فصل‌نامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه

دوره ۲، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۵، صفحات ۶۸ تا ۹۱

https://www.jasd.ir

eISSN: 3115-7955

Research-Quantitative

Identifying and prioritizing factors affecting tourism development in line with modern hotel management (case study of Irantourist and tourism hotels group)

Ali Raispour

Department of Public Administration, Ramh.C., Islamic Azad University, Ramhormoz, Iran.

Receive:
12 May 2026
Revise:
11 July 2026
Accept:
03 August 2026

Abstract

Objective: The objective of the present study was to identify and prioritize the factors affecting the development of tourism in accordance with modern hotel management in the group of Irantourist and tourism hotels. **Method:** The method of the present study was a descriptive survey of the correlation type and the statistical sample of the study consisted of (255) employees of the Irantourist and tourism investment company who were selected by simple random sampling method. Aquestionnaire was used to collect data. Also, the indicators of tourism development in accordance with modern hotel management were categorized into four main themes: cultural factors, social factors, economic factors, administrative and service factors. The fuzzy AHP method was used to rank the factors and the Expert Choice software was used to analyze the data and prioritize the factors and indicators. **Findings:** The results of data analysis show that there is a significant relationship between (identifying the traditions and cultural heritage of the people of each region, identifying the cultural practices and values accepted by the people of each region, giving importance to the environment by employees and personnel, informing and installing tourist guide symbols, complying with local laws, regulations and customs, promoting health-oriented and nature-friendly tourism, investing in clean energy and promoting the tourism brand, providing cash and job opportunities in the development of the tourism industry, expanding international cooperation in the field of attracting tourists, crisis management and paying sufficient attention to training specialized human resources, sustainable practices such as minimizing waste and recycling). **Conclusion:** The tourism industry and paying attention to modern hotel management as one of the important economic sectors of the world, plays a significant role in job creation, income generation and sustainable development.

Keywords:
Tourism development, modern tourism, modern hotel management, Irantourist and world tourism hotels.

Please cite this article as (APA): Raispour, A. (2026). Identifying and prioritizing factors affecting tourism development in line with modern hotel management (case study of Irantourist and tourism hotels group). (e252738). *Approaches in sociology and development*, *2*(2), 68-91.

https://doi.org/10.22034/jasd.2026.601776.1038

Authors retain the copyright and full publishing rights.
Published by Raz Nahan Publishing.
This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Publisher: Raz Nahan Publishing (RN.PUB)

Corresponding Author: Ali Raispour **Email:** ali106@iau.ac.ir

فصل‌نامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه
Journal of Approaches in Sociology and Development
https://www.jasd.ir
دوره ۲، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۵، صفحات ۶۸ تا ۹۱
پژوهشی - کمی
eISSN: 3115-7955

شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری (مورد مطالعه: گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی)

علی رئیس پور

گروه مدیریت دولتی، واحد رامهرمز، دانشگاه آزاد اسلامی، رامهرمز، ایران.

تاریخ دریافت:
۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۵
تاریخ بازنگری:
۲۰ تیر ۱۴۰۵
تاریخ پذیرش:
۱۲ مرداد ۱۴۰۵

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، شناسائی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری در گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی بود. **روش:** روش پژوهش حاضر توصیفی پیمایشی از نوع همبستگی بود و نمونه آماری پژوهش متشکل از (۲۵۵) نفر از کارکنان شرکت سرمایه‌گذاری ایرانگردی و جهانگردی بود که به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. همچنین شاخص‌های توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری در قالب چهارتم اصلی، عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل اداری و خدماتی دسته‌بندی شدند. برای رتبه‌بندی عوامل از روش AHP فازی و جهت تجزیه و تحلیل داده و اولویت‌بندی عوامل و شاخصها از نرم افزار Expert Choice استفاده گردید. **یافته‌ها:** نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد بین (شناسایی سنت‌ها و میراث فرهنگی مردم هر منطقه، شناسایی عملکردها و ارزش‌های فرهنگی مورد قبول مردم هر منطقه، اهمیت دادن کارکنان و پرسنل به محیط زیست، اطلاع رسانی و نصب نمادها، راهنمای گردشگران، رعایت قوانین و مقررات و آداب و رسوم محلی، ترویج گردشگری سلامت محور و دوستدار طبیعت، سرمایه گذاری در انرژی های پاک و ارتقای برند گردشگری، تامین پول نقد و فرصت‌های شغلی در توسعه صنعت گردشگری، گسترش همکاری‌های بین‌المللی در زمینه جذب توریست، مدیریت بحران و توجه کافی به آموزش نیروی انسانی متخصص، شیوه‌های پایداری مانند به حداقل رساندن زباله و بازیافت) رابطه معنی‌داری وجود دارد. **نتیجه گیری:** صنعت گردشگری و توجه به مدیریت نوین هتلداری به عنوان یکی از بخش‌های مهم اقتصادی جهان، نقش بسزایی در اشتغال زایی، درآمدزایی و توسعه پایدار دارد.

کلید واژه‌ها:
توسعه گردشگری،
گردشگری نوین،
مدیریت نوین هتلداری،
هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): رئیس پور، علی. (۱۴۰۵). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری (مورد مطالعه: گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی). *فصلنامه رهیافتی در جامعه شناسی و توسعه*، ۲(۲)، ۶۸-۹۱.

https://doi.org/10.22034/jasd.2026.601776.1038

Authors retain the copyright and full publishing rights.
Published by Raz Nahan Publishing.
This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: انتشارات راز نهان

ایمیل: ali106@iau.ac.ir
نویسنده مسئول: علی رئیس پور

مقدمه

صنعت گردشگری یکی از پویاترین و مهم‌ترین حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی در جهان معاصر به شمار می‌رود و در دهه‌های اخیر، توجه بسیاری از کشورها را به عنوان ابزاری مؤثر در توسعه پایدار، اشتغال‌زایی، و تقویت تعاملات فرهنگی جلب کرده است (ژانگ و همکاران[1]، ۲۰۲۵: ۱۰۱). توسعه گردشگری به‌ویژه در کشورهایی با ظرفیت‌های بکر و بالقوه، همواره با چالش‌هایی همراه بوده است. یکی از چالش‌های اساسی، عدم هم‌راستایی بین شیوه‌های سنتی مدیریت مراکز اقامتی و خدماتی با الزامات و انتظارات گردشگران امروزی است. در این میان، مدیریت نوین هتلداری به عنوان رویکردی مبتنی بر فناوری، نوآوری در خدمات، و تمرکز بر تجربه مشتری، می‌تواند نقشی کلیدی در ارتقای کیفیت خدمات گردشگری و به‌تبع آن، توسعه پایدار این صنعت ایفا کند (نیکا و همکاران[2]، ۲۰۲۵: ۱۷۶). ادبیات موجود نشان می‌دهد که اگرچه پژوهش‌های متعددی به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری پرداخته‌اند، اما تعداد معدودی از آن‌ها به طور خاص بر پیوند میان مدیریت نوین هتلداری و توسعه گردشگری تمرکز داشته‌اند، به‌ویژه در بافت نهادی خاصی همچون شرکت‌های سرمایه گذاری ایرانگردی و جهانگردی به عنوان یک نهاد فعال در حوزه گردشگری و هتلداری، نمونه‌ای ارزشمند برای بررسی این پیوند محسوب می‌شود. این سازمان با در اختیار داشتن مجموعه‌هایی نظیر هتل‌های زنجیره‌ای و مراکز تفریحی، بستری مناسب برای بررسی تأثیر مؤلفه‌های مدیریت نوین بر توسعه گردشگری در بستر سازمانی ایرانی فراهم آورده است (رمضانی و همکاران، ۱۴۰۵: ۲۲۱). با توجه به تحولات سریع در الگوهای تقاضای گردشگری، ضرورت بازنگری در شیوه‌های مدیریت مراکز اقامتی بیش از پیش احساس می‌شود. در این راستا، ناتوانی در انطباق با رویکردهای نوین مدیریت، نظیر استفاده از فناوری‌های دیجیتال، به‌کارگیری اصول بازاریابی تجربی، و توسعه سرمایه انسانی متناسب با استانداردهای جهانی، می‌تواند مانعی جدی برای رشد گردشگری داخلی و بین‌المللی باشد (کو و سامسوریجان[3]، ۲۰۲۵: ۱۷). شرکت سرمایه‌گذاری ایرانگردی و جهانگردی با مأموریت چندوجهی خود، نیازمند مدل مدیریتی منطبق با اقتضائات نوین است تا بتواند ضمن پاسخگویی به نیازهای متنوع گردشگران، در ارتقای جایگاه ایران در صنعت گردشگری نقش مؤثری ایفا کند (رضوانی و همکاران، ۱۴۰۵: ۲). یکی از مطلوب‌ترین گزینه‌های توسعه در برنامه‌های و سیاست‌های یک جامعه، توسعه گردشگری است زیرا منافع بالقوه اقتصادی آن مستقیم و غیرمستقیم به بهبود فرهنگی، زیستی و اقتصادی جامعه کمک می‌کند، همچنین توسعه پایدار گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از محرک‌های رشد اقتصادی، توسعه فراگیر و پایداری محیط زیست تلقی شود (نقیلو و همکاران، ۱۴۰۵: ۵). اقتصاد گردشگری یکی از سریع‌ترین صنایع رو به رشد جهان، ابزاری برای ایجاد درآمد ملی، از اصلی‌ترین ارکان اقتصادی جهان و نیز از مفاهیم، اشکال و ارکان توسعه‌پایدار قلمداد می‌شود؛ همچنین دستیابی به توسعه‌ی گردشگری به عواملی نظیر ساختار مناسب سازمانی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و

