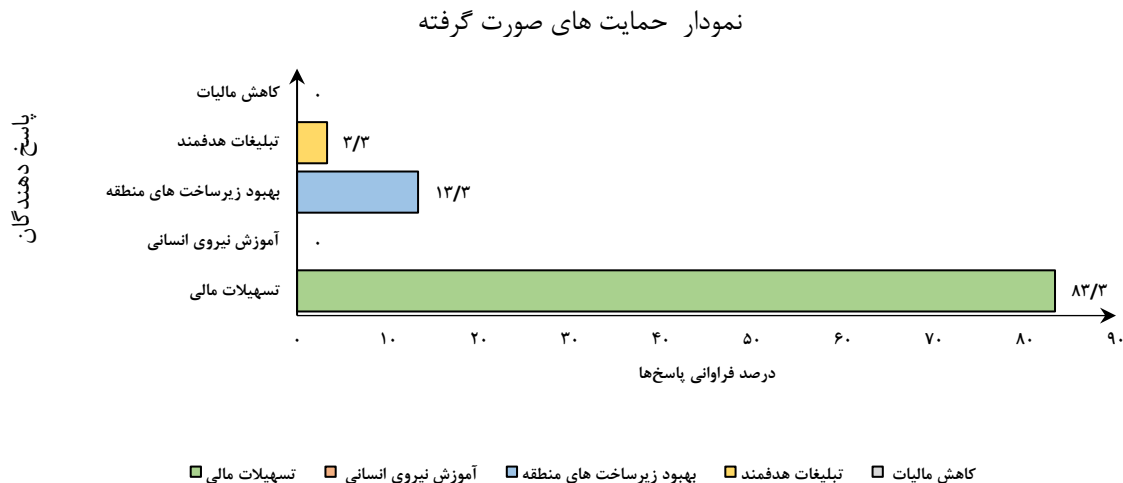
نمودار مهمترین چالش در مدیریت اقامتگاه



شکل ۱۹: نمودار مهم ترین چالش در مدیریت اقامتگاه از نظر مدیران (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 19. The most significant challenge in property management, from the managers' perspective

در سؤال نوزدهم، مدیران اقامتگاهها نوع حمایت های مورد نیاز از سوی نهادهای دولتی برای توسعه واحدهای خود را بیان کردند. نتایج نشان می دهد که تسهیلات مالی با فاصله بسیار زیاد، اصلی ترین حمایت مورد انتظار است؛ به گونه ای که بخش عمده ای از پاسخ دهندگان این گزینه را به عنوان مهم ترین ضرورت مطرح کرده اند. این موضوع بیانگر آن است که اغلب اقامتگاهها برای توسعه زیرساختها، نوسازی تجهیزات و بهبود کیفیت خدمات با محدودیت منابع مالی مواجه اند و بدون حمایت مالی دولتی قادر به ارتقای ظرفیتهای خود نیستند. در رتبه بعد، تعداد اندکی از مدیران به بهبود زیرساختهای منطقه اشاره کرده اند. این انتخاب نشان می دهد که بخشی از چالش های اقامتگاهها ریشه در شرایط محیطی و خدمات عمومی منطقه دارد؛ از جمله زیرساختهای حمل و نقل، دسترسی، امکانات رفاهی و سایر زیرساختهای پشتیبان گردشگری که خارج از کنترل مستقیم مدیران است و نیازمند مداخله نهادهای دولتی می باشد. علاوه بر این، تنها تعداد بسیار کمی از مدیران گزینه تبلیغات هدفمند را مطرح کرده اند که نشان دهنده اهمیت نسبتاً کمتر این نوع حمایت از نگاه پاسخ دهندگان در مقایسه با نیازهای مالی و زیرساختی است. در مقابل، گزینه هایی مانند آموزش نیروی انسانی و کاهش مالیات هیچ گونه انتخابی نداشته اند که می تواند حاکی از آن باشد که چالش اصلی اقامتگاهها نه در حوزه مالیات یا آموزش، بلکه در بخش سرمایه گذاری و زیرساخت متمرکز است. به طور کلی، یافته های سؤال نوزدهم بیانگر آن است که نیاز به حمایت مالی مستقیم در کنار بهبود زیرساختهای منطقه ای مهم ترین خواسته های مدیران اقامتگاهها از نهادهای دولتی است؛ موضوعی که نقش سیاست گذاری و سرمایه گذاری دولتی را در توسعه و پایداری اقامتگاههای گردشگری برجسته می سازد.



