

Research Paper

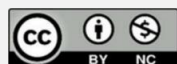
# Economic Factors Affecting the Development of Hostels in Iran's Tourism Industry

Hamed Abdollahi Ali Beyk<sup>\*1</sup>  Alireza Rajabipour Meybodi<sup>2</sup>  Mohammad Etemadi<sup>3</sup> 

<sup>1</sup> Department of Business Administration, Faculty of Economics Management and Accounting, Yazd University, Yazd City, Iran. ([hamed.abdollahi.ab@gmail.com](mailto:hamed.abdollahi.ab@gmail.com))

<sup>2</sup> Associate Professor, Management, Department of Business Management, Faculty of Economics, Management and Accounting, Yazd University, Yazd, Iran. ([rajabipoor@yazd.ac.ir](mailto:rajabipoor@yazd.ac.ir))

<sup>3</sup> Ph.D. Student, Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. ([mohammad.etemadi@ut.ac.ir](mailto:mohammad.etemadi@ut.ac.ir))



© The Author(s)

Publisher: University of Mazandaran



10.22080/TMHR.2024.27133.1016

## Keywords:

Hostel, tourism industry development, ecotourism, investment risk, economic feasibility

## Received:

February 24, 2024

## Received in revised:

April 18, 2024

## Accepted:

April 24, 2024

## Available online:

August 5, 2024

## Abstract

**Context and Purpose:** The growth of tourism in any region necessitates the establishment of accommodation industries within that area. In recent years, we have witnessed an increase in tourist volume and the prosperity of tourism in Iran. One of the accommodation industries that has flourished in other countries is the hostel industry, but in Iran, this industry has remained neglected. The main objective of this research is to identify development strategies for the hostel industry in Iran.

**Methodology:** The present study adopted an inductive approach, with field research conducted in the form of a survey. The target population of this research included all individuals who could be involved in this industry in any way. The content analysis method was employed for data analysis, and the software Maxqda10 has been utilized for this purpose.

**Findings:** Investment and cost factors, especially startup and operational costs, were identified as the most influential factors in hostel development. Economic justifications and return on investment, such as economic stability and the level of investment risk, and ultimately, cultural and social impacts, such as community benefits and stakeholder participation, are crucial next steps.

**Conclusion:** To foster hostel development, supportive policies for tourism entrepreneurs should be implemented to reduce investment risks, especially in launching new businesses.

**Originality/value:** This research focuses on economic factors concerning the establishment of new hostels in Iran.

\*Corresponding Author: Hamed Abdollahi Ali Beyk

Address: Yazd University

Email: [hamed.abdollahi.ab@gmail.com](mailto:hamed.abdollahi.ab@gmail.com)

## Extended Abstract

### 1. Introduction

Today, the tourism industry stands as one of the most significant sources of income for any country, continuously growing and developing with escalating momentum. With its inherent dynamism, tourism is perceived as a vibrant industry with a bright future. Like a desire to escape daily routines, travel inclination offers a break from mundane patterns, a pause in time, and diverse experiences. However, despite Iran's abundance of natural, historical, and cultural attractions, effective attention to this industry has been lacking in recent years for various reasons. Moreover, foreign tourists remain unaware of Iran's allure, often influenced by negative portrayals in Western media, perceiving Iran as an unsafe country. Despite being among the top five countries globally in terms of climatic and biological diversity and among the top ten historically and culturally, Iran holds immense potential for tourism growth and development.

One method to showcase Iran's attractions and high security globally is to attract backpacker tourists through word-of-mouth advertising. Prioritizing economical accommodation, emphasizing interaction with locals and fellow travelers, structuring an organized and flexible independent travel itinerary, longer than typical short vacations, and emphasizing unconventional leisure activities are key features for this young demographic. Hostel accommodation plays a vital role in fulfilling their preferences due to its cost-effectiveness and the ability to connect with others during their stay. However, this type of accommodation, defined by standardized international characteristics, is virtually

nonexistent in Iran. As tourism acts as a vital stimulant for economic development, it can have varying impacts depending on regional conditions and the type of accommodation provided. The hostel segment in Iran signifies a potentially vital yet unrecognized part of the tourism industry, facing unique challenges and opportunities primarily driven by economic factors. Therefore, the main objective of this study is to identify and analyze these economic factors' impact on the emergence and growth of hostels in Iran. Understanding these economic factors is crucial for investors, policymakers, and entrepreneurs to make informed decisions aligned with Iran's tourism market's realities and economic potential. Comprehensive analysis of these elements can better understand obstacles and opportunities, aiding strategic planning and policymaking for all stakeholders.

### 2. Research Methodology

Data collection tools comprised semi-structured questionnaires coupled with in-depth individual interviews. Recorded interviews were implemented, categorized, and organized using MAXQDA software for analysis. Detailed coding and thematic analysis resulted in 399 descriptive codes, further interpreted and consolidated into interpretive codes. This process led to the formation of thematic networks, ensuring comprehensive interview content analysis. To validate the research, participant experiences were meticulously recorded, and comprehensive descriptions of the topic were provided. Additionally, member checking and participant feedback were employed for further validation.

### 3. Research Findings

The experts in this study were selected from among cultural heritage specialists, accommodation owners, and tourism agency owners.

Data analysis regarding economic factors produced 11 descriptive themes extracted from 399 interview codes. These themes formed a network under three overarching themes: "investment and cost factors," "economic justifications and return on investment," and "cultural and social impact."

Analyzing the economic factors data involved classifying interview-extracted data to effectively represent the influential economic factors on hostel development in Iran's tourism industry. This classification was divided into three main categories: investment and cost factors, economic justifications and return on investment, and cultural and social impact.

Under the category of investment and cost factors, aspects such as startup and operational costs and private sector investments were examined, including facilities related to ecotourism and associated startup costs, as well as private sector financial contributions to ecotourism.

The economic justifications and return on investment categories asserted issues such as economic sustainability and planning, profitability for investors, and public economy and privatization. This category investigates the economic aspects of ecotourism projects and their economic efficiency.

Finally, the cultural and social impact category examines how ecotourism affects local communities and the resulting social and cultural changes. This category includes direct benefits to local

people and architectural changes for income generation, in addition to the level of confidence and interest in budget tourism.

### 4. Conclusion

This study delves into the economic drivers of hostel development in Iran's tourism sector. It highlights the significance of factors such as investment, economic rationale, and cultural/social impacts in shaping this development. Economic justifications, supported by robust financial plans, are pivotal for securing investor trust and project funding. Crafting efficient economic strategies, including risk assessment and crisis management, is essential for sustainable development amidst economic uncertainties. Additionally, considering the social and environmental repercussions of ecotourism projects ensures responsible and long-lasting benefits for all stakeholders. Collaborating closely with governmental bodies expedites bureaucratic processes, fostering economic potential and local commitment to ecotourism initiatives.

Furthermore, economic justifications should be based on accurate data and sound economic analyses to garner community and stakeholder support. Preserving cultural heritage while enhancing local livelihoods through ecotourism is crucial for sustainable regional growth. Development plans must ensure equitable distribution of economic gains among locals, offering training and support for tourism-related activities. Engaging local communities in decision-making processes ensures social and cultural acceptance, fostering long-term sustainability and cultural preservation. Finally, future research should explore

the reasons behind the absence of hostels in Iran's accommodation sector.

### **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 persons for scientific consulting in this paper.

## پژوهشی

# عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه هاستل در صنعت گردشگری ایران

حامد عبداللهی علی‌بیک\*<sup>۱</sup>  علیرضا رجبی‌پور میبیدی<sup>۲</sup>  محمد اعتمادی<sup>۳</sup> 

<sup>۱</sup> کارشناس ارشد، مدیریت استراتژی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.  
([hamed.abdollahi.ab@gmail.com](mailto:hamed.abdollahi.ab@gmail.com))

<sup>۲</sup> دانشیار، مدیریت، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد مدیریت و حسابداری، دانشگاه یزد، یزد، ایران.  
([Rajabipoor@yazd.ac.ir](mailto:Rajabipoor@yazd.ac.ir))

<sup>۳</sup> دانشجوی دکتری، کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.  
([mohammad.etemadi@ut.ac.ir](mailto:mohammad.etemadi@ut.ac.ir))



ناشر: دانشگاه مازندران  
© نویسنندگان



10.22080/TMHR.2024.27133.1016

## چکیده

**زمینه و هدف:** رشد گردشگری در هر منطقه باعث ایجاد نیاز به صنایع اقامتی در آن منطقه می‌شود. در سال‌های گذشته شاهد افزایش حجم گردشگر و رونق گردشگری در کشور ایران بوده‌ایم. یکی از صنایع اقامتی که در دیگر کشورها رونق پیدا کرده است، صنعت هاستل است؛ ولی در ایران این صنعت مغفول مانده است. هدف اصلی این پژوهش شناسایی راهکارهای توسعه صنعت هاستل در ایران است.

**روش‌شناسی:** پژوهش حاضر از نظر رویکرد استقرایی، از نظر محیط انجام پژوهش، میدانی و از نظر روش، پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش تمام افرادی هستند که به نحوی با این صنعت می‌توانند درگیر باشند. به‌منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. در این رابطه، نرم‌افزار Maxqda<sup>۱۰</sup> مورد استفاده قرار گرفته است.

**یافته‌ها:** عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای خصوصاً هزینه‌های راه‌اندازی و عملیاتی، مهم‌ترین عامل مؤثر بر توسعه هاستل شناسایی شد. توجه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه مثل پایداری اقتصادی و میزان ریسک سرمایه‌گذاری و نهایتاً تأثیر فرهنگی و اجتماعی مثل منافع جامعه و مشارکت، عوامل مهم بعدی هستند.

**نتیجه‌گیری و پیشنهادها:** برای توسعه هاستل، باید سیاست‌های حمایتی از کارآفرینان حوزه گردشگری فراهم شود تا ریسک سرمایه‌گذاری خصوصاً در راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید کاهش یابد.