[1] - Zhang & etal
[2] - Nica & etal
[3] - Ku & Samsurijan

مقررات گردشگری و جذب سرمایه، وابسته است (وانگ و همکاران[1]، ۲۰۲۵: ۳۳). برای ایجاد توسعه پایدار و مناسب صنعت گردشگری، وجود یک مدیریت توانا و منسجم و هماهنگی بین بخش‌های دولتی و خصوصی، بسیار حائز اهمیت است (ایمانی و همکاران، ۱۴۰۵: ۱۲۳). مدیریت گردشگری خصوصا گردشگری پایدار در بسیاری از کشورها به منزله نمادی از هویت فرهنگی، طبیعی و انسانی از بخش های مهم اقتصادی محسوب می شود. از این رو، پایداری در گردشگری، مستلزم توجه نظام‌مند به ابعاد فنی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، تاریخی و زیست محیطی در حرکت به سوی استفاده از جاذبه های گردشگری مطابق با نیاز امروز و حفظ و ماندگاری این منابع برای آینده است (ناصری نژاد و ریگی، ۱۴۰۵: ۱۸۴). امروزه با توسعه اقتصادی و یکپارچگی عمیق، گردشگری همواره به عنوان یک بخش اقتصادی با پتانسیل مالی، درآمدی، سودآوری و سایر مسائل اجتماعی مورد ارزیابی قرار گرفته است (دویران، ۱۴۰۵: ۱۳). صنعت هتلداری و گردشگری دارای چندین ویژگی منحصر به فرد است که در مقایسه با سایر صنایع، چالش‌های بیشتری را برای فعالان این بخش ایجاد می‌کند. این صنعت به شدت رقابتی است، همچنین بخش‌های خدماتی که با تقاضای فزاینده مشتری مواجه هستند نیازمند خلاقیت و تعهد کارکنان به بهبود کیفیت خدمات همزمان با ایجاد و ارائه خدمات است (یانگ و لیو[2]، ۲۰۲۵: ۳۷). بقای صنعت هتلداری در بازار پر تقاضا و پویا و بالا بردن سطح رقابت‌پذیری در گرو ارتقای کیفیت محصولات و خدمات هتلداری است و شرکت‌های هتل‌داری که بر کیفیت و در نتیجه رضایت مهمانان خود تمرکز می‌کنند، می‌توانند در بازار پر تقاضای گردشگری موفق باشند (محمدی و همکاران، ۱۴۰۳: ۱۲۷). گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی به‌عنوان قدیمی‌ترین و گسترده‌ترین زنجیره هتل‌داری کشور، با سابقه‌ای بالغ بر شش دهه، نقشی مؤثر و ماندگار در صنعت گردشگری ایران ایفا نموده است. این گروه با بهره‌گیری از ظرفیت‌های گسترده اقامتی و پذیرایی در سراسر کشور، به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه گردشگری داخلی و بین‌المللی شناخته می‌شود. و همچنین با توجه به این که یکی از بهترین راه‌ها برای ارزآوری و بهبود وضعیت اقتصادی کشور، جایگزینی صنعت گردشگری و هتلداری با صادرات منابع طبیعی و ملی است. صنعت گردشگری یکی از شاه‌راه های ارتقای اقتصاد کشور است و برای اینکه صنعت گردشگری بتواند نقش خود را در شکوفایی و توسعه کشور ایفا کند، نیاز به زیرساخت‌هایی مانند خدمات حمل و نقل، هتل و اقامتگاه دارد و تامین آنها مستلزم کارآفرینی بوده و به طور مستقیم یا غیرمستقیم منجر به ایجاد مشاغل جدید می‌شود و در این میان گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی نیز سهم بالایی در این توسعه دارد بنابراین در این پژوهش به بررسی پاسخ این سوال پرداخته است که عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری در گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی کدامند؟

[1] - Wang & etal
[2] - Yang & Liu

مبانی نظری پژوهش

واژه توریسم[1]، نخستین بار در سال ۱۸۱۱ در مجله‌ای به نام اسپورتینگ آمده است. از دهه ۱۹۷۰ مطالعات مربوط به صنعت توریسم به مفهوم امروزی خود جایگاه خاصی در میان سایر علوم دانشگاهی به وجود آورده است و امروزه توریسم یکی از امیدبخش‌ترین فعالیت‌هایی است که از آن به عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌شود. گردشگری یکی از رشد یافته‌ترین صنایع نیمه دوم قرن بیستم بود و اغلب به عنوان کلید یا رمز رشد اقتصادی، چه در کشورهای توسعه یافته و چه کشورهای در حال توسعه به کار رفت. با توجه به اهمیت صنعت گردشگری، علاوه بر عوامل فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، عوامل محیط طبیعی نیز نقش مهمی را در توسعه گردشگری و همچنین جذب گردشگر ایفا می‌کنند (زاقموت[2]، ۲۰۲۴: ۳۳). گردشگری از مهم‌ترین فعالیت‌های انسان معاصر است که همراه با به وجود آوردن تغییراتی شگرف در سیمای زمین، اوضاع سیاسی و اقتصادی و فرهنگی، منش و روش زندگی انسان‌ها را دگرگون می‌سازد. به استناد تعاریف سازمان جهانی جهانگردی، پیش‌نیاز توسعه پایدار گردشگری، تلفیق و هماهنگی اهداف اقتصادی و زیست محیطی و نیز اجتماعی و فرهنگی است. این امر متضمن تأمین منافع درازمدت جامعه میزبان، گردشگران مهمان و حفاظت از منابع طبیعی و میراث فرهنگی است (لی و همکاران[3]، ۲۰۲۴: ۸۹). یکی از مطلوب‌ترین گزینه‌های توسعه در برنامه‌های و سیاست‌های یک جامعه، توسعه گردشگری است زیرا منافع بالقوه اقتصادی آن مستقیم و غیرمستقیم به بهبود فرهنگی، زیستی و اقتصادی جامعه کمک می‌کند، همچنین توسعه پایدار گردشگری می‌تواند به عنوان یکی از محرک‌های رشد اقتصادی، توسعه فراگیر و پایداری محیط زیست تلقی شود اقتصاد گردشگری یکی از سریع‌ترین صنایع رو به رشد جهان، ابزاری برای ایجاد درآمد ملی، از اصلی‌ترین ارکان اقتصادی جهان و نیز از مفاهیم، اشکال و ارکان توسعه پایدار قلمداد می شود (کاروکارترو و مونری رودریگز[4]، ۲۰۲۵: ۲۴۷). گردشگری در ایجاد حسن نیت در بین مردم و در نتیجه رشد اقتصادی-اجتماعی در کشور حیاتی است. گردشگری به عنوان یک صنعت سهم قابل توجهی در ذخایر ارزی کشور دارد و فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم را برای قشر وسیعی از مردم فراهم می کند. همچنین حمایت از صنایع دستی و هنرهای زیبای یک ملت به حفظ زیبایی طبیعت، میراث فرهنگی کشور و سنت خاک و نیز تقویت روند همگرایی ملی و برادری جهانی کمک می کند. برای اهداف تحلیلی، تمایز بین اشکال مختلف گردشگری مهم است. به عنوان مثال، گردشگری اغلب به دو دسته اصلی تقسیم می شود: گردشگری بین المللی و گردشگری داخلی، که با محدودیت سرزمینی اقامت دائم گردشگر تعیین می شود. حداقل مدت زمان سفر برای واجد شرایط بودن به عنوان یک تور وجود ندارد و جزء مهم آن حرکت دور از محل اقامت دائم به مقصد یا مکان هایی است

[1] - Tourism
[2] - Zaghmout
[3] - Li & etal
[4] - Caro-Carretero & Monroy-Rodríguez

که در همان منطقه نیستند (اگروال و همکاران[1]، ۲۰۲۴: ۱۰۹). گردشگری، یک صنعت جهانی است. این یک فعالیت اقتصادی قابل توجه در سراسر جهان است. این نه تنها به طور مستقیم به اقتصاد ملی کمک می کند، بلکه پیوندهای مهمی با بسیاری از بخش های دیگر مانند کشاورزی، دامپروری، صنایع دستی، ساختمان، حمل و نقل، سرگرمی و غیره دارد (ساحین کورمسلی[2]، ۲۰۲۴: ۲۸). گردشگری ورودی، به عنوان یک خدمات تجارت جهانی، رشد کرده و به یکی از تجارت های اصلی جهان تبدیل شده است. گردشگری منبع اصلی پول خارجی برای بسیاری از کشورهای در حال توسعه است. بر اساس گزارش (سازمان جهانی گردشگری ملل متحد یا به طور خلاصه سازمان جهانی گردشگری[3]): بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، گردشگری در سال ۲۰۱۴ نه درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد. انتظار می‌رود گردشگری ۹.۰۱ درصد از کل مشاغل (مستقیم و غیرمستقیم) یا یک شغل از هر یازده شغل جدید تولید شده را تشکیل دهد (خانی آرانی، ۱۴۰۵: ۲۳). تأثیر سودمند عظیم تولید شده توسط صنعت گردشگری، بسیاری از کشورها را وادار کرده است تا تلاش‌های خود را برای رشد بخش گردشگری خود تقویت کنند و تا حد امکان خود را برای تصاحب هر چه بیشتر بازار گردشگری در حال گسترش در سراسر جهان آماده کنند. با تسریع توسعه اقتصادی، با تعداد زیادی موانع جدید مواجه خواهد شد. از آنجایی که دولت‌ها و بخش‌های شرکتی در بسیاری از کشورهای مستقر و نوظهور تلاش می کنند تا تعهدات مالی خود را به حداقل برسانند، و با افزایش قیمت‌های جهانی نفت و کالاها به صورت سالانه، پیش‌بینی می‌شود که بخش گردشگری یکی از سریع‌ترین صنایع در حال گسترش جهان باشد. بنابراین، اهمیت سفر و گردشگری به عنوان محرک رشد اقتصادی به طور گسترده‌تری به‌ویژه در کشورهای نوظهور مانند هند مورد اذعان قرار می گیرد. گردشگری نه تنها شغل ایجاد می کند، بلکه با توزیع برابرتر مزیت های اجتماعی-اقتصادی در میان جمعیت به توسعه بلندمدت و کاهش فقر کمک می کند (وانگ، ۲۰۲۵: ۱۹۷). میراث فرهنگی، یکی از دارایی‌های بی‌قیمت هر جامعه است که همچنین مسئولیت جامعه جهت حفظ و انتقال آن به نسل‌های آینده را برعهده دارد. گردشگری باعث می‌شود که افراد از نقاط مختلف جهان به میراث‌های فرهنگی یک جامعه دست پیدا کنند و این تعامل میان فرهنگ‌ها نه تنها ارتباطات فرهنگی را تقویت می کند بلکه در حفظ و نگهداری این میراث نقش بسیار مهمی ایفا می کند (دای و ژانگ[4]، ۲۰۲۴: ۱۳۲).