شکل ۲۰: نمودار حمایت‌های صورت گرفته نهادهای دولت برای توسعه اقامتگاه (ماخذ: نگارندگان، ۱۴۰۵)

Figure 20. Support provided by government institutions for the development of accommodation facilities

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای تجارب اقامتی و نقش آن در بازاریابی اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان آذربایجان شرقی انجام شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که وضعیت موجود این اقامتگاه‌ها از نظر ساختار سازمانی، کیفیت خدمات، پایداری زیست‌محیطی، تعامل با جامعه محلی و بازاریابی دیجیتال، دارای نقاط قوت و ضعف هم‌زمان است. از نظر ویژگی‌های سازمانی، اغلب اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد بررسی خصوصی هستند و بخش عمده‌ای از آن‌ها بیش از ۶ سال سابقه فعالیت دارند. با این حال، این اقامتگاه‌ها عمدتاً کوچک‌مقیاس بوده و تعداد اتاق‌ها و کارکنان در بیشتر آن‌ها محدود است. این موضوع نشان می‌دهد که توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی در استان بیشتر بر پایه سرمایه‌گذاری‌های فردی و محلی شکل گرفته و از نظر ظرفیت اجرایی و مالی با محدودیت‌های قابل توجهی مواجه است. در حوزه کیفیت خدمات و مدیریت، یافته‌ها نشان داد که به‌روزرسانی امکانات و تجهیزات در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارد، اما آموزش کارکنان و وجود نظام بازخورد از مهمانان هنوز به‌صورت کامل و یکپارچه نهادینه نشده است. بنابراین، اگرچه بخشی از الزامات کیفیت در این اقامتگاه‌ها رعایت می‌شود، اما ارتقای تجربه اقامتی گردشگران نیازمند تقویت مستمر مهارت‌های انسانی و بهبود نظام‌های مدیریتی است. در بخش پایداری زیست‌محیطی، نتایج نشان داد که این حوزه یکی از ضعیف‌ترین ابعاد عملکرد اقامتگاه‌هاست. استفاده از انرژی‌های پاک بسیار محدود بوده و برنامه‌های آموزشی زیست‌محیطی برای مهمانان نیز در اغلب موارد وجود ندارد. همچنین، هرچند در زمینه مدیریت پسماند و استفاده از مصالح بومی نشانه‌هایی از توجه دیده می‌شود، اما این اقدامات هنوز در سطحی نیستند که بتوان آن‌ها را به‌عنوان یک مزیت رقابتی پایدار تلقی کرد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بوم‌گردی در عمل هنوز به‌طور کامل با اصول توسعه پایدار همسو نشده است. در حوزه تعامل با جامعه محلی، همکاری اقامتگاه‌ها بیشتر جنبه اقتصادی دارد؛ به‌ویژه در خرید و بازاریابی محصولات محلی، عملکرد مطلوب‌تری دیده می‌شود. با این حال، مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی مشترک، که می‌تواند نقش مهمی در غنی‌سازی تجربه گردشگر و تقویت پیوندهای اجتماعی داشته باشد، بسیار محدود است. مهم‌ترین موانع این تعامل نیز به فقدان اعتماد، ضعف ارتباط و پایین بودن سطح آگاهی گردشگری در جامعه محلی مربوط می‌شود. این موضوع نشان می‌دهد که برای تحقق واقعی بوم‌گردی، صرفاً استفاده از منابع محلی کافی نیست و باید پیوند اجتماعی و فرهنگی میان اقامتگاه و جامعه میزبان تقویت شود. از منظر بازاریابی دیجیتال نیز اقامتگاه‌ها بیشتر بر شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تلگرام تکیه دارند و استفاده از وب‌سایت اختصاصی و ابزارهای حرفه‌ای بازاریابی محدود است. این وضعیت، همراه با محدودیت شدید مالی در بخش زیرساخت‌ها و