**نوآوری و اصالت:** این پژوهش عوامل اقتصادی را با تمرکز بر راه‌اندازی هاستل‌های جدید در ایران انجام داده است.

## کلیدواژه‌ها:

هاستل؛ توسعه صنعت گردشگری؛ بوم‌گردی؛ ریسک سرمایه‌گذاری؛ توجیه اقتصادی.

## تاریخ دریافت:

۵ اسفند ۱۴۰۲

## تاریخ دریافت اصلاحات:

۳۰ فروردین ۱۴۰۳

## تاریخ پذیرش:

۵ اردیبهشت ۱۴۰۳

## تاریخ انتشار:

۱۵ مرداد ۱۴۰۳

\* نویسنده مسئول: حامد عبداللهی علی‌بیک  
آدرس: دانشگاه یزد

ایمیل: [Rajabipoor@yazd.ac.ir](mailto:Rajabipoor@yazd.ac.ir)

## ۱ مقدمه

(Depart., 2024) که می‌توان ادعا کرد به دوران قبل از کرونا بازگشته است.

یکی از روش‌هایی که می‌توان این جاذبه‌ها و امنیت بالای ایران را با استفاده از تبلیغات دهان‌به‌دهان در سطح جهانی معرفی کرد، جذب گردشگران کوله‌پشتی است. اولویت برای اقامت اقتصادی، تأکید بر ملاقات با مردم دیگر (مردم محلی و مسافران)، یک برنامه سفر مستقل سازمان‌یافته و منعطف، طولانی‌تر از تعطیلات کوتاه معمول و تأکید بر تفریحات غیرمعمول از جمله ویژگی‌های برای این گروه جوان است (پیرس<sup>۲</sup>، ۱۹۹۰).

برای جذب این گردشگران باید بسترهای مورد نیاز آن را فراهم کرد. یکی از این موارد، محل اقامت آن‌ها است. بخش هاستل متشکل از یک بخش کوچک اما مهمی از صنعت محل اقامت است و به طور واضح و شفاف یک بخش خاصی از بازار را هدف قرار می‌دهد که شامل گردشگران کوله‌پشتی و مسافران جوان است. چنین تمرکز ویژه به بخش خاصی از بازار، می‌تواند به افزایش سطح اشتغال کمک کند (دیکین<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶). تمایل زیاد آن‌ها به اقامت در هاستل‌ها به دلیل کم‌هزینه بودن و نیز توانایی با ارتباط برقرار کردن با دیگران در زمان اقامت خود است. در ایران می‌توان گفت که این نوع مجموعه اقامتی به شیوه استاندارد و با ویژگی‌های بین‌المللی تعریف شده برای آن، وجود ندارد.

گردشگری به‌عنوان محرکی حیاتی برای توسعه اقتصادی، بسته به شرایط منطقه و نوع محل اقامت فراهم‌شده در منطقه، می‌تواند اثرگذاری متفاوتی داشته باشد. هاستل‌ها که گزینه‌های اقامتی کم-هزینه‌ای را ارائه می‌دهند، علاوه بر آنکه شایستگی بین فرهنگی را تقویت می‌کنند، در سراسر جهان در حال کسب محبوبیت فزاینده‌ای هستند (Moura Pavão Farias et al., 2024). بخش هاستل در ایران یک بخش بالقوه حیاتی اما ناشناخته در صنعت گردشگری را نشان می‌دهد.

امروزه یکی از مهم‌ترین منابع درآمد برای هر کشوری، صنعت گردشگری آن کشور است و این صنعت با رشد روزافزونی در حال رشد و توسعه است. صنعت گردشگری با ویژگی‌های خالص خود، صنعتی پویا با آینده‌ای روشن تلقی می‌شود (پورمحمدی، ۱۳۹۰). صنعت گردشگری نقش حیاتی در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند و به طور قابل توجهی به تولید ناخالص داخلی، ایجاد شغل و درآمدهای ارزی کمک می‌کند (SOFRONOV, 2019). تمایل به سفر، همچون اشتیاق به فرار از روزمرگی روزانه، به دلیل شکستن الگوهای روزانه، توقف زمان و تجربه و تنوع، در وجود ما جاری است. سفر نه تنها به معنای حضور در مکان‌های مختلف با آب و هوا و محیط‌های زیستی متفاوت است، بلکه بخشی از داستان و تجربه دیگری است. برآورده شدن این اشتیاق‌ها به هر فرد بر اساس ویژگی‌ها و خصوصیات خاص او بستگی دارد (جورجویسکی و ملس ترپکوا<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). کشور ایران نسبت به خیلی از کشورهای جهان، دارای جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی زیادی می‌باشد؛ ولی در سال‌های گذشته به دلایل متنوع توجه کارآمدی به این صنعت صورت نگرفته است و از آن طرف نیز گردشگران خارجی با جذابیت‌های ایران آشنایی ندارند و با توجه به تبلیغات منفی رسانه‌های غربی، ایران را کشوری بدون امنیت تصور می‌کنند. کشور ایران به جهت تنوع اقلیمی و زیستی جزء ۵ کشور برتر جهان و از نظر تاریخی و فرهنگی بین ۱۰ کشور برتر دنیا قرار دارد. بنابراین با وجود برخورداری از این جاذبه‌های غنی و متنوع، ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه گردشگری دارد (جاودان، فتحی زاده، ۱۳۹۵). درآمد حاصل از صنعت گردشگری در سال ۲۰۲۳ به ۱٫۹ تریلیون دلار رسیده (Statista Research)

<sup>3</sup> Deakin

<sup>1</sup> Gjorgievski & Melles Trpkova

<sup>2</sup> Pearce

گردشگری توافق دارند، اما عموماً عوامل اقتصادی را به رشد و توسعه مراکز اقامتی موجود تقلیل داده‌اند. اما صنعت هاستل در ایران نه تنها به مرحله بلوغ نرسیده است، بلکه حتی در فهرست دسته‌بندی انواع اقامت‌گاه‌های میراث فرهنگی، نامی از آن به چشم نمی‌خورد.<sup>۷</sup> لذا شکاف پژوهش‌ها در ادبیات موجود از سه منظر استنباط می‌شود. اولاً عوامل اقتصادی در محیط ایران با شرایط خاص اقتصادی کم‌تر مورد بررسی قرار گرفته است. برای مثال در مدل‌های کارآفرینی و خصوصاً قصد کارآفرینانه در جوامع با درآمد کم‌تر بسیار متفاوت است (مرادی و همکاران، ۱۳۹۷). ثانیاً احصای عوامل اقتصادی در ایران بایستی با تمرکز بر ایجاد مراکز جدید، نه صرفاً رشد و توسعه مراکز موجود، باشد. ثالثاً تمرکز مراکز اقامتی بر انواع بیشتر توسعه‌یافته از مراکز اقامتی خصوصاً هتل‌هاست و کم‌تر به طور خاص به هاستل پرداخته شده است.

لذا هدف اصلی این پژوهش احصای راهکارهای توسعه هاستل در صنعت گردشگری ایران از منظر اقتصادی است؛ همچنین سؤال اصلی پژوهش به این شرح است:

### «عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه هاستل در صنعت گردشگری ایران کدام‌اند؟»

درک این عوامل اقتصادی برای ذی‌نفعان از جمله سرمایه‌گذاران، سیاست‌گذاران و کارآفرینان ضروری است تا تصمیمات آگاهانه‌ای اتخاذ کنند که با واقعیت‌ها و پتانسیل‌های اقتصادی بازار گردشگری ایران هم‌سو باشد. تجزیه و تحلیل همه‌جانبه این عناصر می‌تواند دید بهتری از موانع و فرصت‌هایی که می‌تواند بر برنامه‌ریزی استراتژیک و سیاست‌گذاری برای تمام ذی‌نفعان، ارائه دهد.

در ایران نزدیک‌ترین واژه پرکاربرد و مصطلح به هاستل، بوم‌گردی است که در ادبیات علمی در حوزه

توسعه هاستل‌ها در ایران علی‌رغم علاقه روزافزون به سفرهای مقرون‌به‌صرفه، با چالش‌ها و فرصت‌های منحصربه‌فردی مواجه است که عوامل اقتصادی نقش کلیدی در آن‌ها دارد؛ لذا هدف این مطالعه، شناسایی و تجزیه و تحلیل این عوامل اقتصادی با تمرکز بر چگونگی تأثیر آن‌ها بر ظهور و رشد هاستل‌هاست.

عملکرد کارآفرینانه علاوه بر آنکه از تحت تأثیر افراد و ایده‌های آن‌هاست، تأثیر زیادی از محیط کسب‌وکار هر کشور می‌گیرد (جمالی، محمدکاظمی و همکاران، ۲۰۱۸). مفهوم هاستل به‌عنوان شکلی از اقامت‌گاه در حال تکامل است که با روندهای معاصر در بخش‌های گردشگری و مهمان‌نوازی هم‌سو می‌شود و بر نیاز به انطباق با شرایط فعلی و استفاده از استراتژی‌های ارتباطی برای عملکرد مؤثر دلالت دارد (Bukhari & Mehmood, 2022). مارتینز<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافتند که افزایش تولید ناخالص داخلی سرانه، کاهش ارزش پول ملی و کاهش قیمت‌های داخلی نسبی را باعث افزایش تقاضای گردشگری می‌شود و تولید ناخالص داخلی سرانه برای پروازهای ورودی و هزینه‌های مرتبط با آن برای مسافران مهم‌تر است. (مارتینز و همکاران، ۲۰۱۷). یافته‌های وانگ<sup>۳</sup> و لیو<sup>۴</sup> (۲۰۲۲) به این نتیجه منجر شد که گردشگران ورودی به عواملی مانند نوسانات نرخ ارز، شاخص قیمت مصرف‌کننده، درآمد شخصی یا هزینه خدمات حساس هستند که می‌تواند بر تقاضای گردشگری تأثیر بگذارد. (وانگ و لیو، ۲۰۲۲). زیرساخت‌های گردشگری (لیم<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۸) و درآمد، ویژگی‌های اتاق هتل و ثبات سیاسی (حبیبی<sup>۶</sup>، ۲۰۲۰) عوامل دیگری هستند که به رشد گردشگری ورودی کمک می‌کنند و بر تقاضای اقامت‌گاه تأثیر می‌گذارند. پژوهش‌های کنونی، اگرچه بر تأثیر قابل توجه عوامل اقتصادی بر تقاضا برای اقامت

<sup>5</sup> Lim

<sup>6</sup> Habibi

<sup>۷</sup> حاصل یافته‌های همین پژوهش

<sup>1</sup> Jamali, MohammadKazemi et al.