پیشینه پژوهش

- رضائی و حسینی پور عزآبادی (۱۴۰۳) تحقیقی را تحت عنوان بررسی تاثیرات گردشگری بر شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی کیفیت زندگی (مطالعه موردی: شهر اشکذر) انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد در شهر اشکذر

[1] - Agarwal & etal
[2] - Şahin Körmeçli
[3] - UNWTO
[4] - Dai & Zhang

گردشگری در شاخص‌های «اجتماعی-فرهنگی» اثر مثبت داشته و در شاخص «اقتصادی» بی تاثیر بوده است. برنامه‌ریزان شهری و گردشگری با توجه به نتایج این پژوهش، برنامه های مناسبی را برای توسعه این صنعت در راستای ارتقاء سطح کیفیت زندگی در شهر اشکذر می‌توانند طراحی کنند.

- بارعی و همکاران (۱۴۰۴) تحقیقی را تحت عنوان تحلیل فرآیند توسعه گردشگری در سایت های میراث جهانی نمونه مطالعاتی: بازار تاریخی تبریز انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که سه گویه ارزشمندی، جاذبه شاخص، آگاهی و مسئولیت به عنوان گویه‌های اصلی توسعه‌ی گردشگری بازار شناسایی شـدند. گویه ارزشمندی در مرکز این ساختار سه گانه قرار دارد و علاوه بر آن گویه‌های جاذبه‌ی شاخص و آگاهی خود نیز نتیجه این گویه ارزشمندی هستند.

- کریم حاتمی و همکاران (۱۴۰۴) تحقیقی را تحت عنوان آینده پژوهی نقش پیشران‌های کلیدی گردشگری خلاق شهری در راستای توسعه‌ی پایدار (مورد مطالعه: کلان‌شهر اهواز) انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که عواملی مانند آگاهی اجتماعی، مشارکت مردمی، و برندسازی نقش حیاتی در توسعه پایدار این صنعت دارند. در نهایت، با تأکید بر این پیشران‌ها، راهبردهایی برای برنامه‌ریزی و بهبود وضعیت گردشگری خلاق در این کلان‌شهر ارائه شده است.

- بابائی (۱۴۰۵) تحقیقی را تحت عنوان تحلیل اثرات توسعهٔ گردشگری در بافت‌های تاریخی (نمونهٔ مورد مطالعه: محلهٔ دباغان قزوین) انجام داد. نتایج این تحقیق نشان داد در مرحلهٔ کدگذاری باز، ۵۲۱ کد اولیه استخراج شد. سپس، با کدگذاری محوری این کدها به ۷ مقولهٔ اصلی شامل «نگرش به میراث و حفظ بافت»، «رضایت از امکانات شهری»، «ارتقای امنیت و ایمنی»، «حفاظت از هویت فرهنگی»، «مشارکت اجتماعی»، «تقویت ظرفیت‌های اقتصادی گردشگری» و «دیدگاه نسبت به مشاغل محلی» سازمان‌دهی شد. در نهایت، از طریق کدگذاری گزینشی، یک مقولهٔ نهایی با عنوان «ارتقای یکپارچهٔ ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و کالبدی محله مبتنی بر توسعهٔ گردشگری» شکل گرفت. یافته‌ها نشان داد ادراک ساکنان یک الگوی چندبعدی هم‌افزا را دنبال می‌کند که در آن بهبود وضعیت اقتصادی، تقویت تعاملات اجتماعی، حفاظت فرهنگی و ارتقای کیفیت کالبدی به طور هم‌زمان عمل می‌کنند.

- خانی آرانی (۱۴۰۵) تحقیقی را تحت عنوان تحلیل اثرات گردشگری بر توسعهٔ پایدار منطقه‌ای (مطالعهٔ موردی: بخش کویرات شهرستان آران و بیدگل) انجام داد. نتایج این تحقیق نشان داد میانگین ادراک ساکنان از اثرات گردشگری در بعد اقتصادی (۰۰/۳)، اجتماعی ـ فرهنگی (۹۳/۲) و زیست‌محیطی (۰۱/۳) بسیار نزدیک به سطح متوسط بوده و هیچ‌یک از این ابعاد تفاوت معناداری با مقدار مرجع نداشتند. در مقایسهٔ ابعاد، بعد اقتصادی از اولویت نسبی بالاتری برخوردار بود، هرچند این تفاوت از نظر آماری معنادار نبود. همچنین، بین تمامی ابعاد توسعهٔ پایدار روابط مثبت و معناداری مشاهده شد، در حالی که تفاوت معناداری میان دیدگاه زنان و مردان وجود نداشت. در مجموع، نتایج نشان می‌دهد گردشگری در وضعیت کنونی نتوانسته نقش مؤثری در تحقق توسعهٔ پایدار منطقه‌ای ایفا کند و آثار آن از دیدگاه

جامعهٔ محلی در سطحی محدود باقی مانده است؛ امری که ضرورت گذار به الگوهای برنامه‌ریزی‌شده، مشارکت‌محور و متناسب با ظرفیت‌های مناطق کویری را برجسته می‌سازد.

- پاتل و همکاران[1] (۲۰۲۲) تحقیقی را تحت عنوان مدیریت پایداری در هتل‌های شهری: بررسی عوامل کلیدی موفقیت انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که ترکیب مدیریت منابع انسانی کارآمد، استفاده از فناوری‌های نوین و توجه به فرهنگ محلی، از عوامل مهم موفقیت در توسعه پایدار هتل‌ها است.

- الشرنوبی و البنا[2] (۲۰۲۲) تحقیقی را تحت عنوان تغییر یا نابودی: بررسی نقش سرمایه انسانی و قابلیت‌های بازاریابی پویا در بخش هتلداری انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد که توسعه مهارت‌های نیروی انسانی و انعطاف‌پذیری در استراتژی‌های بازاریابی، از عوامل کلیدی موفقیت شرکت‌های هتلداری در مواجهه با تغییرات بازار است.

- هی و همکاران[3] (۲۰۲۴) تحقیقی را تحت عنوان ارزیابی توسعه گردشگری با کیفیت در چین: تحلیلی بر اساس میزان عدم تطابق و عوامل مؤثر بر آن انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد سطح کلی توسعه کیفیت در صنعت گردشگری چین بالا نیست، با درجه پایینی از عدم تطابق غالب، و روندی از عدم تطابق به مشابه دیگر. توسعه باکیفیت صنعت ملی گردشگری عمدتاً به دلیل کیفیت بالای عرضه گردشگری و مزایای جامع گردشگری است. نقش ساختار صنعت گردشگری در ترویج توسعه گردشگری با کیفیت بالا در چین هنوز به طور کامل مورد بهره برداری قرار نگرفته است. چهار منطقه اصلی چین شاهد توسعه گردشگری با کیفیت بالا بوده اند، به طوری که منطقه شرقی به طور کلی بهتر از مناطق مرکزی، غربی و شمال شرقی است. شکاف بین چهار منطقه کاهش یافته است، اما عملکرد ناپایدار است. تغییر الگوی توسعه گردشگری کیفی در چهار منطقه در کوتاه مدت دشوار است. رتبه هر استان از نظر سطح توسعه گردشگری با کیفیت نسبتاً ثابت است، اما سطح متوسط به طور قابل توجهی متفاوت است. تمایز فضایی در چهار منطقه مشهود است، به ویژه در شرق. سیاست گذاران باید سیاست های خود را بر بهینه سازی ساختار صنعت گردشگری، اجرای استراتژی های توسعه متمایز و افزایش ظرفیت برای توسعه هماهنگ منطقه ای با تمرکز بر کیفیت عرضه گردشگری و مزایای کلی گردشگری در منطقه غرب متمرکز کنند.

- کاروکارترو و مونری رودریگز (۲۰۲۵) تحقیقی تحت عنوان ادراک ساکنان از گردشگری و مدیریت گردشگری پایدار: برنامه‌ریزی برای پیشگیری از مشکلات آتی در مدیریت مقصد گردشگری (مطالعه موردی: کاسرس، اسپانیا) انجام دادند. نتایج این تحقیق نشان داد با استفاده از تحلیل مؤلفه‌های اصلی (PCA) و تحلیل خوشه‌ای، این نگرش‌ها مورد مطالعه قرار گرفته و با عوامل اجتماعی-جمعیتی مرتبط می‌شوند تا برنامه‌ریزی مؤثر برای اسکان گردشگران شهری امکان‌پذیر شود. ساکنان مزایای گردشگری، مانند رشد اقتصادی و حفظ فرهنگ را تشخیص می‌دهند، اما

[1]- Patel & etal
[2] -Elsharnouby & Elbanna
[3] He & etal

نگرانی‌هایی در مورد تأثیرات اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی ابراز می‌کنند و بر لزوم ایجاد تعادل بین رشد گردشگری و نیازهای ساکنان تأکید دارند. تجزیه و تحلیل‌های آماری انجام شده، نگرش‌های متفاوتی را نسبت به گردشگری نشان می‌دهد و اهمیت تنظیم و مدیریت تأثیرات اجتماعی و فرهنگی را برجسته می‌کند. این مطالعه به نفع استراتژی‌های مدیریت پایدار برای گردشگری استدلال می‌کند و اقدامات هدفمندی را برای رسیدگی به نگرانی‌های جامعه و جلوگیری از نوسازی پیشگیرانه پیشنهاد می‌دهد. با مرتبط کردن برداشت‌ها با عوامل اجتماعی-جمعیتی، بینش‌هایی را برای ادغام مسئولانه اجاره‌های کوتاه‌مدت (VRU) در مناطق شهری ارائه می‌دهد.