سرمایه‌گذاری، بیانگر آن است که بسیاری از اقامتگاه‌ها هنوز فاقد یک راهبرد بازاریابی منسجم و نظام‌مند هستند و به‌صورت پراکنده و غیررسمی فعالیت می‌کنند. یافته‌های پژوهش حاضر با مطالعات پیشین همسویی بالایی دارد. پژوهش وزین و همکاران (۱۴۰۱) در اقامتگاه‌های بوم‌گردی جنوب‌شرقی استان اصفهان نشان داد که سه عامل عناصر تسهیل‌گر بیرونی (به‌ویژه حمایت مالی با میانگین ۴/۶۰)، نوآوری‌های مدیریتی و برنامه‌ریزی و فعالیت‌های عملیاتی پایداری بر موفقیت کسب‌وکار تأثیرگذارند و همچنین مهارت نیروی انسانی (۴/۴۹) و شناخت بازار (۴/۴۴) از اهمیت بالایی برخوردارند. یافته‌های پژوهش حاضر همسویی بالایی با این نتایج دارد: نوآوری در خدمات، آموزش کارکنان و حفظ محیط‌زیست به‌عنوان عوامل تأثیرگذار مثبت شناسایی شده‌اند. از سوی دیگر، کمبود بودجه (که معادل ضعف حمایت مالی است) و نبود نیروی متخصص، مهم‌ترین چالش‌های مدیریتی از دیدگاه مدیران اقامتگاه‌های آذربایجان شرقی عنوان شده است که کاملاً با تأکید پژوهش وزین بر اهمیت حمایت مالی و مهارت نیروی انسانی همخوانی دارد. پژوهش کرمی دهکردی و لیانی (۱۴۰۳) در مناطق مستعد بوم‌گردی روستایی چهارمحال و بختیاری، مهم‌ترین اولویت‌های کیفیت خدمات را پاسخگویی سریع، دانش و آگاهی کارکنان، توجه به سخنان مشتری، برقراری ارتباط صمیمانه و استفاده از تجهیزات مناسب معرفی کرد. در پژوهش حاضر، رفتار محترمانه کارکنان در سطح مطلوب ارزیابی شده است، اما آموزش منظم کارکنان و وجود نظام بازخورد ساختاریافته نیازمند تقویت اعلام شده است. بر اساس این نتایج، پیشنهادهای زیر برای مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی، سیاست‌گذاران و سایر ذی‌نفعان ارائه می‌شود: الف) تقویت آموزش و توانمندسازی منابع انسانی. با توجه به میانگین نه‌چندان بالای آموزش کارکنان، پیشنهاد می‌شود دوره‌های منظم در حوزه‌های مهمان‌نوازی، مهارت‌های ارتباطی، زبان خارجی، مدیریت شکایات، اصول ایمنی و بهداشت و آشنایی با فرهنگ محلی برگزار شود. این آموزش‌ها می‌تواند با همکاری اداره کل میراث فرهنگی و دانشگاه‌ها به‌شکل کارگاه‌های کوتاه‌مدت اجرا گردد. ب) نظام‌مند کردن بازخورد مهمانان و بهبود مستمر کیفیت خدمات. با توجه به وجود نسبی سیستم‌های بازخورد، پیشنهاد می‌شود اقامتگاه‌ها از ابزارهای ساده‌ای مانند فرم‌های الکترونیکی، نظرسنجی آنلاین، ثبت امتیاز و نظر در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های رزرو استفاده کنند و نتایج را به‌صورت دوره‌ای تحلیل و در تصمیم‌گیری‌ها لحاظ نمایند. ج) حرکت تدریجی به‌سوی پایداری زیست‌محیطی به‌عنوان مزیت رقابتی. با وجود محدودیت مالی، اقداماتی کم‌هزینه اما مؤثر مانند تفکیک زباله، کاهش مصرف پلاستیک، استفاده از مواد قابل بازیافت، مدیریت بهینه مصرف آب و برق و اطلاع‌رسانی به مهمانان در مورد اهمیت این اقدامات می‌تواند آغازگر یک مسیر پایدار باشد. در گام‌های بعدی، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر (مانند پنل خورشیدی) با حمایت‌های دولتی و تسهیلات مالی قابل پیگیری است.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسندگان در مقاله به شکل توضیح داده شده از سوی مجله، مورد تأیید نویسندگان این مقاله است.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر فاقد حمایت مالی است.