<sup>2</sup> Martins

<sup>3</sup> Wang

<sup>4</sup> Liu

آگاهی افزایش یافته جامعه از ارزش و فرهنگ بومی و محیط زیست طبیعی، منافع کسب‌وکارها، منطقه و جامعه که دلیل اصلی برای اهمیت دادن به اکوتوریسم و میزانی برای موفقیت اکوتوریسم است.

۱. درآمد اضافی برای کسب‌وکارهای خرده-فروش محلی و دیگر خدمات (نظیر پزشکی، بانک‌داری، اجاره خودرو، صنایع پوشاک، مراکز خرید سوغاتی، جاذبه‌های گردشگر). بوم‌گردی با ایجاد فرصت پیشرفت و توسعه اقتصادی می‌تواند به عنوان جایگزینی برای سایر منابع درآمد برای مردم منطقه محسوب شده و از روی آوردن محلی‌ها به راه‌های دیگر کسب درآمد، مانند فروش زمین‌های کشاورزی و بهره‌برداری بی‌رویه از منابع طبیعی، جلوگیری می‌کند.
۲. بازار افزایش‌یافته برای محصولات محلی نظیر صنایع دستی که به موجب آن آداب و رسوم سنتی جوامع محلی حفظ می‌شود.
۳. اشتغال نیروی انسانی محلی و متخصص (نظیر راهنمایان تورهای طبیعت‌گردی، خرده‌فروشان، کارمندان پذیرش در رستوران).
۴. منبع سرمایه‌گذاری برای حفاظت و ارتقا/نگهداری جاذبه‌های طبیعی و نمادهای میراث فرهنگی.
۵. سرمایه‌گذاری و یا داوطلب شدن برای حوزه‌های مربوط به تحقیق حیات وحش و مطالعات باستان‌شناسی

اکوتوریسم جا می‌گیرد. پیرامون واژه اکوتوریسم و سابقه کاربرد آن اظهار نظرهای متفاوتی صورت گرفته است. برخی صاحب‌نظران سابقه کاربرد چنین واژه‌ای را در اواخر دهه ۱۹۸۰ ذکر کرده‌اند (سبالوس<sup>۱</sup>، ۱۹۹۳). برخی سابقه اکوتوریسم را به زمان دوتر و هرتز<sup>۲</sup> نسبت می‌دهند و معتقدند که آن‌ها این واژه را در دهه ۱۹۶۰ برای تشریح روابط متقابل گردشگری، محیط زیست و ویژگی‌های فرهنگی استفاده کرده‌اند. به اعتقاد هرتز، مفهوم بوم‌گردی در واکنش به رویه‌های نامناسب و منفی توسعه و نادیده گرفتن ملاحظات زیست‌محیطی، شکل گرفته است و سابقه آن به اواخر دهه ۶۰، یعنی زمانی که کارشناسان نسبت به برداشت بی‌رویه از منابع نگران بودند، باز می‌گردد (جوهری، ۱۳۹۲). بوم‌گردی مسافرتی است که به منظور مطالعه، تحسین، ستایش و کسب لذت از سیمای طبیعی و مشاهده گیاهان و جانوران و آشنایی با ویژگی‌های فرهنگی جوامع محلی در گذشته و حال صورت می‌گیرد (سبالوس<sup>۳</sup>، ۱۹۹۳).

در سال ۲۰۱۵، جامعه بین‌المللی اکوتوریسم<sup>۴</sup> بوم‌گردی یا اکوتوریسم را به عنوان یک نوع سفر مسؤولانه به جاذبه‌های طبیعی، جهت لذت‌بردن، شناخت و احترام به محیط زیست، در کنار تجربه ویژگی‌های فرهنگی گذشته و حال، تعریف کرده است. این نوع سفر نه‌تنها به حفظ محیط زیست کمک می‌کند بلکه به پایداری کیفیت زندگی مردم منطقه نیز ارتقا می‌بخشد و شامل ارائه آموزش و مشارکت گردشگر در فعالیتهای سودآور اجتماعی و اقتصادی محلی است. در بوم‌گردی کلمه آموزش بسیار مورد تأکید قرار گرفته است که شامل مسافران و مردم محلی می‌شود.

ویرینگ و نیل (۱۹۹۹) بیان نمودند که واضح‌ترین دلیل برای به کار گرفتن اکوتوریسم حداکثر نمودن منافع گردشگری است که شامل:

<sup>3</sup> Sabalous

<sup>4</sup> The International Ecotourism

<sup>1</sup> Sabalous

<sup>2</sup> Doter & Hertez



همکاران، ۱۳۹۷). یک تعریف به روشده و مطرح شده توسط پاریس<sup>۴</sup> (۲۰۱۲) پیشنهاد می‌دهد که گردشگر کوله‌پشتی کسی است که:

۱- به دنبال تجربیاتی است که با سفر اقتصادی مرتبط باشد؛

۲- تأکید بر تعامل اجتماعی با مردم محلی و مسافران؛

۳- به طور مستقل سازمان‌یافته؛

۴- منعطف در محدودیت‌های زمانی.

با این حال در طول بیست سال گذشته زیر ساخت‌های گردشگری کوله‌پشتی در بسیاری از مناطق به طور پیچیده و در سطح بالا پیشرفت داشته است. بنابراین دیگر تفاوت قائل شدن بین توریست و گردشگر کوله‌پشتی خیلی سخت نیست (ولک<sup>۵</sup>، ۲۰۰۴). در حال حاضر که این شکل از سفر روز به روز بیشتر مورد استقبال مردم قرار می‌گیرد و در حد قابل توجهی شبیه به گردشگری معمولی شده است و گردشگری کوله‌پشتی کم‌کم دارد ماجراجویی زیاد سابق و همچنین حالت تناوب خود را از دست می‌دهد (اوریلی<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶). در تحقیقات انجام شده درباره سفر گردشگران کوله‌پشتی، هاستل‌ها مرسوم‌ترین و معمول‌ترین محیط برای برقراری تعامل اجتماعی مورد نیاز این گروه می‌باشد (اورگان<sup>۷</sup>، ۲۰۱۰؛ تیموتی و تی<sup>۸</sup>، ۲۰۰۹؛ اوبنور<sup>۹</sup>، ۲۰۰۶؛ مورفی<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۱؛ بون و دنیلز<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۱).

سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۲) اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی را این‌گونه تعریف کرد: اقامت‌گاه‌هایی که در محیط‌های طبیعی و بومی با رعایت بالاترین سطح ممکن ضوابط زیست‌محیطی و به شکلی سازگار با معماری بومی، بافت تاریخی و سیمای طبیعی منطقه

تقاضای افزایش یافته برای مراکز اقامتی و خدمات غذایی و نوشیدنی‌ها که به توسعه هتل‌های جدید، متل‌ها، مهمان‌خانه‌ها، اقامت‌گاه‌های روستایی و ... منجر خواهد شد (پنگیران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹).

هاستل‌ها معمولاً با گردشگران کوله‌پشتی مرتبط هستند، کسانی که اقتصادی سفر می‌کنند و برای آن‌ها اهمیت ندارد که حریم خصوصی را در قبال یک جای خواب ارزان معاوضه کنند. با توجه به تقاضای جهانی، همراه با بحران مالی کنونی، بخش هاستل، خانواده‌ها و مسافران تجاری را که قصد سفر ارزان را دارند، جذب می‌کند (کیو، تین و رایان<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸؛ مینتل<sup>۳</sup>، ۲۰۰۹). در یک گزارش بر روی موقعیت اسکان سفرهای بین‌المللی جوانان تهیه‌شده توسط مینتل (۲۰۰۹) نکته‌ای برجسته شده است که صنعت هاستل امروزه نه فقط برای جذب مسافران جوان بلکه به سمت جذب طیف وسیع‌تری از بخش‌های بازار در حرکت است. نرخ جذاب اتاق‌های هاستل، گروه‌های سنی بالاتر و خانواده‌ها را به این مراکز جذب کرده است. رکود اقتصادی نیز دلیل دیگری برای این است که هاستل‌ها در انتخاب افراد گزینه قابل‌اتکاتر باشند.

هاستل‌ها علاوه بر آنکه مشتریان با درآمد پایین را جذب می‌کنند، می‌توانند توسط کارآفرینان با درآمد پایین نیز راه‌اندازی شود. نتایج مطالعه مرادی و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد علاوه بر عوامل شناخته‌شده اثرگذار بر شکل‌گیری قصد کارآفرینانه، مجموعه‌ای دیگر از عوامل نیز وجود دارند که مختص جوامع فقیر بوده و در شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در افراد فقیر اثرگذار هستند که از میان آن‌ها می‌توان به ثروت‌جویی و تقدس ثروت، اعتقاد به حمایت ماورایی، ترس از آینده، مضیقه مالی و ناسازگاری با فرهنگ غالب اشاره کرد (مرادی و

<sup>7</sup> O'Regan

<sup>8</sup> Timothy & Teye

<sup>9</sup> Obenour

<sup>10</sup> Murphy

<sup>11</sup> Bowen & Daniels

<sup>1</sup> Pangiran

<sup>2</sup> Cave, Thyne & Ryan

<sup>3</sup> Mintel

<sup>4</sup> Paris

<sup>5</sup> Welk

<sup>6</sup> O'Reilly

نتایج شامل عملکرد غیر مالی بنگاه، عملکرد مالی بنگاه، خلق ارزش، ارائه ارزش پیشنهادی بهتر و کسب‌وکار پایدار می‌شود که عملکرد مالی و ارائه ارزش پیشنهادی بهتر مورد تمرکز این پژوهش است (سرتیپی، محمدکاظمی و همکاران، ۱۴۰۲).

مشوق‌های مالیاتی و حمایت مالی به طور قابل توجهی بر تصمیمات سرمایه‌گذاری توسعه‌دهندگان هتل با تأثیر بر ارزش فعلی خالص (NPV) و نرخ بازده داخلی (IRR) پروژه‌های آن‌ها تأثیر می‌گذارد. این معیارهای مالی برای توسعه‌دهندگان در هنگام ارزیابی دوام و سودآوری پروژه‌های توسعه هتل بسیار مهم است (رابرت و اونیل، ۲۰۲۱). مشوق‌های سرمایه‌گذاری، مانند کمک هزینه استهلاک، کمک‌های بلاعوض سرمایه‌گذاری، و تغییرات در مالیات شرکت می‌توانند نرخ سرمایه‌گذاری را با جذاب‌تر کردن سرمایه‌گذاری‌های سرمایه از طریق کاهش هزینه سرمایه افزایش دهند (اگرالا و گودسان، ۲، ۱۹۶۹). این امر به‌ویژه در کشورهای کم‌تر توسعه‌یافته که در آن‌ها از مشوق‌های مالیاتی برای جذب سرمایه‌گذاری در بخش‌هایی مانند گردشگری استفاده می‌شود، مهم است، هرچند که اثربخشی این مشوق‌ها می‌تواند به دلیل فقدان سیاست‌های حمایتی و سایر عوامل اقتصادی مختل شود (مونینانی و چیرومبا، ۳، ۲۰۱۵؛ ایچفیلدر و اشنایدر، ۴، ۲۰۱۸). برنامه‌های استهلاک سریع، مانند طرح‌های استهلاک پاداش، تأثیرات متفاوتی بر سرمایه‌گذاری در ساختمان‌ها نشان داده‌اند. مطالعات نشان می‌دهد که این برنامه‌ها می‌توانند منجر به افزایش سرمایه‌گذاری‌های ساختمانی، به‌ویژه در صنعت تولید برای شرکت‌های بزرگ شوند (مونینانی و چیرومبا، ۲۰۱۵). در چین، معرفی اعتبار مالیاتی دائمی ۱۷٪ برای سرمایه‌گذاری ثابت منجر به افزایش قابل توجهی در سرمایه‌گذاری ثابت در بین

تأسیس شده و ضمن حداکثر تعامل با جامعه محلی و توجه به تنوع اقلیم، زمینه حضور گردشگران با کیفیتی قابل قبول و تعریف شده فراهم می‌نماید. اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی معمولاً در مناطق روستایی، مناطق بکر طبیعی یا بافت‌ها و اماکن تاریخی شکل گرفته و به همراه فعالیت‌هایی که برای شناخت و معرفی بوم، توسط خانواده‌های کارآفرین و جامعه محلی علاقه‌مند به گردشگری صورت می‌گیرد، می‌توانند به عنوان راهکاری عملی برای رسیدن به توسعه پایدار گردشگری در این مناطق باشند (بروج، ۱۳۹۱).

در اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی روابط مستقیم و متقابل میزبان و مهمان در خانه و املاک خانواده گردشگرپذیر صورت می‌گیرد و این حضور و مشارکت از سوی خانواده برای تجربه و رضایت گردشگر و توسعه پایدار مقصد گردشگری و جامعه محلی، امری حیاتی است. هدف اصلی در ایجاد و توسعه این اقامت‌گاه‌ها که دارای هویت و ساختار بومی هستند نیز رسیدن به توسعه پایدار است (مقیمی و امیری، ۱۳۸۹). یک درجه‌بندی توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری صورت گرفته است که حداقل شرایط لازم برای درجه‌بندی یک اقامت‌گاه بوم‌گردی در یکی از سطوح درجات، دارا بودن سطحی از خدمات و تسهیلات است که باید ضمن سازگاری معماری بومی و رعایت اصول زیست-محیطی، امکان اقامتی ایمن برای گردشگران فراهم نماید (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ۱۳۹۲).

سرتیپی، محمدکاظمی و همکاران (۱۴۰۲) نتایج در سطح سازمان برای طراحی خدمات را مورد بررسی قرار دادند. لذا با بهره‌برداری از فرصت بر مبنای طراحی خدمات، بازارهای جدیدی برای بنگاه ایجاد می‌شود و این منجر به کسب موقعیت مناسب در بازار، درآمد بیشتر، رشد کسب‌وکار، ایجاد مزیت رقابتی و افزایش موفقیت کسب‌وکار می‌شود. این

<sup>3</sup> Munyanyi & Chiromba

<sup>4</sup> Eichfelder & Schneider

<sup>1</sup> Robert & O'Neill

<sup>2</sup> Agarwala & Goodson

تحلیل مضمون داده‌های گردآوری شده بر اساس سؤالات و اهداف تحقیق، مقوله‌بندی شده و در ارتباط با هم مورد تفسیر قرار گرفت. در مرحله اول، محقق به کدگذاری توصیفی مصاحبه‌های انجام شده می‌پردازد. در این مرحله، ابتدا مصاحبه‌ها به ترتیب انجام، پیاده‌سازی می‌شوند. سپس پس از پیاده‌سازی هر مصاحبه، متن مصاحبه به نرم‌افزار MAXQDA وارد و برای تحلیل آن قرار می‌گیرد. در واقع، با مطالعه دقیق و خطبه‌خط جملات مصاحبه‌ها، محقق موارد توصیفی را به هر قطعه از جملات نسبت می‌دهد. همچنین، گاهی محقق به دلایل مختلف، یک جمله را از منظرهای متفاوت و با استفاده از کدهای مختلف تحلیل می‌کند. حاصل این مرحله، تولید ۳۹۹ کد توصیفی بود.

تحلیل اطلاعات به‌دست‌آمده از طریق تحلیل مضمون (تم) صورت گرفت. تحلیل مضمون، روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این رویکرد یک فرآیند برای تجزیه و تحلیل داده‌های متنی است که اطلاعات پراکنده و متنوع را به داده‌های پربار و جامع تبدیل می‌کند (براوون<sup>۴</sup> و کلارک<sup>۵</sup>، ۲۰۰۶). در واقع، تحلیل مضمون یک روش کیفی خاص نیست، بلکه یک فرآیند است که می‌تواند در اکثر روش‌های کیفی به کار رود؛ بنابراین، در مرحله دوم از فرآیند تحلیل مضمونی که در این تحقیق اجرا شده، با مقایسه مکرر و چندباره کدهای توصیفی تولید شده در مرحله پیشین، کدهای تفسیری ایجاد شدند. برای تولید کدهای تفسیری، چندین کد توصیفی ذیل یک کد تفسیری تجمیع و باعث تشکیل آن شدند. در مرحله سوم از فرآیند تحلیل مضمونی، مضامین شکل‌گرفته در مصاحبه‌ها، تحت مضامین فراگیر یکپارچه گردیدند و شبکه مضامین تشکیل گردید.

برای تأیید روایی و اعتبار این پژوهش از موارد زیر استفاده شد:

شرکت‌های واجد شرایط شد که نشان‌دهنده پاسخ-گویی شرکت‌ها به مشوق‌های مالیاتی است (ژانگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۸). اصلاحات عمده چین برای مالیات بر سرمایه که مشوق‌های مالیاتی دائمی را برای سرمایه‌گذاری شرکت‌ها در دارایی‌های ثابت معرفی کرد، منجر به افزایش سرمایه‌گذاری و بهره‌وری در بین شرکت‌های تحت مداخله شد (لیو و مائو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۹). اعتبارات مالیاتی توان‌بخشی در صنعت اقامت بیشتر نشان می‌دهد که چگونه مشوق‌های مالیاتی می‌توانند هزینه‌های ساخت‌وساز را کاهش دهند و در نتیجه بر تصمیم‌های توسعه‌دهندگان تأثیر بگذارند (تاراس<sup>۳</sup>، ۱۹۹۶).

## ۲ روش‌شناسی

جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق از روش مصاحبه با خبرگان به دست آمد. خبرگان مورد نظر از دو گروه مختلف انتخاب شدند. گروه اول مدیران و مسؤولان ادارات دولتی و ارگان‌هایی که در امور گردشگری و توریسم، نظارت، کنترل و تأثیر مستقیم داشتند و گروه دوم صاحبان و مدیران هاستل‌های محدود موجود در سطح شهر یزد که به‌خوبی با مشکلات موجود در این صنعت آشنایی داشتند. شیوه نمونه‌گیری در این تحقیق نمونه‌گیری غیرتصادفی هدفمند است. در این پژوهش، مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یافت تا اشباع نظری حاصل شود. در این پژوهش مصاحبه با ۱۱ نفر از خبرگان که دارای شرایط مورد نظر بودند، انجام شده تا اشباع نظری به دست آمد. ابزار گردآوری اطلاعات، پرسش‌نامه نیمه‌ساخت‌یافته با مصاحبه‌های عمیق فردی بود که طی آن شرکت‌کنندگان تجربه خود را از پدیده به تفصیل بیان می‌دارند. این نوع مصاحبه‌ها به دلیل انعطاف‌پذیری و عمیق بودن، مناسب پژوهش‌های کیفی است.

مصاحبه‌های ضبط شده، پیاده‌سازی، دسته‌بندی و سازمان‌دهی شدند؛ سپس با استفاده از شیوه

<sup>4</sup> Braun  
<sup>5</sup> Clarke

<sup>1</sup> Zhang  
<sup>2</sup> Liu & Mao  
<sup>3</sup> Tarras

### ۳ یافته‌ها

خبرگان این پژوهش از بین کارشناسان میراث فرهنگی، صاحبان مراکز اقامتی و صاحبان آژانس‌های گردشگری انتخاب شدند که آمار دموگرافیک آن‌ها به شرح جدول ۱ است.

۱. ثبت و ضبط تجربه‌های مشارکت‌کنندگان به طور کامل؛
۲. توصیف جامع و مفصل موضوع مورد بررسی؛
۳. استفاده از روش کنترل توسط اعضا یا بازخورد مشارکت‌کنندگان (محمد پور، ۱۳۸۹).

جدول ۱. مشخصات نمونه‌های منتخب

شماره مصاحبه	سن	جنسیت	شغل
۱	۴۲	زن	کارشناس میراث
۲	۳۴	مرد	کارشناس میراث
۳	۴۶	زن	کارشناس میراث
۴	۳۳	زن	کارشناس میراث
۵	۴۷	مرد	صاحب بوم‌گردی
۶	۲۸	مرد	صاحب بوم‌گردی
۷	۳۲	مرد	صاحب بوم‌گردی
۸	۴۶	مرد	صاحب هتل
۹	۴۱	مرد	صاحب آژانس گردشگری
۱۰	۳۸	زن	صاحب آژانس گردشگری
۱۱	۴۰	مرد	صاحب آژانس گردشگری

مضمون فراگیر «عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای»، «توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه» و «تأثیر فرهنگی و اجتماعی» تشکیل گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌ها در خصوص عوامل اقتصادی، منجر به تولید ۱۱ مضمون توصیفی گردید (جدول ۲). این مضامین از ۳۹۹ کد استخراج شده از مصاحبه با خبرگان حاصل شد. شبکه مضامین تحت سه

جدول ۲. مضامین مستخرج

تعداد	کدها	زیرمجموعه	دسته‌بندی
۸۵	تسهیلات مرتبط با بوم‌گردی و شرایط آن	هزینه‌های راه‌اندازی و عملیاتی	عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای
۵۲	هزینه‌های مربوط به راه‌اندازی بوم‌گردی		
۲۸	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بوم‌گردی	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	
۱۱	سرمایه‌گذاران فرشته در بوم‌گردی		

۳۲	طرح توجیهی اقتصادی بوم‌گردی	پایداری اقتصادی و برنامه‌ریزی	توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه
۲۱	توجیه اقتصادی و فرهنگ مردم یزد		
۲۳	سوددهی سرمایه‌گذاران بوم‌گردی	سودآوری برای سرمایه‌گذاران	
۹	تضمین سرمایه سرمایه‌گذاران بوم‌گردی		
۷	نقطه سر به سر سرمایه‌گذاری		
۱۳	اقتصاد دولتی و خصوصی‌سازی	اقتصاد دولتی و خصوصی‌سازی	تأثیر فرهنگی و اجتماعی
۱۰	تسهیلات کم‌بهره گردشگری		
۸	حمایت از کسب‌وکارهای خرد		
۳۷	منتفع شدن مردم محلی از بوم‌گردی	منافع جامعه و مشارکت	
۲۳	تغییر معماری خانه‌ها برای درآمد		
۳۲	عدم اطمینان از آینده گردشگری و سرمایه‌گذاری	عدم اطمینان آینده و علاقه عمومی	
۸	اقبال به گردشگری ارزان قیمت		

این دسته شامل منافع مستقیم برای مردم محلی و تغییرات معماری برای کسب درآمد، علاوه بر میزان اطمینان و علاقه به گردشگری ارزان قیمت است.

عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای (تسهیلات مرتبط با بوم‌گردی و شرایط آن): بوم‌گردی در اقتصاد روستاهای یزد - در شهرها و روستاهای اطراف شهر یزد اقامت‌گاه‌های بوم‌گردی تأسیس شده‌اند و شاهد توسعه روزافزون این اقامت‌گاه‌ها هستیم. بوم‌گردی موفق در یک روستا می‌تواند باعث جذب و ورود گردشگر به آن منطقه شود و باعث ایجاد درآمد برای خود و بقیه جوامع روستایی و محلی شود و در رشد اقتصاد روستا مثرتر باشد. در حال حاضر بیشتر وام‌هایی که به روستاها تعلق گرفته است مربوط به تأسیس بوم‌گردی‌ها شده است. کاهش شدید بودجه‌های میراث در زمان حال - در زمان حال و با توجه به شرایط بد اقتصادی ایران، هیچ‌گونه اعتباری توسط سازمان میراث ارائه نمی‌شود. اعتباری برای تبدیل خانه قدیمی به اقامت‌گاه داده نمی‌شود. تسهیلاتی برای بازسازی و مرمت خانه‌ها داده نمی‌شود. در چند سال گذشته میراث در این زمینه‌ها از بخش خصوصی حمایت مالی می‌کرده است؛ ولی در زمان حال میراث بودجه خاصی ندارد و حتی در

تجزیه و تحلیل داده‌ها در خصوص عوامل اقتصادی، داده‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها طبقه‌بندی شده‌اند تا عوامل اقتصادی مؤثر بر توسعه هاستل‌ها در صنعت گردشگری ایران را به خوبی نمایش دهند. این طبقه‌بندی به سه دسته اصلی تقسیم شده است: عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای، توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه و تأثیر فرهنگی و اجتماعی. در دسته عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای، مواردی مانند هزینه‌های راه‌اندازی و عملیاتی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی بررسی شده‌اند. این عوامل شامل تسهیلات مرتبط با بوم‌گردی و هزینه‌های مربوط به راه‌اندازی آن و همچنین مشارکت‌های مالی بخش خصوصی در بوم‌گردی است. در دسته توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه، مسائلی چون پایداری اقتصادی و برنامه‌ریزی، سودآوری برای سرمایه‌گذاران و اقتصاد دولتی و خصوصی‌سازی مورد توجه قرار گرفته‌اند. این دسته به بررسی جوانب اقتصادی پروژه‌های بوم‌گردی و اثربخشی اقتصادی آن‌ها می‌پردازد. در نهایت، دسته تأثیر فرهنگی و اجتماعی به بررسی چگونگی تأثیرگذاری بوم‌گردی بر جوامع محلی و تغییرات اجتماعی و فرهنگی ناشی از آن می‌پردازد.

تا مبلغ ۳۰ میلیون تومان مصالح برای مرمت خانه‌هایی که در آن ساکن وجود دارد، کمک می‌کردند.

عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای (هزینه‌های مربوط به راه‌اندازی بوم‌گردی): هزینه راه‌اندازی کم‌تر بوم‌گردی نسبت به هتل - یکی از دلایل استقبال زیاد به تأسیس و ایجاد بوم‌گردی هزینه‌های کم‌تر این نوع اقامت‌گاه نسبت به سایر اقامت‌گاه‌ها از جمله هتل‌ها می‌باشد. در ایجاد بوم‌گردی فقط هزینه‌های بازسازی و مرمت وجود دارد؛ ولی در هتل‌ها علاوه بر این هزینه‌ها، هزینه‌های مجوزهای دیگری از جمله هزینه تأمین پارکینگ و غیره نیز اضافه خواهد شد. هزینه وسایل و تجهیزاتی که در هتل باید استفاده شود، خیلی بیشتر از تجهیزاتی مورد نیاز بوم‌گردی می‌باشد. بوم‌گردی سرمایه کم می‌خواهد - بوم‌گردی‌ها سرمایه زیادی برای تأسیس و راه‌اندازی نمی‌خواهند. در نتیجه مانند هتل نیست که سرمایه‌گذاران جدا خواسته باشد. بیشترین کسانی که در این صنعت فعالیت می‌کنند، از قبل، صاحب آن خانه، بوم‌گردی بوده‌اند. اصلاً فلسفه اولیه بوم‌گردی این بوده است که مردم محل زندگی خود را مرمت کنند و در کنار زندگی خود مکانی برای اسکان مسافر تهیه شود. هزینه‌های بالای مرمت خانه - در زمان حال و با ایجاد بازار رقابتی بین بوم‌گردی‌ها باعث شده است که مرمت خانه‌های بوم‌گردی هزینه‌های زیادی را شامل شود. این هزینه‌های زیاد ناشی از مرمت‌های غیر ضروری و برای لوکس‌تر کردن خانه‌ها و جذب مسافر می‌باشد.

عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای (سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در بوم‌گردی): در بوم‌گردی‌های استان یزد تنها بخش خصوصی سرمایه‌گذاری کرده است و هرچه که این صنعت رشد کرده است، مدیون بخش خصوصی بوده است. هیچ موردی وجود ندارد که دولت در بوم‌گردی کامل سرمایه‌گذاری کرده باشد و اصلاً تاکنون در این بخش ورود نکرده است. احتمالاً دولت اجازه آن را ندارد که خود در صنایع گردشگری به‌تنهایی ورود کند.