روش شناسی پژوهش

این تحقیق از لحاظ هدف، توسعه‌ای و از نظر روش و ماهیت جزء تحقیقات توصیفی محسوب می‌شود. در تحقیقات توصیفی محقق آنچه را که هست توصیف و تفسیر می‌کند و به شرایط و روابط موجود، عقاید متداول، فرآیندهای جاری، آثار مشهود یا روندهای در حال گسترش توجه دارد. پژوهش حاضر نیز از نوع تحقیقات توصیفی محسوب می‌شود زیرا با استفاده از دیدگاه مدیران و کارشناسان پرداخته است. به بیانی دیگر در تحقیقات توصیفی پژوهشگر به ارزیابی شرایط کار، موقعیت پدیده، عقاید موجود و روابط بین متغیرهای مورد مطالعه می پردازد. استراتژی‌های پژوهش‌های کمی سه گونه‌اند: پیمایشی، همبستگی، تجربی. تحقیق حاضر از استراتژی پیمایشی استفاده کرده است که در آن پژوهشگر نوعی پیمایش بر روی یک نمونه یا کلیت جامعه اجرا می‌کند تا نگرش‌ها، افکار، رفتار یا خصیصه های جامعه را توصیف کند. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه کارکنان شرکت سرمایه‌گذاری ایرانگردی و جهانگردی بود به تعداد (۷۵۶) نفر، که از این تعداد ۲۵۵ نفر بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی ساده و طبق فرمول کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. به منظور گردآوری داده‌ها و اطلاعات لازم جهت تشکیل ساختار سلسله‌مراتبی مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های استخراج شده ادبیات موضوع از پرسشنامه عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری (محقق ساخته) استفاده گردید. روایی و پایایی پرسشنامه به ترتیب ۰/۹۲ و ۰/۸۹ سنجیده شد. و برای رتبه بندی عوامل از روش AHP فازی و جهت تجزیه و تحلیل داده و اولویت بندی عوامل و شاخص‌ها از نرم افزار Expert Choice استفاده گردید.

$$n=\frac{\frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^{2}\times p\times q}{d^{2}}}{1+\left[\frac{1}{N}\left(\frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^{2}\times p\times q}{d^{2}}-1\right)\right]}\Rightarrow n=\frac{(1/96)^{2}\times\frac{(0/5\times 0/5)}{(0/05)^{2}}}{1+\frac{1}{756}(1/96)^{2}\times\frac{(0/5\times 0/5)}{(0/05)^{2}}-1}\cong 255$$

Z=1. 96: صدک نهصد و هفتاد و پنج هزارم در توزیع نرمال استاندارد.

P=0. 5 و q=1-p: نسبت واحدهای جامعه با یک ویژگی مورد نظر.

α=0. 05: خطای نوع اول.

d=0. 05: حداکثر خطای برآورد در نظر گرفته شده.

N=255: حجم جامعه.

جدول(۱): آلفای کرونباخ هر یک از ابعاد پرسشنامه

ابعاد	آلفای کرونباخ
عوامل فرهنگی	۰/۸۱۲
عوامل اجتماعی	۰/۷۹۶
عوامل اقتصادی	۰/۸۹۶
عوامل اداری و خدماتی	۰/۸۲۴
کل پرسش‌نامه	۰/۸۹۰

یافته‌های پژوهش

از آنجایی که در این تحقیق از روش AHP فازی- گروهی استفاده شده است، لذا ابتدا باید ساختار سلسله مراتبی برای مؤلفه ها و زیر مؤلفه ها تهیه گردد. به منظور تشکیل ساختار سلسله مراتبی مؤلفه ها و زیر مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری، پس از مطالعه و استخراج مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌ها از ادبیات موضوع، به جمع آوری نظرات خبرگان پرداخته شد. همان طور که ذکر گردید، با توجه به پاسخ‌های پرسشنامه و استفاده از روش تجزیه و تحلیل عاملی، مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌هایی که از ادبیات موضوع استخراج شده بودند، به صورت ساختار سلسله مراتبی طبقه بندی گردیدند.

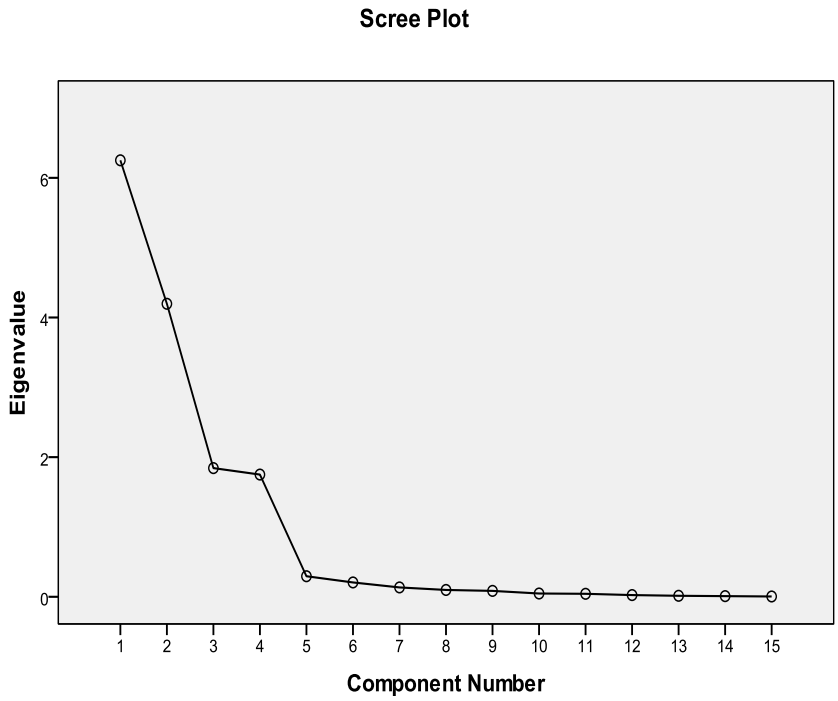
جدول (۲): واریانس کل تبیین شده

عوامل	واریانس تبیین شده		
	مقدار واریانس	درصد واریانس	درصد تجمعی
شناسایی سنت‌ها، ارزش ها و میراث فرهنگی مردم هر منطقه	۶.۲۵۱	۴۱.۶۷۵	۴۱.۶۷۵
اهمیت دادن کارکنان و پرسنل به محیط زیست	۴.۱۹۶	۲۷.۹۷۶	۶۹.۶۵۱
اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران	۱.۸۴۳	۱۲.۲۸۶	۸۱.۹۳۶
رعایت قوانین و مقررات گردشگری	۱.۷۵۰	۱۱.۶۷۰	۹۳.۶۰۶
توجه و احترام به آداب و رسوم محلی مردم منطقه	۰.۲۹۴	۱.۹۶۲	۶۳.۲۵۶
ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت	۰.۲۰۵	۱.۳۷۰	۴۳.۵۸۷
سرمایه گذاری در انرژی های پاک و ارتقای برند گردشگری	۰.۱۳۴	۰.۸۹۴	
تامین پول نقد و فرصت‌های شغلی در توسعه صنعت گردشگری	۰.۰۹۸	۰.۶۵۳	

	۰.۵۶۴	۰.۰۸۵	گسترش همکاری‌های بین المللی در زمینه جذب توریست
	۰.۳۱۳	۰.۰۴۷	مدیریت بحران و شیوه‌های پایداری مانند به حداقل رساندن زباله و بازیافت
	۰.۲۵۸	۰.۰۴۳	توجه کافی به آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری نوین

همانطور که مشاهده می شود چهار عامل، حدود ۹۳ درصد واریانس را تشکیل می‌دهند و تنها حدود ۷ درصد توسط عوامل ناشناخته‌ی دیگری بر مهاجرت قشر متوسط اثر می گذارند.

نمودار سنگریزه مؤید این است که چهار عاملی اصلی در توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری سهم به سزایی دارند. یعنی سؤالات در چهار عامل یا مؤلفه‌ی اصلی قرار می‌گیرند. این چهار مؤلفه عبارتند از عوامل فرهنگی، عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل اداری و خدماتی، که بیشترین درصد واریانس را به خود اختصاص می دهند. همان طور که در نمودار (۱) نشان داده شده است از عامل چهارم به بعد نمودار از عدد یک کمتر می گردد و بیانگر این است که ابعاد ستخراج شده از چهار عامل بیشتر نیست.



نمودار (۱): نمودار سنگریزه

در تحلیل عاملی اکتشافی اگر بارهای عاملی (زیر مؤلفه‌ها) منفی زیادی وجود داشته باشد، به منظور اینکه اعداد منفی کمتری حاصل گردد و تفسیر نتایج تسهیل گردد، از چرخش محورهای مختصات استفاده می شود. یکی از روش‌های

چرخش محورهای مختصات روش واریماکس است. پس از اجرای تحلیل عاملی و چرخش واریماکس محورهای مختصات، دسته بندی زیر مؤلفه ها به صورت جدول زیر حاصل شد.

جدول (۳): ماتریس چرخش یافته زیر مؤلفه ها

زیر مؤلفه ها	مؤلفه ها			
	عوامل اداری و خدماتی	عوامل اقتصادی	عوامل اجتماعی	عوامل فرهنگی
شناسایی سنت‌ها، ارزش ها و میراث فرهنگی مردم هر منطقه	۰.۹۷۴	۰.۲۴۲	-۰.۱۹۰	-۰.۰۹۶
اهمیت دادن کارکنان و پرسنل به محیط زیست	۰.۹۷۱	-۰.۱۸۸	۰.۳۶۸	-۰.۱۱۱
اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران	۰.۹۴۱	۰.۶	۰.۲۶۷	۰.۱۸۱
رعایت قوانین و مقررات گردشگری	۰.۹۲۸	-۰.۳۹۸	-۰.۰۴۹	۰.۱۱۶
توجه و احترام به آداب و رسوم محلی مردم منطقه	۰.۹۱۶	۰.۲۸۲	۰.۴۳۹	-۰.۰۸۸
ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت	۰.۰۸۶	۰.۹۸۱	۰.۰۲۴	-۰.۳۷۶
سرمایه‌گذاری در انرژی‌های پاک و ارتقای برند گردشگری	۰.۳۱۶	۰.۹۶۴	۰.۰۶۹	-۰.۸۶۳
تامین پول نقد و فرصت‌های شغلی در توسعه صنعت گردشگری	-۰.۰۷۴	۰.۹۲۳	۰.۱۳۷	۰.۰۱۹
گسترش همکاری‌های بین المللی در زمینه جذب توریست	۰.۱۵۵	۰.۹۱۸	۰.۴۲۴	-۰.۱۱۲
مدیریت بحران و شیوه‌های پایداری مانند به حداقل رساندن زباله و بازیافت	۰.۳۰۸	۰.۹۰۹	۰.۰۶۷	۰.۴۶۲
توجه کافی به آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری نوین	-۰.۰۳۳	-۰.۲۹۷	۰.۹۲۱	۰.۴۵۷

در این روش، اگر هر زیر مؤلفه در مؤلفه‌های مشخص شده امتیاز بیشتر از ۰.۵ به دست آورد در زیر مجموعه آن مؤلفه قرار خواهد گرفت.