سپاسگزاری

از کلیه کسانی که در مراحل مختلف نوشتن این مقاله با نظرات خود ما را یاری دادند، سپاسگزاری می‌کنیم.

References:

1. Abasi Soraki, F., Shaikhi, A.R and Nori Zaman Abadi, H. A. (2022). Identification and Analysis of Barriers to Transition from Traditional to Intelligent Structures in Rural Tourism Destinations, Case Study: Ben Roud Section, Isfahan township. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 3(1), 44-67. [In Persian] https://www.srds.ir/article_152287.html?lang=en
2. Abedini,M , Ranjbar,S and Bahrami,S . (2025). Investigating and prioritizing tourist attractions using the F-TOPSIS model Case study: Bostan Abad city In East Azerbaijan Province. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(3), 139-153. [In Persian]https://www.srds.ir/article_216865.html?lang=en
3. Agius, K., Theuma, N & Deidun, A. (2021). So close yet so far: Island connectivity and ecotourism development in central Mediterranean islands. *Case Studies on Transport Policy*, 9 (1), 149-160. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2020.11.006>
4. Anup, C. Kedar, R. Ramesh, S (2015) Role of ecotourism in environmental conservation and socioeconomic development in Annapurna conservation area, *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, Vol 22, Issue 3, pp. 251-258. <https://doi.org/10.1080/13504509.2015.1005721>
5. Bahari,J and Alizadeh,M . (2026). The Effect of Organizational Citizenship Behavior on Employee Performance in the Hotel Industry (Case Study: Abbasi Hotel, Isfahan City). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(2), 129-148. [In Persian]https://www.srds.ir/article_235284.html?lang=en
6. Blamey, K. (2001). Principles of ecotourism. In D. B. Weaver (ED) *The encyclopedia of ecotourism*. New York: Cabia publishing, 5-22.
7. Choi, S.Hwan; (2003), *Measurement of Sustainable Development progress for Managing Community Tourism*, Dissertation for PHD.Texas A&M University.U.S.A.
8. doosti-irani, M., & Basouli, M. (2021). Demand of an eco-lodge based on understanding its benefits for the destination and the tourist's mental norms: an emphasis on the need for spiritual marketing (Case study: Eco-Lodges of Yazd City). *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(38), 125-144. [In Persian] [doi: 10.22080/jtpd.2021.21116.3504](https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.21116.3504)
9. Ebrahimzadeh Asmin, H, Ghanbari, A. H., and Ghanbari, S. (2026). Assessing the consequences of rural ecotourism with emphasis on economic relations within regional (Case Study: Regional Tourism favorites Sardueh, Jiroft township). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(1), 193-208. [In Persian] https://www.srds.ir/article_226571.html?lang=en
- 10.Esfandiyari,F , Zolghadr Khazineh Jadid,S and nezafat taklhe,B . (2024). Investigating and identifying geotourism and geomorphological capacities effective in attracting tourism (Case study: Malekan city). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 5(4), 28-41. [In Persian]https://www.srds.ir/article_211787.html?lang=en
- 11.Feizinezhad,A , Nazmfar,H and Ghaffari Gilandeh,A . (2026). Spatial analysis of building breach in Sarein Tourism City. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(2), 15-37. [In Persian]https://www.srds.ir/article_226219.html?lang=en
- 12.Honey, M. (2008) *Ecotourism and Sustainable Development: The WHO Owns Paradise?* 2nd Edition, Island Press, 32-33.https://www.srds.ir/article_237819.html?lang=en
- 13.Jaafer, M., Abdul-Aziz, A.R., Maideen, S.A. & Mohd, S.Z. (2011). Entrepreneurship in the Tourism Industry: Issues in Developing Countries, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 30, No. 4, pp. 827-835. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.01.003>
- 14.James, G., Hosier, A., & Woo, G., (2002). Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages [Z], Research Report Submitted to Global Economic Development Practice (GEDP), San Francisco, California, 1-59.
- 15.Karami Dehkordi, M. and Layani, G. (2024). Prioritization of areas prone to rural ecotourism in Chaharmahal and Bakhtiari province. *Journal of Geography and Planning*, 28(87), 229-210. [In Persian] [doi: 10.22034/gp.2023.53484.3047](https://doi.org/10.22034/gp.2023.53484.3047)