این دو سال سازمان میراث بودجه‌ای برای پروژه‌های ضروری خود نیز ندارد. حتی اعتبار و بودجه‌ای در جهت جهانی‌شدن شهر یزد توسط میراث دریافت نشده است. ناعادلانه بودن واگذاری تسهیلات - طبق مصاحبه‌های انجام‌گرفته، صاحبان بوم‌گردی بر این مورد تأکید داشتند که توزیع امکانات و تجهیزات دولتی بین بخش خصوصی ناعادلانه بوده است. به گفته آن‌ها در زمینه گرفتن وام خیلی تلاش کرده‌اند؛ ولی موفق به دریافت آن نشده‌اند. ولی از آن طرف به راحتی وام به بعضی از افراد تعلق گرفته است. در سال‌های گذشته، سازمان میراث در جهت مرمت خانه‌ها کمک‌های بلاعوضی به مردم می‌داد که به نظر مصاحبه‌شونده، این کمک‌ها ناعادلانه بوده است و بعضی از افراد این کمک‌ها را دریافت می‌کرده‌اند؛ ولی ضوابط مرمت اصولی را رعایت نمی‌کردند و یا در جای دیگری استفاده می‌کرده‌اند. وام صندوق کارآفرینی امید در گذشته - در گذشته صندوق کارآفرینی امید با سازمان میراث فرهنگی و گردشگری درباره وام کم‌بهره جهت بازسازی و مرمت خانه‌ها تفاهم‌نامه داشتند و برای دریافت وام باید از میراث معرفی‌نامه اخذ می‌کردند. این وام به مبلغ ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون تومان و با بهره ۴ درصد ارائه می‌شد؛ ولی دارای شرایط اخذ سخت‌گیرانه‌ای بوده است. خانه ثبت ملی و تسهیلات و شرایط مرتبط با آن - بعضی از خانه‌ها وجود دارند که می‌توانند تحت شرایط خاص و سختی ثبت ملی شوند. در گذشته برای خانه‌هایی که ثبت ملی شده بودند، اعتبار خاصی در نظر گرفته شده بود و تقریباً برای مرمت خانه‌های ثبت ملی ۵۰ میلیون تومان پول داده می‌شده است. تسهیلات دولت برای مرمت بافت فرسوده - دولت برای بازسازی بافت فرسوده شهرها تسهیلات ۱۸ درصد در نظر گرفته است. مهم‌ترین مشکل موجود در این تسهیلات بازپرداخت سریع آن‌ها و بهره نسبتاً بالای آن است که بازپرداخت آن برای کسی که تازه می‌خواهد بوم‌گردی خود را مرمت و راه‌اندازی کند سخت است. طرح خانه ایرانی و تسهیلات مرتبط با آن - در سازمان میراث طرحی وجد داشته است به نام خانه‌های ایرانی که در آن

مشارکت مردم محلی و استفاده از منابع و مهارت‌های آن‌ها، زمینه‌های مختلفی برای افزایش درآمد و بهبود کیفیت زندگی ایجاد کرده است. مرمت خانه‌های قدیمی و تبدیل آن‌ها به اقامت-گاه‌های بوم‌گردی نه تنها به حفظ میراث فرهنگی کمک می‌کند، بلکه منبع درآمد پایداری برای خانواده‌ها فراهم آورده و به توسعه اقتصادی مناطق کمک می‌کند.

تأثیر فرهنگی و اجتماعی (تغییر معماری خانه‌ها برای درآمد): تغییرات در معماری خانه‌ها با هدف افزایش جذب گردشگر و درآمدزایی، نمونه‌ای از تأثیر مستقیم توسعه گردشگری بر ساختار فیزیکی و فرهنگی جوامع محلی است. این تغییرات ضمن افزایش کارایی اقامت‌گاه‌ها، به حفظ و نگهداری بافت‌های تاریخی و فرهنگی کمک کرده و در نهایت منجر به بهبود تجربه گردشگران می‌شود.

تأثیر فرهنگی و اجتماعی (عدم اطمینان آینده و علاقه عمومی): عدم اطمینان در مورد آینده صنعت گردشگری و تأثیرات اقتصادی آن بر سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی و دولتی تأثیر گذاشته است. با این حال، افزایش علاقه عمومی به گردشگری ارزان‌قیمت نشان‌دهنده پتانسیل رشد در بازار بوم‌گردی است و فرصت‌هایی برای سرمایه‌گذاران فراهم می‌آورد تا با کم‌ترین هزینه، بیشترین بازده را کسب کنند. این علاقه عمومی می‌تواند به عنوان نقطه قوتی برای توسعه پایدار صنعت گردشگری در نظر گرفته شود. با توجه به نتایج به دست آمده، مشخص می‌شود که توسعه بوم‌گردی در ایران تحت تأثیر ترکیبی از عوامل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قرار دارد. این عوامل باید به طور متوازن در برنامه‌ریزی‌های آینده مد نظر قرار گیرند تا از پایداری و موفقیت طولانی‌مدت این صنعت اطمینان حاصل شود.

#### ۴ بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر به بررسی عوامل اقتصادی تأثیرگذار بر توسعه هاستل‌ها در صنعت گردشگری ایران

توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه (طرح توجیهی اقتصادی بوم‌گردی): جز اصول اولیه برای مجوز بوم‌گردی آوردن طرح توجیه اقتصادی برای سازمان میراث است. میراث در اوایل کار از سرمایه-گذار بوم‌گردی طرح توجیه اقتصادی می‌خواهد و در این طرح کارشناس مربوطه باید سرمایه و بازگشت سرمایه را مشخص کند. طرح توجیه اقتصادی در باطن خیلی خوب است و مشخص می‌کند که آیا این بوم‌گردی می‌تواند از عهده هزینه‌های خود برآید و به سوددهی مورد نظر برسد؛ ولی در عمل این طرح خیلی برای طرفین اهمیتی خاصی ندارد. در بیشتر موارد سرمایه‌گذاران نزد مشاوران مخصوص این کار نمی‌روند و خودشان در حد درک خودشان این را می‌نویسند. در زمینه فعالیت‌های گردشگری تا کنون سود و زبانی برای صنعتی مشخص نشده است و تا کنون یک طرح اقتصادی (بیزینس پلن) کاملی طراحی و نوشته نشده است. مشاور مربوطه در طرح توجیه اقتصادی واقعیت‌ها را لحاظ نمی‌کند و جالب‌تر از آن اینکه تمام طرح‌های اقتصادی توجیه اقتصادی دارند.

توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه (توجیه اقتصادی و فرهنگ مردم یزد): مردم یزد از قدیم به فکر توجیه اقتصادی بوده‌اند و به بحث‌های درآمدی توجه داشته‌اند و بیشتر به فکر کارهایی با صرفه اقتصادی بالا بوده‌اند. اساس بوم‌گردی نیز بر همین استوار است که مردم با کم‌ترین هزینه بتوانند از محل سکونت خود کسب درآمد کنند.

توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه (سوددهی سرمایه‌گذاران بوم‌گردی): صنعت بوم‌گردی در یزد همچنان در حال توسعه است و این موضوع را از تعداد مجوزهای جدید برای بوم‌گردی می‌توان متوجه شد و افرادی که تا به امروز در بوم‌گردی هزینه کرده‌اند از سرمایه‌گذاری خود راضی بوده‌اند و کسب‌وکار خود را توسعه داده‌اند.

تأثیر فرهنگی و اجتماعی (منتفع شدن مردم محلی از بوم‌گردی): تأثیر بوم‌گردی بر جوامع محلی در ایران عمیق است. این نوع گردشگری با توجه به

به ایجاد یک‌چرخه مثبت کمک کند که در آن سرمایه‌گذاری‌ها نه تنها به سودآوری مالی می‌انجامند؛ بلکه به بهبود کیفیت زندگی و حفظ محیط زیست نیز منجر می‌شوند.

در نهایت، تعامل مؤثر با مقامات دولتی و محلی برای اطمینان از درک متقابل نیازها و انتظارات ضروری است. همکاری نزدیک با دولت‌ها می‌تواند به تسهیل فرآیندهای بوروکراتیک، به خصوص در زمینه اخذ مجوزها و تسهیلات مالیاتی و سایر انگیزه‌های مالی کمک کند که همگی می‌توانند به تسریع و تسهیل توسعه پروژه‌های بوم‌گردی کمک کنند و در نتیجه، پتانسیل اقتصادی آن‌ها را به حداکثر برسانند. یافته‌های این پژوهش با مدل احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۸) که به عامل «نگرش دولت» و «کشور مقصد» اشاره کرده‌اند، هم‌سو است. شایان ذکر است حمایت‌های دولت صرفاً نباید به مشوق‌های ثابت محدود شود؛ چراکه منجر به تعارض در انتظارات صنعت (اعتمادی و همکاران، ۱۴۰۲) و در نهایت کاهش عملکرد صنعت در بلندمدت می‌شود (اعتمادی و همکاران، ۱۴۰۳).

از آنجاکه این طرح‌ها باید به طور مفصل هزینه‌های اجرایی، هزینه‌های جاری، احتمالات درآمدزایی و دوره بازگشت سرمایه را شفاف‌سازی کنند، باید نشان دهند که چگونه پروژه می‌تواند در برابر نوسانات اقتصادی مقاومت کند و در شرایط اقتصادی متغیر چگونه قابلیت سازگاری دارد.

این طرح‌ها همچنین باید به ارزیابی‌های ریسک اختصاص یافته و استراتژی‌های کاهش ریسک را پیشنهاد دهند که می‌تواند شامل بیمه‌های مناسب، طراحی انعطاف‌پذیر پروژه‌ها برای اجتناب از تأخیرهای زمانی و هزینه‌های اضافی و ایجاد شراکت‌های استراتژیک با دیگر سرمایه‌گذاران و شرکت‌های محلی برای تقسیم ریسک‌ها باشد. طرح‌های توجیهی باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که از پیچیدگی‌های محلی آگاه باشند و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی پروژه‌ها را نیز در نظر بگیرند، تا اطمینان

پرداخت و نتایج حاصل از مصاحبه‌ها به‌خوبی نشان داد که چگونه ترکیبی از عوامل سرمایه‌گذاری و هزینه‌ای، توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه و تأثیرات فرهنگی و اجتماعی می‌توانند بر این توسعه تأثیر بگذارند.

یافته‌های این پژوهش نشان داد کارآفرینی در جوامع با درآمد پایین‌تر می‌تواند متفاوت باشد و عوامل اثرگذاری مخصوص به خود را دارند که با دیدگاه پژوهش مرادی و همکاران (۱۳۹۷) هم‌سو است. به‌صورت کلی، یافته‌های این تحقیق بر تأثیر عوامل محیطی خصوصاً عوامل اقتصادی بر توسعه هاستل‌ها تأکید می‌کند که با مدل پژوهش جمالی، محمدکاملی و همکاران (۲۰۱۸) هم‌راستا است.

در مورد توجیه‌های اقتصادی و بازگشت سرمایه، مطالعه نشان داد که طرح‌های توجیهی که بر پایه دقیق و واقع‌بینانه تدوین شده‌اند، می‌توانند در جلب اعتماد سرمایه‌گذاران و تأمین مالی پروژه‌ها نقش اساسی داشته باشند؛ لذا تدوین طرح‌های اقتصادی کارآمد که واقعیت‌های مالی و اقتصادی پروژه‌های بوم‌گردی را به‌خوبی منعکس کنند، ضروری است. این طرح‌ها باید علاوه بر پیش‌بینی درآمدهای احتمالی و هزینه‌های مرتبط، معیارهایی برای ارزیابی ریسک، مدیریت بحران و پایداری مالی را در بلندمدت نیز در بر گیرند. توجه به این معیارها می‌تواند در شرایط اقتصادی نامطمئن کنونی به مدیریت بهتر منابع و جلوگیری از شکست مالی کمک کند. یافته‌های این پژوهش با مدل احمدپور داریانی و همکاران (۱۳۹۸) که به عامل «شرایط تقاضا»، «رقابت‌پذیری» و «عوامل اطلاعاتی و بازاریابی» اشاره کرده‌اند، هم‌سو است.

علاوه بر این، مهم است که طرح‌های توجیهی تأثیرات اجتماعی و زیست‌محیطی پروژه‌ها را نیز مد نظر قرار دهند. درک چگونگی تأثیرگذاری پروژه‌های بوم‌گردی بر جوامع محلی و محیط زیست اطراف می‌تواند به توسعه پایدارتر و مسئولانه‌تر کمک کند و اطمینان حاصل شود که پروژه‌ها منافع بلندمدت برای همه ذی‌نفعان ایجاد می‌کنند. این امر می‌تواند



مستلزم آن است که برنامه‌ریزان و سرمایه‌گذاران به دیدگاه‌ها و نیازهای جوامع محلی احترام بگذارند و در تصمیم‌گیری‌ها آن‌ها را مشارکت دهند تا از پایداری طولانی‌مدت بوم‌گردی و حفظ هویت فرهنگی منطقه اطمینان حاصل شود.

با توجه به نقش حیاتی طرح‌های توجیهی در جلب سرمایه‌گذاری، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های دولتی مرتبط با گردشگری و نهادهای تحقیقاتی برنامه‌هایی را برای توسعه و استانداردسازی این طرح‌ها اجرا کنند. این طرح‌ها باید شامل برآوردهای دقیق مالی، تجزیه و تحلیل بازار، ارزیابی ریسک و استراتژی‌های مدیریت بحران باشند تا سرمایه‌گذاران بتوانند با آگاهی کامل تصمیم‌گیری کنند.

برای تسهیل توسعه پروژه‌های بوم‌گردی، لازم است تا دولت‌های محلی و ملی اقدام به بازنگری و اصلاح قوانین و مقررات کنند تا فرآیندهای اداری ساده‌سازی شوند و موانع بوروکراتیک کاهش یابند. این امر شامل تسهیل در صدور مجوزها و ارائه مشوق‌های مالیاتی و سرمایه‌گذاری است.

در راستای تضمین مشارکت فعال جوامع محلی در توسعه بوم‌گردی، برنامه‌های آموزشی باید برای ارتقای دانش و مهارت‌های لازم در زمینه گردشگری، مدیریت کسب‌وکار و حفاظت از میراث فرهنگی طراحی و اجرا شوند. این برنامه‌ها می‌توانند به افزایش سطح درآمد و بهبود کیفیت زندگی در مناطق مورد نظر کمک کنند.

توصیه می‌شود که پروژه‌های بوم‌گردی از تکنولوژی‌های سبز و پایدار برای کاهش تأثیرات منفی بر محیط زیست استفاده کنند. این شامل استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر، مدیریت پسماند و آب و به‌کارگیری مواد ساختمانی اکولوژیک است که می‌تواند به کاهش هزینه‌های جاری و افزایش جذابیت اقتصادی پروژه‌ها کمک کند.

پیشنهاد می‌شود که یک شبکه همکاری متشکل از دولت‌ها، نهادهای خصوصی، دانشگاه‌ها و

حاصل شود که پروژه‌ها نه تنها اقتصادی بلکه از نظر اجتماعی و فرهنگی نیز پایدار هستند.

تدوین طرح‌های توجیهی که مبتنی بر داده‌های دقیق و تجزیه و تحلیل‌های معتبر اقتصادی است، می‌تواند به مشروعیت بخشیدن به پروژه‌ها در نظر جامعه محلی و سایر ذی‌نفعان کمک کند. این امر منجر به ایجاد یک حس اطمینان می‌شود که نه تنها در جذب سرمایه‌گذاری مؤثر است، بلکه به تقویت پشتیبانی عمومی و تعهد محلی به پروژه‌های بوم‌گردی کمک می‌کند.

نهایتاً، تأثیر فرهنگی و اجتماعی بوم‌گردی بر جوامع محلی نباید نادیده گرفته شود. این نوع گردشگری با توانمندسازی جوامع محلی و افزایش درآمدزایی آن‌ها، می‌تواند به توسعه پایدار منطقه کمک کند. تغییرات معماری که به منظور جذب گردشگر انجام می‌شود نیز باید ضمن حفظ بافت فرهنگی و تاریخی، به بهبود شرایط زندگی محلی منجر شود. این تغییرات می‌توانند شامل بازسازی و نوسازی املاک تاریخی و فرهنگی در چارچوب استانداردهای حفظ میراث فرهنگی باشند، به‌گونه‌ای که هم‌زمان با حفظ اصالت آن‌ها، امکانات مدرن و دسترسی بهتر برای گردشگران فراهم آورند.

با توجه به تأثیرات متقابل بوم‌گردی و جوامع محلی، مهم است که برنامه‌های توسعه بوم‌گردی به گونه‌ای طراحی شوند که منافع اقتصادی حاصل از گردشگری به طور عادلانه در میان جامعه محلی توزیع شود. این می‌تواند شامل ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیرمستقیم، آموزش و توسعه مهارت‌های جدید و حمایت از کسب‌وکارهای کوچک و خانگی باشد که به طور مستقیم از گردشگری سود می‌برند.

علاوه بر این، فعالیت‌های بوم‌گردی باید با مشارکت و همکاری نزدیک با جوامع محلی طراحی شوند تا اطمینان حاصل شود که این پروژه‌ها نه تنها از نظر اقتصادی موفق هستند، بلکه از نظر اجتماعی و فرهنگی نیز پذیرفته شده و مطلوب‌اند. این امر

### حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسؤل، این مقاله حامی مالی نداشته است.

### سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان در نگارش مقاله برابر بوده است.

### تضاد منافع

نویسنده (نویسندگان) اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

### تقدیر و تشکر

نویسندگان، از همه افراد، به دلیل مشاوره و راهنمایی علمی و مشارکتشان در این مقاله تشکر و قدردانی می‌نمایند.

سازمان‌های غیردولتی ایجاد شود تا دانش، منابع و تجربیات در زمینه توسعه بوم‌گردی به اشتراک گذاشته شود. این همکاری‌ها می‌توانند به ایجاد استانداردهای جدید در صنعت گردشگری کمک کرده و به سرعت‌بخشیدن به نوآوری‌ها و بهبود مستمر در این زمینه منجر شوند.

همچنین برای محققان آینده پیشنهاد می‌گردد در زمینه دلیل عدم توسعه هاستل در ایران و اینکه چرا اصلاً جزء صنایع اقامتی در نظر گرفته نشده است، تحقیق به عمل آورند.

در نهایت به افرادی که قصد راه‌اندازی هاستل در ایران دارند، پیشنهاد می‌شود تحلیل‌های اقتصادی و سایر تحلیل‌های مربوط به امکان‌سنجی و طراحی مدل کسب‌وکار خود را بر اساس مدل‌های علمی موجود مانند راهنمای جامع طرح و تدوین طرح کسب‌وکار (محمدکاظمی، ۱۳۹۸) پیش ببرند.

## منابع

- احمدپور داریانی، محمود، محمدکاظمی، رضا، خادمی، مهدی، و رضائی، رضا. (۱۳۹۸). شناسایی و تحلیل عوامل پیش برنده ارتقاء جذابیت مقصد جهت توسعه کسب و کارهای گردشگری پزشکی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۲(۴): ۵۰۰-۴۸۱.
- doi: 10.22059/jed.2020.275771.652903
- اعتمادی، محمد، چیت ساز، احسان، & قدرتی زاده، فراز. (۱۴۰۳). پارادوکس پاداش: بازنگری در رابطه رضایت و عملکرد ایده‌پردازی کارکنان. مدیریت منابع انسانی پایدار، ۶(۱۰): - . doi: 10.22080/shrm.2024.4599
- اعتمادی، محمد، چیت ساز، احسان، ابوالقاسمی دهقانی، محمدرضا، & قدرتی‌زاده، فراز. (۱۴۰۲). تأثیر متقابل پاداش‌های پولی، انتظارات و کیفیت ایده‌پردازی: یک تحلیل تجربی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۶(۴): ۱۱۶-۱۴۲.
- doi: 10.22059/jed.2023.360337.654210
- بروج، اشکان (۱۳۹۱). مطالعه تطبیقی اقامتگاه‌های بوم‌گردی مناطق بیابانی از منظر توسعه پایدار گردشگری، پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی
- پور محمدی، د (۱۳۹۰). صنعت گردشگری در خدمت توسعه اقتصاد کشور، در پایگاه اینترنتی [www.lostring.ir](http://www.lostring.ir).
- جاودان، مجتبی و فتحی زاده، فرح (۱۳۹۵). معیارهای انتخاب هتل از دیدگاه گردشگران شهر مشهد.
- جوهری، عباس (۱۳۹۲). تعامل گردشگری پایدار و بوم‌گردی، اولین همایش بین‌المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار،
- مروذشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مروذشت.
- رحیم پور، علی (۱۳۹۲). تحلیل آماری صنعت گردشگری جهان، بازارهای آینده و جایگاه ایران، فصلنامه گردشگری دانشگاه علم و فرهنگ.
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (۱۳۹۲). شرح مختصات و ضوابط ساخت، بهره‌برداری و درجه‌بندی اقامتگاه‌های بوم‌گردی کشور.
- سرتیپی، صدف، محمدکاظمی، رضا، احمدپور داریانی، محمود، و سخدری، کمال. (۱۴۰۲). ارائه چارچوب طراحی خدمت با استفاده از روش فراترکیب. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۶(۱): ۷۷-۹۱.
- doi: 10.22059/jed.2023.349257.654057
- ضرغام بروجنی، حمید، ابراهیمی، مهدی و میر فخرالدینی قائزه السادات (۱۳۹۲). ارزیابی عملکرد خدمات ارائه‌شده در هتل‌ها با رویکرد کارت امتیازی متوازن فازی مطالعه موردی: هتل‌های منتخب استان یزد، فصل-نامه علمی-پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال هشتم، شماره ۲۲.
- محمد پور، احمد (۱۳۸۹). ضد روش: منطق و طرح در روش‌شناسی کیفی. (جلد دوم). تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- مرادی، مسعود، ایمانی پور، نرگس، آراستی، زهرا، و محمدکاظمی، رضا. (۱۳۹۷). شناسایی ابعاد شکل‌گیری قصد کارآفرینانه در افراد فقیر بر مبنای رویکرد قابلیت‌ها. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۱(۲): ۳۶۱-۳۸۰.
- doi: 10.22059/jed.2018.68132

موحد، علی و کهزادی، سالار، (۱۳۸۹). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری استان کردستان با استفاده از مدل SWOT، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال اول، شماره ۲.

Agarwala, R., & Goodson, G. (1969). An Analysis of the Effects of Investment Incentives on Investment Behaviour in the British Economy. *Economica*, 36, 377-388.

Bowen, H. E., & Daniels, M. J. (2010). Hostelling as a pathway to cross-cultural understanding. *Tourism Review International*, 14(4), 189-199.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.

Bukhari, Z. Y., & Mehmood, K. K. (2022). The mediating role of effective communication between organization strategy, structure, culture and organization performance. *Review of Education, Administration & Law*, 5(4), 670-689.

<https://doi.org/10.47067/real.v5i4.289>

Camfield, L., Crivello, G., & Woodhead, M. (2009). Wellbeing research in developing countries: Reviewing the role of qualitative methods. *Social Indicators Research*, 90(1), 5.

Cave, J., Thyne, M., & Ryan, C. (2008). Perceptions of backpacker accommodation facilities: a comparative study of Scotland and New Zealand.

مقیمی، محمد و امیری، نادر (۱۳۸۹). عوامل مؤثر بر رشد و توسعه شرکت‌های خانوادگی استان تهران، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال پنجم، شماره ۱۸: ۷-۹۵.

Backpacker tourism: Concepts and profiles, ۲۱۵-۲۴۶.

Deakin, M. (1996). Hostels and halls of residence. *Introduction to Hospitality Operations*. London: Cassell.

de Moura Pavão Farias, D., Valença, M. N., Sobral, M. F. F., & Bezerra Ribeiro, A. R. (2024). Hostelquality: A methodology for assessing the quality of hostels. *Tourism and Hospitality Research*, 24(1), 3-16.

<https://doi.org/10.1177/14673584221133668>

Dumont, E., Ruelle, C., & Teller, J. (2005). Multi-dimensional matrix gathering of impacts, methods and policy measures; PICTURE (pro-active management of the impact of cultural tourism upon urban resources and economies). Internet source: [http://www.culture-routes.lu/picture/IMG/pdf/152\\_long\\_en.pdf](http://www.culture-routes.lu/picture/IMG/pdf/152_long_en.pdf).

[http://www.culture-routes.lu/picture/IMG/pdf/152\\_long\\_en.pdf](http://www.culture-routes.lu/picture/IMG/pdf/152_long_en.pdf).

Eichfelder, S., & Schneider, K. (2018). How do tax incentives affect business investment? Evidence from German bonus depreciation (No. 231). *arqus Discussion Paper*.

Etemadi, M., Chitsaz, E., Abolghasemi Dehaqani, M., & Ghodrati-zadeh, F. (2024). The Interplay of Monetary

- Rewards, Expectations, and Ideation Quality: An Empirical Analysis. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(4), 116-142.
- doi:  
10.22059/jed.2023.360337.654210
- Etemadi, M., Chitsaz, E., & Ghodrati Zahed, F. (2024). The Paradox of Rewards: Reconsidering Employee Satisfaction and Ideation Performance. *Journal of Sustainable Human Resource Management*, 6(10), -. doi: 10.22080/shrm.2024.4599
- Gjorgievski, M., & Melles Trpkova, S. (2012). Movie induced tourism: A new tourism phenomenon. *UTMS Journal of Economics*, 3(1), 97-104.
- Habibi, F. (2017). The determinants of inbound tourism to Malaysia: a panel data analysis. *Current Issues in Tourism*, 20, 909 - 930.
- Holden, A. (2008). *Tourism and environment*. London.
- Jamali, Behruz. Mohammadkazemi, Reza. Yadollahi farsi, Jahangir. Mobini, Ali (2018). "The Study on the Theories' Gap of Technological Entrepreneurship Opportunities Emergence". *Journal of International Business Research*. Vol. 11, No 2. pp: 79 -88
- Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism management*, 29(1), 180-192.
- Lim, C., Zhu, L., & Koo, T. (2018). Urban re-development and tourism growth: Relationship between tourism infrastructure and international visitor flows. *International Journal of Tourism Research*.
- Liu, Y., & Mao, J. (2019). How do tax incentives affect investment and productivity? Firm-level evidence from China. *American Economic Journal: Economic Policy*, 11(3), 261-291.
- Martins, L., Gan, Y., & Ferreira-Lopes, A. (2017). An empirical analysis of the influence of macroeconomic determinants on World tourism demand. *Tourism Management*, 61, 248-260.
- Mintel, S. (2009). Youth travel accommodation-international. *Travel & Tourism Analyst*, (10), 1-40.
- Mohammadkazemi, Reza. (2019). *A Comprehensive Book on Business Plan*. Publication of University of Tehran press. ISBN: 978-964-03-7296-8 (In Persian)
- Munyanyi, W., & Chiromba, C. (2015). Tax incentives and investment expansion: evidence from Zimbabwe's tourism industry. *AD-minister*, (27), 27-51.
- Murphy, L. (2001). Exploring social interactions of backpackers. *Annals of tourism Research*, 28 (1) 50-67.
- O'regan, M. (2010). Backpacker hostels: Place and performance. *Beyond backpacker tourism: motilities and experiences*, 85-101.

- O'Reilly, C. C. (2006). From drifter to gap year tourist: Mainstreaming backpacker travel. *Annals of tourism research*, 33(4), 998-1017.
- Obenour, W., Patterson, M., Pedersen, P., & Pearson, L. (2006). Conceptualization of a meaning-based research approach for tourism service experiences. *Tourism management*, 27(1), 34-41.
- Pangiran, B (2009). "Alternative tourism-timerdependencies & the development of forested rural regions". *Forest policy and economics*.
- Paris, C. M. (2012). Flashpackers: An emerging sub-culture?. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 1094-1115.
- Pearce, P. L. (1990). The backpacker phenomenon: Preliminary answers to basic questions. Department of Tourism, James Cook University of North Queensland.
- Prentice, R. A. (2003). Chicago Man, KT Man, and the future of behavioral law and economics. *Vand. L. Rev.*, 56, 1663.
- Robert, J. G., & O'Neill, J. W. (2021). Evaluating Hotel Time-To-Delivery (TTD): Influencing Factors and Financial Performance. *Journal of Real Estate Literature*, 29(1), 1-17.
- Sabalous, L. (1993). Development of a framework for assessing sustainability in new product development. In DS 58-7: Proceedings of ICED 09, the 11th International Conference on Engineering Design, Vol. 7, Design for X/Design to X, Palo Alto, CA, USA, 24-27.08.1993 (pp. 289-300).
- Sartipi, S., MohammadKazemi, Reza., Ahmadpour daryani, M., & Sakhdari, K. (2023). Presenting a service design model with meta-synthesis approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(1), 77-91. (In Persian)
- Shaw, G., & Williams, A. (2000). *Tourism, leisure and recreation series: Tourism and sex*. London: Pinter.
- Sofronov, B. (2019). The development of marketing in tourism industry. *Annals of Spiru Haret University. Economic Series*, 19(1), 137-153.  
<https://doi.org/10.26458/1917>
- Statista Research Department. (2024). Global tourism sector market size 2023. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1220218/tourism-industry-market-size-global/>
- Tarras, J. M. (1996). Using tax incentives reduces construction costs. *Hospitality Review*, 14(1), 7.
- The United Nations World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism highlights ۲۰۰۸ edition*
- Timothy, D., & Teye, V. (2009). *Tourism and the lodging sector*. Routledge.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*. Pearson Education.

- Wang, H., & Liu, W. (2022). Forecasting Tourism Demand by a Novel Multi-Factors Fusion Approach. *IEEE Access*, 10, 125972-125991.
- Welk, P. (2004). The beaten track: anti-tourism as an element of backpacker identity construction. *The*

*global nomad: Backpacker travel in theory and practice*, 77-91.

- Zhang, L., Chen, Y., & He, Z. (2018). The effect of investment tax incentives: evidence from China's value-added tax reform. *International tax and public finance*, 25, 913-945.