طبق جدول بالا، زیر مؤلفه‌های (شناسایی سنت‌ها، ارزش ها و میراث فرهنگی مردم هر منطقه ، اهمیت دادن کارکنان و پرسنل به محیط زیست) در ستون مؤلفه عوامل فرهنگی قرار گرفته اند. (اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران، رعایت قوانین و مقررات گردشگری، توجه و احترام به آداب و رسوم محلی مردم منطقه، ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت) در ستون مؤلفه عوامل اجتماعی قرار گرفته اند. (سرمایه گذاری در انرژی های پاک و ارتقای برند گردشگری ، تامین پول نقد و فرصت‌های شغلی در توسعه صنعت گردشگری، گسترش

همکاری‌های بین المللی در زمینه جذب توریست) در ستون مؤلفه عوامل اقتصادی قرار دارند و در نهایت مؤلفه‌های (مدیریت بحران و شیوه‌های پایداری مانند به حداقل رساندن زباله و بازیافت، توجه کافی به آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری نوین) در ستون مؤلفه عوامل اداری و خدماتی قرار گرفته است.

همان گونه که قبلاً اشاره شد، برای بدست آوردن اهمیت و یا به عبارت دیگر وزن هرکدام از مؤلفه ها و زیرمؤلفه ها، از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی گروهی-فازی استفاده شد. در این بخش از تحقیق، جداول مقایسات زوجی مؤلفه ها و زیرمؤلفه ها در قالب پرسشنامه شماره دو، به یازده نفر از خبرگان دانشگاهی یا همان تیم تصمیم، تحویل داده شد. سپس برای اجرای گروهی AHP فازی از میانگین هندسی نظرات افراد استفاده شد. میانگین هندسی اعداد فازی و جداول نهایی وزن عناصر، که حاصل از نظرات این صاحب نظران می باشد، در ادامه آمده است.

ماتریس های نهایی فازی

در جدول(۴) میانگین هندسی نظرات خبرگان در مقایسات زوجی مؤلفه ها، به صورت فازی آمده است. برای توضیح اعداد موجود در این سلول ها، می توان با ذکر یک نمونه بحث را ادامه داد. به عنوان مثال در ردیف دوم و ستون سوم جدول (۴) این اعداد آمده اند: (۱.۵۰۰و۱.۱۵۳و۰.۸۲۸). همان گونه که بیان شد، این اعداد حاصل میانگین هندسی نظرات تیم تصمیم هجده نفره می باشند. این تیم تصمیم نظرات خود را راجع به هر مقایسه زوجی، در طیف شش تائی از اهمیت یکسان تا کاملاً مهم بیان نموده اند.

جدول(٤): ماتریس فازی-گروهی مقایسات زوجی مؤلفه ها

	عوامل فرهنگی	عوامل اجتماعی	عوامل اقتصادی	عوامل اداری و خدماتی
عوامل فرهنگی	(۱و۱و۱)	(۰.۸۲۸و۱.۳۲۷و۰.۹۰۸)	(۰.۸۸۰و۱.۲۴۷و۱.۶۲۲)	(۰.۸۰۳و۱.۱۲۲و۱.۴۹۶)
	(۱.۱۰۱و۰.۷۵۴و۰.۵۴۷)	(۱و۱و۱)	(۰.۸۲۸و۱.۱۵۳و۱.۵۰۰)	(۰.۸۲۸و۱.۱۰۲و۱.۴۱۱)
عوامل اجتماعی	(۱.۱۳۶و۰.۸۰۲و۰.۶۱۶)	(۱.۲۰۸و۰.۸۶۷و۰.۶۶۷)	(۱و۱و۱)	(۰.۷۲۲و۱.۰۴۸و۱.۴۵۶)
عوامل اقتصادی	(۱.۲۴۶و۰.۸۹۱و۰.۶۶۹)	(۰.۷۰۹و۰.۹۰۷و۱.۲۰۸)	(۰.۶۸۷و۰.۹۵۴و۱.۳۸۵)	(۱و۱و۱)
عوامل اداری و خدماتی	(۱.۳۰۹و۰.۸۹۲و۰.۶۴۶)	(۰.۸۰۱و۰.۹۱۷و۱.۲۰۸)	(۰.۶۵۷و۰.۹۶۴و۱.۳۹۱)	(۱و۱و۱)

با توجه به اینکه از اعداد فازی مثلثی استفاده شده است، هرکدام از اعداد طیف شش تایی از اهمیت یکسان تا کاملاً مهم بیانگر سه عدد می باشند که این اعداد با توجه به جدول (۴) (ثریایی و همکاران، ۱۳۸۵) استخراج می‌شوند. به عنوان مثال عدد ۲ از طیف شش تایی که بیان گر اهمیت تقریباً یکسان می باشد با توجه به جدول (۴) توسط سه عدد (۰.۵و۱و۱.۵) به صورت فازی بیان می شود. در نهایت از نظرات فازی تیم تصمیم، میانگین هندسی گرفته شده که حاصل آن، اعداد موجود در این سلول می باشد. همچنین با توجه به قوانین مقایسات زوجی فازی (آذر و فرجی،

۱۳۸۱)، عدد فازی سلول ردیف دوم و ستون سوم جدول (۵) به صورت زیر معکوس شده و در سلول ردیف سوم و ستون دوم ، نمایش داده شده است.

(۱.۵۰۰و۱.۱۵۳و۰.۸۲۸) (۱/۱.۵۰۰و۱/۱.۱۵۳و۱/۰.۸۲۸) ⟵ (۰.۶۶۷ ⟵ ۰.۸۶۷و۱.۲۰۸ و

در جدول (۵) میانگین هندسی- فازی نظرات در زیرمؤلفه های عوامل فرهنگی- اجتماعی آمده است.

جدول (۵): ماتریس فازی-گروهی مقایسات زوجی زیرمؤلفه های عوامل فرهنگی

	شناسایی سنت‌ها، ارزش ها و میراث فرهنگی مردم هر منطقه	اهمیت دادن کارکنان و پرسنل به محیط زیست
شناسایی سنت‌ها، ارزش ها و میراث فرهنگی مردم هر منطقه	(۱و۱و۱)	(۱.۴۷۷و۱.۹۳۸و۲.۳۸۳)
اهمیت دادن کارکنان و پرسنل به محیط زیست	(۰.۴۲۰و۰.۵۱۶و۰.۶۷۷)	(۱و۱و۱)

در جدول (۶) میانگین هندسی نظرات خبرگان در مقایسات زوجی زیرمؤلفه های عوامل اجتماعی، به صورت فازی آمده است.

جدول(٦): ماتریس فازی-گروهی مقایسات زوجی زیرمؤلفه های عوامل اجتماعی

	اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران	رعایت قوانین و مقررات گردشگری	توجه و احترام به آداب و رسوم محلی مردم منطقه	ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت
اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران	(۱و۱و۱)	(۱.۰۹۰و۱.۴۸۸و۲.۰۱۱)	(۰.۷۸۸و۱.۲۴۴و۱.۷۱۵)	(۱.۵۲۲و۲.۰۶۷و۲.۶۴۳)
رعایت قوانین و مقررات گردشگری	(۰.۴۹۷و۰.۶۷۲و۰.۹۱۷)	(۱و۱و۱)	(۰.۹۳۹و۱.۳۰۴و۱.۷۸۴)	(۰۸۶۰.و۱.۲۰۳و۱.۲۸۹)
توجه و احترام به آداب و رسوم محلی	(۰.۵۸۳و۰.۸۱۷و۱.۲۶۸)	(۰.۵۶۰و۰.۷۶۷و۱.۰۶۵)	(۱و۱و۱)	(۰.۳۷۸و۰.۴۸۴و۰.۶۵۷)

مردم منطقه				
ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت	(۱.۵۶۳و۰.۹۳۸و۰.۷۴۷)	(۱.۲۳۲و۰.۸۷۸و۰.۸۸۶)	(۱و۱و۱)	(۱.۱۶۳و۰.۹۷۸و۰.۷۷۶)

در جدول (۷) میانگین هندسی نظرات خبرگان در مقایسات زوجی زیرمؤلفه‌های عوامل اقتصادی، به صورت فازی آمده است.

جدول(۸): ماتریس فازی-گروهی مقایسات زوجی زیرمؤلفه های عوامل اقتصادی

	سرمایه گذاری در انرژی های پاک و ارتقای برند گردشگری	تامین پول نقد و فرصت‌های شغلی در توسعه صنعت گردشگری	گسترش همکاری‌های بین المللی در زمینه جذب توریست
سرمایه گذاری در انرژی های پاک و ارتقای برند گردشگری	(۱و۱و۱)	(۱.۴۳۶و۱.۱۵۶و۰.۸۹۱)	(۱.۴۵۴و۱.۲۰۴و۰.۹۳)
تامین پول نقد و فرصت‌های شغلی در توسعه صنعت گردشگری	(۱.۱۲۲و۰.۸۶۵و۰.۶۹۶)	(۱و۱و۱)	(۱.۴۲۴و۱.۲۲۴و۰.۵۳۹)
گسترش همکاری‌های بین المللی در زمینه جذب توریست	(۰.۸۲۷و۰.۷۶۲و۰.۴۸۷)	(۱و۱و۱)	(۱.۵۵۶و۲.۶۵۷و۱.۳۵۷)

در جدول (۸) میانگین هندسی نظرات خبرگان در مقایسات زوجی زیرمؤلفه های عوامل اداری و خدماتی، به صورت فازی آمده است.

جدول (۸): ماتریس فازی-گروهی مقایسات زوجی زیرمؤلفه های عوامل اداری و خدماتی

	مدیریت بحران و شیوه‌های پایداری مانند به حداقل رساندن زباله و بازیافت	توجه کافی به آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری نوین
مدیریت بحران و شیوه‌های پایداری مانند به حداقل رساندن زباله و بازیافت	(۱و۱و۱)	(۰.۸۲۴و۱.۱۵۶و۱.۶۳۰)
توجه کافی به آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری نوین	(۰.۶۱۳و۰.۸۶۵و۱.۲۱۳)	(۱و۱و۱)

با توجه به جداول فوق، محاسبات فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی در مورد هر کدام از این جداول صورت می پذیرد.

با توجه به روش چانگ که در فصول گذشته به آن اشاره شد و نیز جدول (۸)، برای محاسبه وزن این زیرمؤلفه ها، ابتدا باید S_k را محاسبه نمود:

$$S_k = \sum_{j=1}^{n} M_{kj} \times \left[\sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{n} M_{ij}\right]^{-1}$$

$$\left[\sum_{i=1}^{m}\sum_{j=1}^{n} M_{ij}\right]^{-1} = \left(7.420, 9.206, 11.619\right)^{-1} = \left(0.086, 0.109, 0.135\right)$$

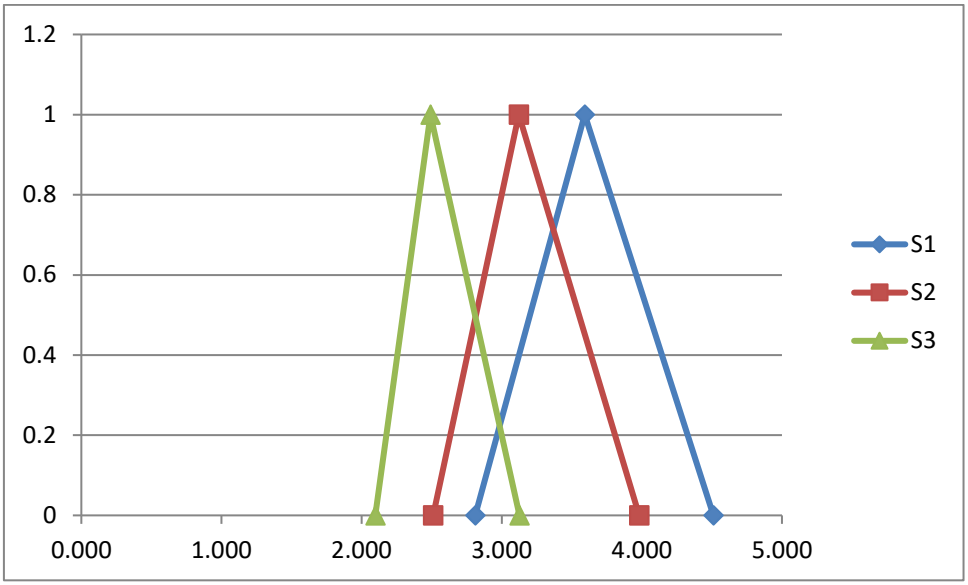
آنگاه:

$$S_1 = \left(2.811, 3.592, 4.511\right) \times \left(0.086, 0.109, 0.135\right) = \left(0.242, 0.390, 0.608\right)$$

$$S_2 = \left(2.511, 3.123, 3.981\right) \times \left(0.086, 0.109, 0.135\right) = \left(0.216, 0.339, 0.537\right)$$

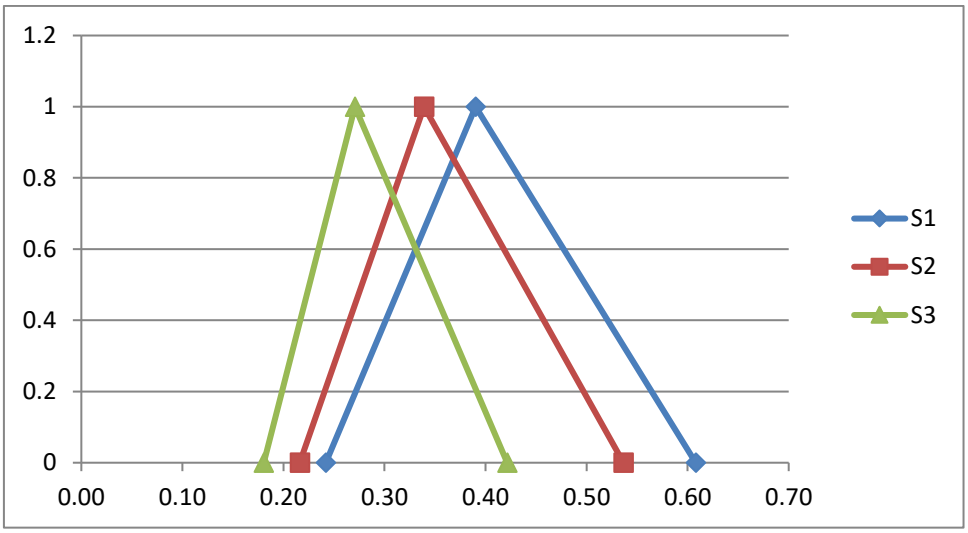
$$S_3 = \left(2.098, 2.491, 3.127\right) \times \left(0.086, 0.109, 0.135\right) = \left(0.181, 0.271, 0.421\right)$$

در نمودار (۲) مجموع هرکدام از سطر ها که در محاسبه S_k ها مورد استفاده قرار گرفته است، مشاهده می شود.



نمودار (۲): نمایش اعداد فازی مثلثی مجموع هر سطر برای محاسبه S_k

در نمودار ۲، اعداد فازی مثلثی بدست آمده از محاسبات فوق، یعنی همان S_k ها، آمده است. همان گونه که از محاسبات و نیز در این نمودار مشخص است، عدد وسط مربوط به $S_۳$ یا همان $m_۳$ کوچکتر از عدد وسط $m_۱$ و عدد وسط $m_۲$ می باشد. از این رو، در ادامه که به محاسبه درجه بزرگ بودن هریک از عناصر فوق بر عناصر دیگر پرداخته شده است، از اطلاعات بدست آمده در این نمودار و همچنین، محاسبات قبلی کمک گرفته شده است.



نمودار (۳): نمایش اعداد فازی مثلثی بدست آمده برای S_k ها

حال باید درجه بزرگ بودن هریک از عناصر فوق را بر عناصر دیگر محاسبه نمود.

$$V(S_۱ \geq S_۲) = ۱$$

$$V(S_۱ \geq S_۳) = ۱$$

$$V(S_۲ \geq S_۳) = ۱$$

$$V\left(S_2 \geq S_1\right) = \frac{u_2 - L_1}{\left(u_2 - L_1\right) + \left(m_1 - m_2\right)} = \frac{۰.۵۳۷ - ۰.۲۴۲}{\left(۰.۵۳۷ - ۰.۲۴۲\right) + \left(۰.۳۹۰ - ۰.۳۳۹\right)} = ۰.۸۵۳$$

$$V\left(S_3 \geq S_2\right) = \frac{u_3 - L_2}{\left(u_3 - L_2\right) + \left(m_2 - m_3\right)} = \frac{۰.۴۲۱ - ۰.۲۱۶}{\left(۰.۴۲۱ - ۰.۲۱۶\right) + \left(۰.۳۳۹ - ۰.۲۷۱\right)} = ۰.۷۴۹$$

$$V\left(S_3 \geq S_1\right) = \frac{u_3 - L_1}{\left(u_3 - L_1\right) + \left(m_1 - m_3\right)} = \frac{۰.۴۲۱ - ۰.۲۴۲}{\left(۰.۴۲۱ - ۰.۲۴۲\right) + \left(۰.۳۹۰ - ۰.۲۷۱\right)} = ۰.۶۰۰$$

همچنین برای محاسبه درجه بزرگی یک S_i بر سایر S_i ها باید این گونه محاسبه نمود:

$$V\left(S_1 \geq S_2, S_3\right) = \text{Min}\left(۱, ۱\right) = ۱$$

$$V\left(S_2 \geq S_1, S_3\right) = \text{Min}\left(۰.۸۵۳, ۰.۷۴۹\right) = ۰.۷۴۹$$

$$V\left(S_3 \geq S_1, S_2\right) = \text{Min}\left(۰.۶۰۰, ۰.۷۴۹\right) = ۰.۶۰۰$$

که این اعداد بیانگر وزن بهنجار نشده زیرمؤلفه های استراتژی می باشند.

$$w' = \left(۰.۶۰۰, ۰.۷۴۹, ۱\right)^t$$

اینک بر اساس رابطه $w_i = \frac{w_i'}{\sum w_i'}$ مقدار اوزان بهنجار شده زیرمؤلفه ها بدست می آید:

$$w = \left(۰.۲۵۵, ۰.۳۱۹, ۰.۴۲۶\right)$$

در نهایت پس از انجام این محاسبات بر روی جداول میانگین هندسی فازی، توسط نرم افزار، وزن نهایی هرکدام از مؤلفه ها و زیرمؤلفه ها مشخص گردید، که در جدول (۹) به این اوزان اشاره شده است.

اکنون با توجه به داده های بدست آمده تعیین اولویت مؤلفه ها و زیر مؤلفه ها در جدول (۹) ارائه شده است.

جدول (۹): اولویت نهایی مؤلفه ها

مؤلفه ها	وزن	اولویت
عوامل اجتماعی	۰.۳۲۶	۱
عوامل اقتصادی	۰.۲۴۷	۲
عوامل فرهنگی	۰.۲۲۱	۳
عوامل اداری و خدماتی	۰.۲۱۶	۴

جدول (۱۰): اولویت نهایی زیرمؤلفه ها

زیرمؤلفه ها	وزن	اولویت
توجه و احترام به آداب و رسوم محلی مردم منطقه	۰.۱۶۹	۱
ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت	۰.۱۵۶	۲
اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران	۰.۰۸۳	۳
شناسایی سنت‌ها، ارزش ها و میراث فرهنگی مردم هر منطقه	۰.۰۸۱	۴
اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران	۰.۰۷۱	۵
اهمیت دادن کارکنان و پرسنل به محیط زیست	۰.۰۷۱	۶
تامین پول نقد و فرصت‌های شغلی در توسعه صنعت گردشگری	۰.۰۶۹	۷
سرمایه‌گذاری در انرژی های پاک و ارتقای برند گردشگری	۰.۰۵۰	۸
گسترش همکاری‌های بین المللی در زمینه جذب توریست	۰.۰۴۸	۹
مدیریت بحران و شیوه‌های پایداری مانند به حداقل رساندن زباله و بازیافت	۰.۰۴۸	۱۰
توجه کافی به آموزش نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری نوین	۰.۰۴۴	۱۱

در جداول (۱۰)، وزن تعیین شده‌ی مؤلفه ها و اولویت توجه به زیرمؤلفه‌ها در مقایسه با یکدیگر آمده است. با توجه به جداول بالا می توان نتیجه گرفت که مؤلفه‌ی عوامل اجتماعی، عوامل فرهنگی در عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری در گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی دارای بالاترین اولویت است. و در بین زیر مؤلفه‌ها، توجه و احترام به آداب و رسوم محلی مردم منطقه، ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت از سایر زیر مؤلفه ها رتبه‌ی بالاتری از نظر اهمیت دارند.

بحث و نتیجه گیری

توسعه گردشگری تحت تأثیر ترکیبی از عوامل اقتصادی، فناوری و اجتماعی قرار دارد که همگی نقشی اساسی در شکل‌دهی به مدیریت مدرن هتل ایفا می‌کنند. یکی از عوامل کلیدی پیشرفت فناوری است، که دیجیتالی شدن صنعت مهمان‌داری را متحول کرده است. سیستم‌های رزرو هوشمند، خدمات مشتری مبتنی بر هوش مصنوعی، و عملیات خودکار باعث افزایش کارایی، بهبود تجربه مهمانان و ساده‌سازی مدیریت هتل می‌شوند. علاوه بر این، ادغام شیوه‌های پایدار در مدیریت هتل، از جمله سیستم‌های کم‌مصرف انرژی، ساخت‌وساز سازگار با محیط‌زیست، و مدیریت ضایعات برای جذب گردشگران دوستدار محیط‌زیست ضروری شده است. این پیشرفت‌ها به کاهش هزینه‌های عملیاتی هتل‌ها

کمک کرده و رقابت‌پذیری آن‌ها را در بازار جهانی حفظ می‌کند. یکی دیگر از عوامل مهم تأثیرگذار بر گردشگری، ترجیحات مصرف‌کنندگان و روندهای بازار است که جهت‌گیری استراتژی‌های مدیریت هتل را تعیین می‌کند. امروزه گردشگران به دنبال تجربه‌های شخصی‌سازی‌شده هستند، از برنامه‌های سفر سفارشی تا خدمات دیجیتال کنسیرج که نیازهای آن‌ها را به‌طور ویژه برآورده می‌کند. هتل‌ها باید با ارائه اقامت‌های منحصر به فرد، برنامه‌های سلامت، و تجربه‌های فرهنگی، رقابت‌پذیری خود را حفظ کنند. همچنین، ثبات اقتصادی و سیاست‌های دولتی بر میزان تقاضای گردشگری تأثیرگذار هستند، به‌ویژه مقررات مربوط به ویزا، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، و کمپین‌های تبلیغاتی که نقش مهمی در جذب گردشگران ایفا می‌کنند. شهرها و مقاصدی که نوآوری در مدیریت گردشگری را ترویج می‌دهند، مانند بهبود شبکه‌های حمل‌ونقل و معرفی جاذبه‌های محلی، معمولاً رشد بیشتری در این حوزه تجربه می‌کنند. هماهنگی صحیح این عناصر، گردشگری را رونق می‌دهد و به هتل‌ها کمک می‌کند تا جایگاه خود را در صنعت حفظ کنند.

نتایج سوال اول تحقیق: با توجه به نتایج به دست آمده در فصل ۴ همین پژوهش، بیان شد عوامل اصلی مؤثر بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری در گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی کدامند؟ این نتایج با یافته‌های رضائی و حسینی پور عزآبادی (۱۴۰۳)، بارعی و همکاران (۱۴۰۴)، کریم حاتمی و همکاران (۱۴۰۴)، بابائی (۱۴۰۵)، خانی‌آرانی (۱۴۰۵)، پاتل و همکاران (۲۰۲۲)، الشرنوبی و البنا (۲۰۲۲)، هی و همکاران (۲۰۲۴)، کاروکارترو و مونری رودریگز (۲۰۲۵) همخوان و همسو می‌باشد.

در رابطه با این سؤال می‌توان بیان داشت صنعت گردشگری به عنوان یکی از عوامل مهم توسعه اقتصادی کشورها، در ایران نیز نقش بسزایی ایفا می‌کند. با تنوع طبیعی، تاریخ و فرهنگ بی‌نظیر، هنر و معماری غنی، و تجربه‌های مذهبی، ایران به عنوان یک مقصد گردشگری جذاب برای گردشگران خارجی شناخته می‌شود. گردشگری در ایران ایران با دارا بودن تمدن باستانی بزرگ، مناظر طبیعی زیبا، آثار تاریخی و فرهنگی منحصر به فرد و مجموعه‌های هنری معروف، جذابیت بسیاری برای گردشگران دارد. تاریخچه‌ی بلند و غنی ایران، از زیارتگاه‌ها و مقدس‌ترین آرامگاه‌ها تا شهرهای کهن و فرهنگ دوست، مجموعه‌های جذابی را برای گردشگران ایجاد می‌کند. علاوه بر این، ایران دارای تنوع طبیعی فراوان است که از کوهستان‌ها و جنگل‌ها تا صحراها و دریاچه‌ها، تجربه‌ی منحصر به فردی را برای گردشگران فراهم می‌کند. همچنین، تمدن‌های مذهبی مانند اسلام، مکزیکو و مسیحیت نیز با جذابیت خاص خود برای گردشگران مذهبی در ایران قرار دارند. معایب دیگر شامل مشکلات امنیتی و سیاسی می‌شود. تأثیرات سیاسی و امنیتی می‌تواند بر جذابیت ایران برای گردشگران خارجی تأثیر منفی بگذارد. برخی افراد ممکن است به دلیل عدم اطمینان از وضعیت امنیتی کشور، تردد خود را محدود کنند و این می‌تواند به کاهش تعداد گردشگران خارجی منجر شود. به منظور جذب گردشگران خارجی، نیاز است تا ایران به عنوان یک مقصد گردشگری جذاب و پذیرای توسعه شود. برخی اقداماتی که

می‌توان برای جذب گردشگران خارجی انجام داد شامل تبلیغات و بازاریابی مناسب، تسهیلات و خدمات مناسب برای گردشگران خارجی، بهبود زیرساخت‌های گردشگری و ارتقای کیفیت خدمات است.

نتایج سوال دوم تحقیق: با توجه به نتایج به دست آمده در فصل ۴ همین پژوهش، بیان شد اولویت تاثیر هر یک از این عوامل بر توسعه گردشگری منطبق بر مدیریت نوین هتلداری در گروه هتل‌های ایرانگردی و جهانگردی چگونه است؟ این نتایج با یافته های نگهداری و همکاران (۱۴۰۳)، یوسفی و همکاران (۱۴۰۳)، بارعی و همکاران (۱۴۰۴)، کریم حاتمی و همکاران (۱۴۰۴)، رمضانی و همکاران (۱۴۰۵)، نقیلو و همکاران (۱۴۰۵)، ایمانی و همکاران (۱۴۰۵)، کاردناس-گارسیا و آلکالا-اوردونیز[1] (۲۰۲۳)، نناوات[2] (۲۰۲۳)، آجیوس و بریگولیو[3] (۲۰۲۴)، چائو و کیم[4] (۲۰۲۴)، کالا و متاکساس[5] (۲۰۲۴)، ساری و همکاران[6] (۲۰۲۴) همخوان و همسو می‌باشد.

در رابطه با این سؤال می‌توان بیان داشت صنعت گردشگری در ایران با تمدن و تاریخ غنی، فرهنگ چند وجهی و طبیعت خیره‌کننده، ظرفیت بالقوه‌ای برای رشد و توسعه دارد. با توجه به مزایا و معایب آن، توسعه‌ی صنعت گردشگری در ایران نیازمند مدیریت مناسب و سیاست‌های قوی است. با جذب گردشگران خارجی و توسعه زیرساخت‌های گردشگری، ایران می‌تواند به عنوان یک مقصد برجسته در صنعت گردشگری جهان شناخته شود و به توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور کمک کند. مزایا گردشگری در ایران مزایای صنعت گردشگری در ایران بسیار گسترده هستند. اولین مزیت اقتصادی آن است که صنعت گردشگری می‌تواند به رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی کشور کمک کند. با جذب گردشگران داخلی و خارجی، فعالیت‌های مرتبط با گردشگری، مانند هتل‌ها، رستوران‌ها، تورهای گردشگری و خریدهای محلی رونق می‌گیرند و این منجر به ایجاد شغل‌های جدید و افزایش درآمد می‌شود. علاوه بر این، توسعه صنعت گردشگری می‌تواند زمینه‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاری فراهم کند و منابع درآمدی برای دولت ایجاد کند. گردشگری در ایران می‌تواند به توسعه فرهنگی و اجتماعی کشور کمک کند. با میزبانی گردشگران خارجی، تبادل فرهنگی بین ملت‌ها ایجاد می‌شود و ارتباطات بین‌المللی تقویت می‌شود. همچنین، گردشگری می‌تواند به حفظ و حراست از آثار تاریخی و فرهنگی ایران کمک کند و برای نسل‌های آینده ارزشمند باقی بماند. یکی از محدودیت های اساسی این تحقیق دستیابی به جامعه آماری و عدم همکاری آنها با محقق جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات بود، محدودیت دیگر باتوجه به اینکه این تحقیق در زمره تحقیقات توصیفی- پیمایشی قرار دارد و با استفاده از روش AHP فازی انجام شده است. نمیتوان انتظارت دقیق پاسخگویان را انجام داد و بهتر است در تحقیقات آتی از روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته استفاده گردد. باتوجه به اینکه هر چهار بعد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، و خدماتی و اداری بر توسعه

[1] - Cárdenas-García & Alcalá-Ordoñez
[2] - Nenavath
[3] - Agius & Briguglio
[4] - Cho & Kim
[5] - Kalla & Metaxas
[6] - Sari & etal

گردشگری تأثیرگذار هستند؛ اما نقش بعد اجتماعی پررنگ‌تر بوده است پیشنهاد می‌گردد مدیران و سیاست‌گذاران صنعت هتلداری و گردشگری با تمرکز بر عوامل اجتماعی (مانند اطلاع رسانی و نصب نمادها راهنمای گردشگران،رعایت قوانین و مقررات گردشگری، توجه و احترام به آداب و رسوم محلی مردم منطقه، ترویج گردشگری سلامت محور و دوست‌دار طبیعت) مسیر توسعه پایدار گردشگری را هموار کنند.

منابع

ایمانی، بهرام، حیدری‌ساربان، وکیل، یاری‌حصار، ارسطو، و اکبری‌سقالکساری، زهرا. (۱۴۰۵). بررسی نقش سرمایه انسانی توانمند در توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: شهرستان رشت). *فصلنامه جغرافیا و پایداری محیط*، (۵۹)، ۱۲۱–۱۴۱.

بابایی، عاطفه. (۱۴۰۵). تحلیل اثرات توسعه گردشگری در بافت‌های تاریخی (نمونه مورد مطالعه: محله دباغان قزوین). *فصلنامه اقتصاد و برنامه ریزی شهری*، ۷(۸)، ۷۶–۹۳.

بارعی، محجبه، حیدری‌چیانه، رحیم، و اصغری‌زمانی، اکبر. (۱۴۰۴). تحلیل فرآیند توسعه گردشگری در سایت‌های میراث جهانی نمونه مطالعاتی: بازار تاریخی تبریز. *فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی منطقه‌ای*، (۹۳)، ۸۱–۹۶.

خانی آرانی، مصطفی. (۱۴۰۵). تحلیل اثرات گردشگری بر توسعه پایدار منطقه‌ای (مطالعه موردی: بخش کویرات شهرستان آران و بیدگل). *فصلنامه اقتصاد و برنامه ریزی شهری*، ۷(۸)، ۲۲–۳۰.

دویران، علیرضا. (۱۴۰۵). پدیدارشناسی اقتصاد شهری مبتنی بر حمل‌ونقل عمومی در جزایر گردشگرمحور (جزیره کیش). *فصلنامه اقتصاد و برنامه ریزی شهری*، ۷(۸)، ۱۱۰–۱۲۴.

رضائی، مهرانگیز، و حسینی‌پور عزآبادی، سیدعلی. (۱۴۰۳). بررسی تأثیرات گردشگری بر شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی کیفیت زندگی (مطالعه موردی: شهر اشکذر). *فصلنامه کاوش های جغرافیایی مناطق بیابانی*، (۱۹)، ۱۵۳–۱۷۲.

رضوانی، محمدرضا، زحمتکش سردوراهی، مهدیه، و زحمتکش سردوراهی، حجت. (۱۴۰۵). بررسی شاخص‌های مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری در انتخاب مقصد گردشگری سلامت مطالعه موردی: استان یزد. *فصلنامه گردشگری شهری*، ۱۳(۱)، ۱–۱۲.

رمضانی، مرتضی، مافی، عزت‌الله، و وطن‌پرست، مهدی. (۱۴۰۵). تبیین نقش گردشگری در توسعه شهری (مطالعه موردی: بجنورد). *فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، (۸۰)، ۲۱۹–۲۳۵.

کریم‌حاتمی، جمیله، رامشت، محمدحسین، و نوجوان‌بشنیغان، محمدرضا. (۱۴۰۴). آینده‌پژوهی نقش پیشران‌های کلیدی گردشگری خلاق شهری در راستای توسعه‌ی پایدار (مورد مطالعه: کلان‌شهر اهواز). *فصلنامه جغرافیا و روابط انسانی*، (۲۹)، ۷۹۳–۸۱۲.

محمدی، فاطمه، یزدانی، حمیدرضا، جامی‌پور، مونا، و سلطانی، مرتضی. (۱۴۰۴). تحلیل ابعاد کلیدی فرایند پیاده‌سازی هم‌آفرینی در هتلداری. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، (۶۹)، ۲۴۷–۳۰۴.

ناصری‌نژاد، عصام، و ریگی، علی. (۱۴۰۵). اهمیت توجه به گردشگری به عنوان بخشی از منشور حقوق شهروندی از منظر اقتصادی و فرهنگی در مناطق ساحلی. *ماهنامه پایا شهر*، (۸۴)، ۱۸۲–۱۸۸.

نقیلو، احمد، شهنواز، علی، و جوان، بهمن. (۱۴۰۵). واکاوی اثرات پایداری کسب و کارهای خرد گردشگری در اشتغال پایدار (مورد مطالعه: روستاهای گردشگرپذیر گیلان). *فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی*، ۷(۲۳)، ۱–۱۶.

نگهداری، علی‌اصغر، جنتی‌فر، حسین، شیرازی، حسین، و غفاری آشتیانی، پیمان. (۱۴۰۳). طراحی مدل بازاریابی کارآفرینانهٔ پساکرونا در صنعت هتلداری ایران. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، (۴۰)، ۱۲۳–۱۳۳.

یوسفی، جواد، ضیائی، محمود، کریمی‌علویجه، محمدرضا، محمودزاده، سیدمجتبی، و حسینی، سیدعلی. (۱۴۰۳). مدل مسئولیت‌پذیری اجتماعی در صنعت هتلداری ایران (با تأکید بر هتل‌های ۴ و ۵ ستاره شهر تهران). *فصلنامه آموزش محیط زیست و توسعه پایدار*، (۳۹)، ۴۴–۵۹.

Agarwal, R., Mehrotra, A., Mishra, A., Rana, N. P., Nunkoo, R., & Cho, M. (2024). Four decades of sustainable tourism research: Trends and future research directions. *International Journal of Tourism Research*, *26*(2), Article e2643. https://doi.org/10.1002/jtr.2643

Agius, K., & Briguglio, M. (2024). Tourism and urban development: The case of a coastal village in a small island state. *Open Research Europe*, *4*, Article 183. https://doi.org/10.12688/openreseurope.17641.1

Cárdenas-García, P. J., & Alcalá-Ordoñez, A. (2023). Tourism and development: The impact of sustainability—Comparative case analysis. *Sustainability*, *15*(2), 1310. https://doi.org/10.3390/su15021310

Caro-Carretero, R., & Monroy-Rodríguez, S. (2025). Residents' perceptions of tourism and sustainable tourism management: Planning to prevent future problems in destination management – The case of Cáceres, Spain. *Cogent Social Sciences*, *11*(1), Article 2447398. https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2447398

Cho, A., & Kim, H. H. S. (2024). Perceived unfairness moderates the association between relative deprivation and subjective well-being: Findings from an East Asian Country. *Applied Research in Quality of Life*, *19*(5), 2417–2446. https://doi.org/10.1007/s11482-024-10336-7

Dai, R., & Zhang, Z. (2024). Cultural heritage and tourism development: Exploring strategies for the win-win scenario of heritage conservation and tourism industry. *Geographical Research Bulletin*, *3*, 129–141. https://doi.org/10.50908/grb.3.0_129

Elsharnouby, T., & Elbanna, S. (2022). Change or perish: Examining the role of human capital and dynamic marketing capabilities in the hospitality sector. *International Journal of Hospitality Management*, *94*, 102845. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102845

He, H., Tuo, S., Lei, K., & Gao, A. (2024). Assessing quality tourism development in China: An analysis based on the degree of mismatch and its influencing factors. *Environment, Development and Sustainability*, *26*(4), 9525–9552. https://doi.org/10.1007/s10668-023-03107-1

Kalla, M., & Metaxas, T. (2024). Cultural and heritage tourism, urban resilience, and sustainable development: Comparative analysis of the strategies of Athens and Rome. *Journal of Sustainability Research*, *6*(4), e240073. https://doi.org/10.20900/jsr20240073

Ku, S., & Samsurijan, M. S. (2025). Advancing sustainable development through urban tourism: A reflective analysis of SDG 8.9 and 17 in Nanyang City, China. *Sustainability*, *17*(21), Article 9533. https://doi.org/10.3390/su17219533

Li, Y., Liu, Y., & Solangi, Y. A. (2024). Analysis of factors and strategies for the implementation of sustainable tourism in a green economic structure in China. *Journal of Cleaner Production*, *434*, 140011. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140011

Nenavath, S. (2023). Does transportation infrastructure impact economic growth in India? *Journal of Facilities Management*, *21*(1), 1–15. https://doi.org/10.1108/JFM-03-2021-0032

Nica, I., Chiriță, N., & Georgescu, I. (2025). Triple bottom line in sustainable development: A comprehensive bibliometric analysis. *Sustainability*, *17*(5), Article 1932. https://doi.org/10.3390/su17051932

Patel, R., Sharma, P., & Singh, A. (2022). Sustainability management in urban hotels: Key success factors. *Journal of Sustainable Tourism*, *30*(4), 567–584. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2005674

Şahin Körmeçli, P. (2024). Accessibility of urban tourism in historical areas: Analysis of UNESCO World Heritage Sites in Safranbolu. *Sustainability*, *16*(6), 2485. https://doi.org/10.3390/su16062485

Sari, A. P., Subianto, A., & Tamrin, M. H. (2024). The interactions of city tourism stakeholders in Indonesia: Lessons from Surabaya Heritage Track. *Social Science and Humanities Journal*, *8*, 01–29. https://doi.org/10.18535/sshj.v8i01.900

Wang, J., Fan, W., & You, J. (2025). Evaluation of tourism elements in historical and cultural blocks using machine learning: A case study of Taiping Street in Hunan Province. *npj Heritage Science*, *13*(1), 30. https://doi.org/10.1038/s40494-025-01641-x

Wang, L. (2025). Research on the revitalization path of urban historic districts in the context of cultural and tourism integration. *Integration*, *9*(3). https://doi.org/10.47297/wspeiWSP2516-253502.20250903

Yang, K., & Liu, J. (2025). Sustainable development strategies for culture–tourism integration in the historic district of Tianzifang, Shanghai. *Buildings*, *15*(19), 3480. https://doi.org/10.3390/buildings15193480

Zaghmout, B. (2024). Sustainable urban tourism development in Doha: Balancing economic growth and environmental stewardship. *Research Journal of Hospitality and Tourism Management*, *3*(1), 31–50. https://doi.org/10.52589/RJHTM-NGQVTB4O

Zhang, L., Liu, J., Qiao, X., & Lian, D. K. C. (2025). Assessing the tourism impacts of urban marathon events in central China's historic cities: A residents' SEM analysis. *Frontiers in Sports and Active Living*, *7*, Article 1720413. https://doi.org/10.3389/fspor.2025.1720413