16. Karimi Hatami, J , Ramesht, M H and Nojavan Besnighan, M R . (2026). The role of creative tourism in enhancing urban sustainability indicators (Case study: Ahvaz city). *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(1), 224-249. [In Persian] https://www.srds.ir/article_230405.html?lang=en
17. Khajavim, M and Ghazlesaflo, H . (2025). Identifying income-generating factors for the development of horse tourism in Khuzestan Province. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(3), 393-413. [In Persian] https://www.srds.ir/article_241365.html?lang=en
18. khorshid, S , Jahani, M and Barzgar, M . (2026). Analyzing and investigating the factors affecting how to attract more tourists in the townships of Khorasan Razavi Province using a multi-criteria decision-making approach. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 7(3), 387-406. [In Persian]
19. Mafi, M., Pratt, S. & Trupp, A. (2019). Determining ecotourism satisfaction attributes – a case study of an ecolodge in Fiji, *Journal of Ecotourism*, Vol. 19, No. 4, pp. 1-23. DOI:10.1080/14724049.2019.1698585
20. Nasiri, P , Eyvaz Zadeh, H , Ali Pourbalabiglou, G and Eyvaz Zadeh, M . (2026). The Impact of Sport on Social Relationships and Tourism in Urban Recreational Spaces. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (JSURDS)*, 6(4), 135-147. [In Persian] https://www.srds.ir/article_221973.html?lang=en
21. Pavolová, H; Kysel'ová, K; Bakalár, T. (2024). Brownfields as a tool for support of Destination Tourism development. *Acta Geoturistica*, 3, 26_30.
22. Tayebnia, S H., Paidar, A., and Pourjupari, M. (2025). An analysis of the impact of ecotourism accommodation capabilities on tourist attraction and ecotourism development (Case study: villages in Kerman County). *Tourism management studies of the smart era*, 2(1), 157-175. [In Persian] doi: 10.22072/tmsse.2025.2047283.1022
23. Thampi, Santosh, (2005). Ecotourism in Keral India: Lesson from Eco Development Project in Periyar Tiger Reserve, No 13.
24. Vazin, N, Yazdanpanah, H and Saeedi, M. (2023). Analysis of the Factors Affecting the Success of Ecolodge Business (Case study: Southeastern counties of Isfahan Province). *Geography*, 20(75), 107-127. [In Persian] <https://dor.isc.ac/dor/http://dor.net/dor/20.1001.1.27833739.1401.20.75.6.8>
25. Yang, Y. & Fik, T. (2014). Spatial effects in regional tourism growth, *Annals of Tourism Research*, Vol. 46, No. 7, pp. 144–162. DOI:10.1016/j.annals.2014.03.007



COPYRIGHTS



© The Author(s). This is an open access article under the CC BY-NC license:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>
 Private.

Publisher: