IJAE
Iranian Journal of Applied Ecology
بوم‌شناسی کاربردی/ سال سیزدهم / شماره سوم / ۱۴۰۳/ صفحات ۴۷ تا ۶۱

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری پایدار (مطالعه موردی: روستای چوپانان، فلات مرکزی ایران)

فریال فراست[۱]، علیرضا سفیانیان[۲]* و امیرگندمکار[۳]

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۰۸ ؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۲/۰۹)

چکیده

گردشگری یکی از مؤلفه‌های اصلی توسعه در دنیای مدرن محسوب می‌شود. لازم است این صنعت در حال رشد به‌ویژه در مناطق مستعد و با مزیت‌های نسبی بالا، بیشتر موردتوجه قرار گرفته و محور توسعه پایدار باشد. در مناطق مستعد گردشگری قبل از اجرای تمام برنامه‌ها و طرح‌ها، انجام مطالعات راهبردی باهدف کاهش پیامدهای منفی و هم‌افزایی، اثربخشی و پایداری منافع باید در اولویت قرار گیرد. در این مطالعه باتوجه‌به مزیت‌های نسبی روستای چوپانان و محیط پیرامونی آن ابتدا با به‌کارگیری روش SWOT به بررسی عوامل داخلی و خارجی کلیدی گردشگری پایدار و در مرحله بعد به تدوین راهبردهای توسعه گردشگری آن پرداخته شد. پس از تدوین راهبردها، برای اولویت‌بندی و شناسایی راهبردهای برتر، از روش‌های QSPM و AHP استفاده شد. بر اساس نتایج حاصل از ماتریس ارزیابی، جمع امتیازهای نهایی عوامل داخلی و عوامل خارجی به ترتیب ۲/۸۸۹ و ۲/۷۹۹ به‌دست‌آمده و راهبردهای تهاجمی به‌عنوان راهبرد مناسب شناسایی شدند. در هر دو روش اختلاف وزنی میان راهبردهای برتر ناچیز است. روش به‌کاررفته در این پژوهش یعنی درنظرگرفتن محیط پیرامونی در سطوح مختلف می‌تواند به‌عنوان الگویی برای توسعه گردشگری در مناطق روستایی مستعد مجاور مناطق تحت حفاظت مورداستفاده قرار گیرد.

واژه‌های کلیدی: برنامه‌ریزی راهبردی، تحلیل سلسله‌مراتبی زوجی (AHP)، ماتریس SWOT، ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

.

۱. دانشجوی دکتری گروه محیط زیست، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه صنعتی اصفهان، اصفهان، ایران.
۲. استاد گروه محیط‌زیست، دانشکده منابع طبیعی، دانشگاه صنعتی اصفهان، اصفهان، ایران.
۳. دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف‌آباد، نجف‌آباد، ایران.
* مسئول مکاتبات، پست الکترونیکی: soffianian@cc.iut.ac.ir

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]
[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

مقدمه

بر اساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری، بین سال‌های ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۹، توسعه گردشگران جهانی به طور متوسط ۵ درصد در سال افزایش یافته است؛ همراه با چنین رشدی، گردشگری به یکی از بخش‌های مهم اقتصاد جهان (۱۵ و ۱۸) و مؤلفه‌ای کلیدی برای توسعه منطقه‌ای تبدیل شده است. باوجود آن که روزبه‌روز بر اهمیت و ابعاد این صنعت پویا افزوده می‌شود؛ در اکثر مواقع مدیریت غیر کارآمد و توجه بیش از اندازه به بعد اقتصادی، ابعاد دیگر آن را با چالش‌های زیادی مواجه کرده است. عمده‌ترین پیامدهای منفی گردشگری شامل ایجاد تغییر در الگوهای فرهنگی، مذهبی و زندگی مردم محلی، تخریب محیط‌زیست، افزایش سطح قیمت کالاها و خدمات، تخریب ابنیه تاریخی می‌باشد (۲۵ و ۷). به‌عنوان نمونه، در تالاب پریشان، حضور گسترده و فعالیت‌های گردشگران آثار منفی اجتماعی و فرهنگی بر جای گذاشته است. گردشگری باعث ازدحام در تفرجگاه‌ها شده است که این ازدحام جامعهٔ میزبان را تحت فشارهای روحی قرار داده است. از طرفی در برخی از مناطق، مردم باورهای مذهبی قوی دارند و تغییر در الگوی پوشاک مردم محلی، نارضایتی‌هایی را به دنبال داشته است (۲٤).

به دلیل اثرات چشمگیری که فعالیت‌های گردشگری می‌توانند در مناطق پذیرنده گردشگران برجای بگذارند، توجه فراوانی به این زمینه از فعالیت‌ها معطوف می‌گردد. دراین‌بین، مناطقی که دارای توان‌های طبیعی باارزش‌تری (همانند روستاها) باشند، بیشتر تحت‌تأثیر پیامدهای گردشگری قرار می‌گیرند (۲۰ و ۵). از طرفی در سال‌های اخیر که مشکلات ناشی از تخلیه روستاها برجسته‌تر شده‌اند، توجه کشورهای توسعه‌یافته را به معرفی راهکارهای جدید جهت احیاء مناطق روستایی افزایش داده است (۸). احیا روستاها راه مهم و مؤثری برای رسیدن به پایداری است (۲۳).

برنامه‌ریزی راهبردی می‌تواند به‌عنوان یک روش با نگاه جامع و کارا و در جهت پیشبرد اهداف آینده برای توسعه گردشگری در سطح مناطق مستعد موردتوجه قرار گیرد، به کمک برنامه‌ریزی راهبردی می‌توان ضمن درنظرگرفتن کلیه عناصر کلیدی، یک چشم‌انداز روشن و واقع‌بینانه برای آینده روستاها خلق نمود و در قالب این دورنمای روشن، برنامه‌های مناسبی جهت دستیابی به اهداف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و محیط‌زیستی پایدار انجام داد (۱٤ و ۲۳).

یکی از راهکارهای مؤثر در زمینه احیاء و حفاظت از روستاها توسعه گردشگری پایدار در مناطق مستعد است (۳). در مطالعه‌ای که در روستای شیوند شهرستان ایذه صورت گرفت، به میزان اهمیت گردشگری روستای شیوند، از طریق شناخت محرک‌ها و موانع درونی و بیرونی جهت ارائه راهبردهایی در راستای توسعه گردشگری، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که این منطقه، ویژگی‌های با ارزشی دارد که می‌تواند در تمامی سطوح منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی موردتوجه قرار گیرد و در تمام فصول سال زمینه‌های گردشگری را برای جهانگردان و ایرانگردان فراهم آورد و باعث رونق اقتصادی استان خوزستان و مناطق مجاور شود (۱٦).

در مطالعه‌ای دیگر که به بررسی عوامل مؤثر در راستای حفظ منابع طبیعی و توسعه گردشگری با استفاده از SWOT در غرب کشور ایران و از طریق پیمایش میدانی و مصاحبه با متخصصان پرداختند. نتایج نشان داد که بیشتر مقاصد بوم‌گردی شامل جنگل‌ها، رودخانه‌ها، غارها، روستاها و باغ‌ها بوده و همچنین با ارائه استراتژی‌هایی ازجمله حفظ روستاهای سنتی، حمایت‌های مالی، افزایش مشارکت و آگاهی عمومی، نظارت میدانی دقیق و غیره توانست به دولت‌های محلی در ایجاد تعادل در توسعه گردشگری و حفظ منابع پایدار کمک شایانی کند (۱۱).

از مطالعات فوق می‌توان نتیجه گرفت که در مناطق مستعد گردشگری با ظرفیت‌های نسبی بالا همانند روستای چوپانان قبل از اجرای طرح‌های مربوط به حوزه گردشگری، باید مطالعات راهبردی را در اولویت قرارداد چرا که ضمن اینکه اثربخشی طرح‌ها و منافع آن را دوچندان کرده، از پیامدهای منفی گردشگری می‌کاهد

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

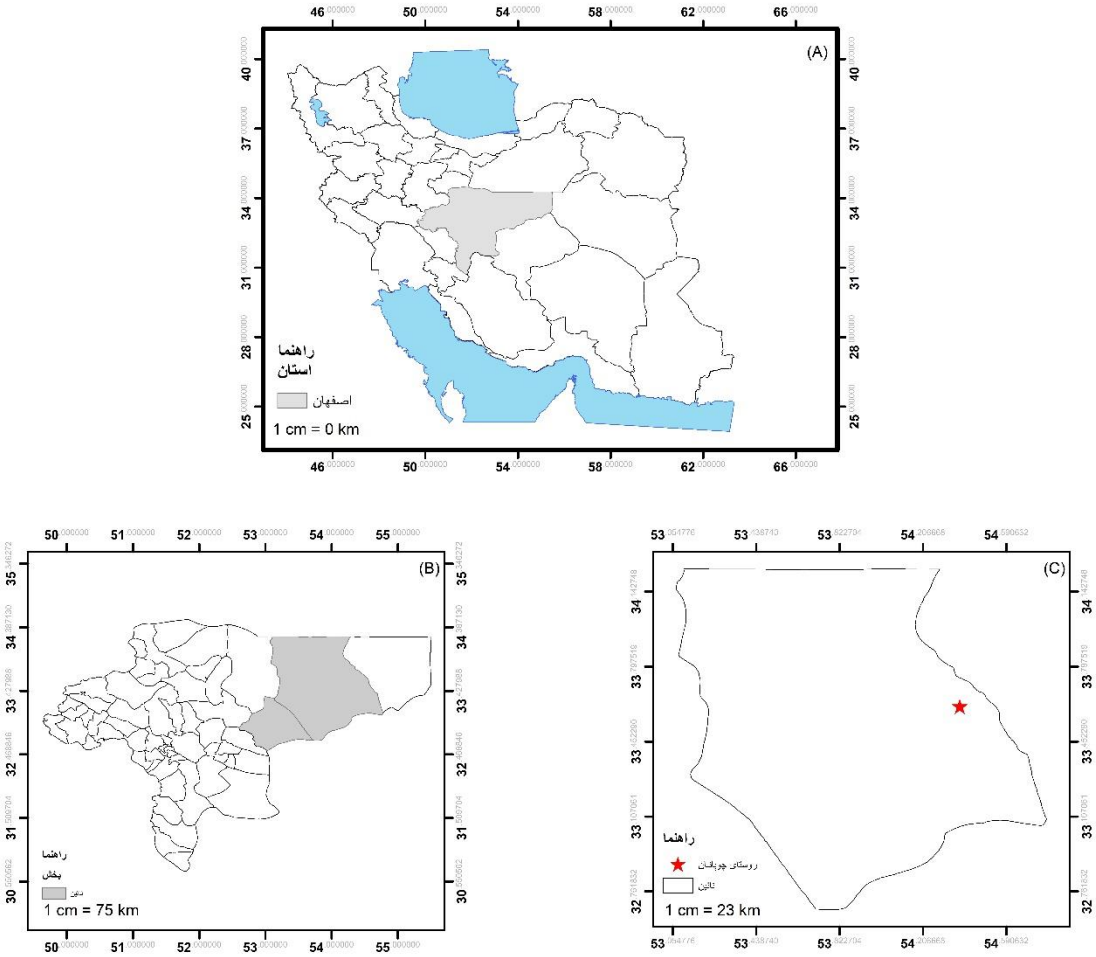
و دسترسی به اهداف غایی و چندوجهی را امکان‌پذیر می‌نماید. در پژوهشی در هند، به بررسی کاربرد تحلیل مبتنی بر نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید برای تدوین استراتژی‌های برنامه‌ریزی اکوتوریسم در منطقه کولو هیما چال پرادش پرداخته شد. عوامل داخلی (قوت و ضعف) و عوامل خارجی (فرصت و تهدید) به طور سیستماتیک و جامع برای تهیه ماتریس تحلیل استراتژیک (SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat, تشخیص داده شد و به کمک آنها ٤ استراتژی اصلی و ۳۰ استراتژی فرعی شناسایی گردید. استراتژی‌های اتخاذ شده با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی زوجی (Analytical Hierarchy Process, AHP) با هدف شناسایی بهترین استرتژای‌ها مورد تجزیه‌وتحلیل و رتبه‌بندی قرار گرفتند. جهت‌گیری استراتژی‌های تدوین شده کمک به افزایش آگاهی‌های محیط‌زیستی و فرهنگی، حفظ منابع طبیعی، ارائه تجربه مثبت به بازدیدکنندگان و میزبان، ارائه حمایت مالی و به‌طورکلی کاهش ردپای اکولوژیکی گردشگری بود (۲۲). گردشگری پایدار به‌ویژه اشکال گردشگری پایدار طبیعت‌محور و متکی به جوامع محلی مانند بوم‌گردی، علاوه بر ایجاد حس مسئولیت در حفظ تنوع زیستی در ایجاد رفاه اجتماعی، تقویت ویژگی‌های فرهنگی، اشتغال‌زایی و فراهم‌شدن فرصت‌های آموزشی و تحقیقاتی نه‌تنها موجب تحول در مناطق مستعد می‌گردد بلکه می‌تواند برای محیط پیرامونی آنها هم دستاوردهای زیادی داشته باشد. برای همین است که در مناطق با مزیت‌های نسبی بالا گردشگری، لازم است گردشگری محور توسعه منطقه‌ای قرار گیرد و سایر بخش‌ها برنامه‌های خود را با بخش گردشگری هماهنگ و هم‌راستا کنند. هدف ا پژوهش حاضر این است که مشخص کند حصول نتیجه در مطالعات راهبردی منوط به انجام آن در مناطق مستعد با مزیت‌های نسبی بالا است. مزیت‌های نسبی بالا هم علاوه بر منطقه مطالعه وابسته به محیط پیرامونی آن است و ضرورت دارد در شناسایی عناصر کلیدی هم منطقه مطالعه و هم محیط پیرامونی و ارتباطات بالقوه و بالفعل آن را خوب شناخته شود و هم‌زمان موردتوجه قرار گیرد. روستای چوپانان از گزینه‌های مناسب برای انجام مطالعات راهبردی در زمینه توسعه گردشگری پایدار است. هم روستای چوپانان و هم محیط پیرامونی آن واجد عناصر کلیدی لازم برای توسعه اشکال مختلف گردشگری پایدار با اثربخشی و برد منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی است.

مواد و روش‌ها

معرفی منطقه مطالعه

محدوده مطالعاتی در این پژوهش، روستای چوپانان با مرکزیت روستای چوپانان از توابع شهرستان نائین واقع در استان اصفهان است (شکل ۱). معماری خاص روستای چوپانان از جمله کوچه‌های بدون بن‌بست و بادگیرهای زیبای آن سبب شده که به‌عنوان منظم‌ترین روستای خشتی ایران نام گیرد (شکل ۲). موقعیت جغرافیایی روستا، افت آب‌های زیر زمینی و طوفان‌های گردوخاک، چوپانان را به یکی از خشک‌ترین دهستان‌های استان اصفهان تبدیل کرده است (۹ و ۳). چوپانان تنها دهستان بخش انارک است که در فاصله ۹۰ کیلومتری شمال شرق این بخش واقع شده و شامل روستاهای حجت آباد، آشتیان، عروسان، کبودان، عباس آباد، الله آباد، همت آباد، نصرت آباد، نعمت آباد و زرومند، پناهگاه حیات وحش عباس آباد و کویر ریگ جن می‌باشد (۱). ازآن‌رو نام چوپانان را روی این روستا گذاشتند که در حدود سال ۱۲۷٤ خورشیدی چند نفر از شترداران و صاحبان گله‌ها تصمیم می‌گیرند برای آبچر، قناتی در آن منطقه حفر کنند که به نام قنات چوپان ها شهرت یافت. پس از تکمیل قنات معلوم شد که آب زیادی از قنات به‌دست می‌آید و می‌توان برای کشاورزی نیز از آن استفاده کرد و بدین صورت سنگ بنای روستای چوپانان گذاشته شد (۹). از جمله جاذبه‌های گردشگری محیط پیرامونی روستای چوپانان می‌توان به ریگ جن، پناهگاه حیات‌وحش عباس‌آباد و گونه‌های خاص جانوری (کل و بز، زاغ بور، گربه شنی، هوبره)،

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]
[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]



شکل ۱. موقعیت روستای چوپانان بر اساس تقسیمات سیاسی ۱۴۰۰ کشور. تصویر (A) موقعیت استان اصفهان، تصویر (B) موقعیت شهرستان نائین و تصویر (C) موقعیت روستای چوپانان در شهرستان نائین قابل مشاهده می‌باشد.

شکل ۲. نمای روستای چوپانان

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

جنگل تاغ، کاروانسرا و واحه عباسی و امکان رصد ستارگان اشاره کرد (۱).

روش تحقیق

این تحقیق باهدف کسب اطلاعات از منطقه، شناسایی عناصر کلیدی مرتبط با برنامه‌ریزی راهبردی و توسعه گردشگری پایدار، کسب نظرات کارشناسان، جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات موردنیاز برای تجزیه‌وتحلیل SWOT در دو بخش مطالعات اسنادی، پایش و کاوش‌های میدانی و بخش تجزیه‌وتحلیل و تدوین عناصر کلیدی و تدوین راهبردها انجام گردید. طی پایش‌های میدانی، ضمن بازدید از محدوده مطالعه و جاذبه‌ها، با افراد محلی، کارشناسان، مسئولان و گردشگران مصاحبه‌هایی انجام شد و در ادامه پرسش‌نامه‌های کارشناسان و گردشگران تهیه گردید و در اختیار ۳۱ نفر از کارشناسان مربوطه در حوزه‌های گردشگری، منابع طبیعی، دهیاری، محیط بانان، اعضای شورای محلی و افراد محلی آشنا به منطقه قرار گرفت. همچنین پرسشنامه‌های گردشگران نیز تهیه گردید و در اختیار ۳۰ نفر از بازدیدکنندگان و راهنمایان تورها در نقاط مختلف دهستان چوپانان قرار گرفت. با توجه نتایج حاصل از پرسشنامه‌ها، عناصر کلیدی مؤثر بر توسعه گردشگری در روستای چوپانان و مقاصد گردشگری مورد نظر با رویکرد SWOT وزن‌دهی گردید. سپس راهبردها به کمک ماتریس SWOT تدوین شدند. در ادامه برای اولویت‌بندی راهبردها، از پرسشنامه‌های AHP و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (Quantitative Strategic Planning Matrix, QSPM) و کسب نظرات از کارشناسان آشنا با موضوع گردشگری و منطقه مطالعه استفاده گردید تا بهترین راهبردهای پیش رو برای توسعه هدفمند گردشگری تدوین گردند.

برای شناسایی مجموعه عوامل داخلی و عوامل خارجی، ابتدا پس از جمع‌آوری اطلاعات موردنیاز فهرستی از عوامل داخلی و خارجی تهیه گردید که در نهایت مهم‌ترین قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها با استفاده از نظرات خبرگان–از میان آن‌ها غربالگری و انتخاب شدند.

در مرحله بعد با ایجاد ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و عوامل خارجی، ابتدا فهرستی از مهم‌ترین عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) تهیه شد. سپس جهت تعیین میزان اهمیت نسبی هر یک از عوامل، ضریب وزنی بین ۱ تا ۵ به هر کدام داده شد و پس از آن میزان تأثیرگذاری هر یک از عوامل به صورت زیر تعیین گردید:

– به نقاط قوت و فرصت، نمره ۳ یا ٤ اختصاص یافت. عدد ۳ به معنی اثر مثبت کم، و عدد ٤ به معنای اثر مثبت زیاد می‌باشد.

– به نقاط ضعف و تهدید، نمره ۱ یا ۲ اختصاص یافت. عدد ۱ به معنی اثر منفی کم، و عدد ۲ به معنای اثر منفی زیاد است. در نهایت برای تعیین نمره نهایی هر عامل، ضریب هر عامل در نمره آن ضرب گردید. اگر میانگین آن‌ها کمتر از ۲/۵ باشد، یعنی منطقه از نظر عوامل داخلی و خارجی دچار ضعف و تهدید است و اگر نمره میانگین بیشتر از ۲/۵ شود، یعنی منطقه دارای قوت و فرصت می‌باشد (٦). فرمول نرمال‌سازی ضرایب:

معادله (۱):

$$dn_i = \frac{d_i}{\sum_{i=1}^{n} d_i}$$

d_i نشان‌دهنده وزن اولیه (نرمال نشده) هر یک از شاخص‌ها و dn_i بیانگر وزن نهایی شاخص‌ها پس از نرمال‌سازی می‌باشد.

پس ازآن‌جهت ترسیم ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی در نرم‌افزار مایکروسافت اکسل امتیازات به‌دست‌آمده از مراحل قبلی را در ردیف‌های عمودی و افقی قرار داده تا جایگاه منطقه در صنعت گردشگری مشخص گردد و بتوان جهت‌گیری راهبردها را (تهاجمی (Aggressive Strategies, SO)، رقابتی (Diversification Strategies, ST)، محافظه‌کارانه (Turnarund Strategies, WO) و تدافعی (Defensive Strategies, WT))، متناسب با مزیت‌های نسبی منطقه و همراستا با توسعه گردشگری

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]
[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

جدول ۱. ماتریس SWOT و تعیین راهبردها

ماتریس SWOT	نقاط قوت (Strengths)	نقاط ضعف (Weaknesses)
فرصت‌ها (Opportunities)	راهبرد تهاجمی(SO)	راهبرد محافظه‌کارانه(WO)
تهدیدها (Threats)	راهبرد رقابتی(ST)	راهبرد تدافعی(WT)

پایدار را، مطابق با جدول ۱، ارزیابی، اولویت‌بندی و انتخاب کرد (٦).

پس از تدوین راهبردها جهت اولویت‌بندی و بررسی امکان اجرای هر یک از راهبردها از ۲ رویکرد تحلیل سلسله‌مراتبی و ماتریس برنامه‌ریزی کمی استفاده شد. در فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی امکان فرموله‌کردن مسئله به‌صورت سلسله‌مراتبی فراهم می‌شود و در عملیات تصمیم‌گیری، گزینه‌های مختلف را دخالت داده و از قابلیت تحلیل حساسیت بر معیارها و زیرمعیارها برخوردار است (۱۹ و ۱۲). مراحل تحلیل سلسله‌مراتبی و تشکیل درخت سلسله‌مراتب در این پژوهش برای استفاده از تحلیل سلسله‌مراتبی، به شرح زیر عمل شد:

در ابتدا مسئله موردنظر و سپس هدف اصلی به‌صورت دقیق تعریف و معیارهایی را که برای ارزیابی گزینه‌ها استفاده می‌شوند مشخص شد، گزینه‌های مختلف برای رسیدن به هدف اصلی تعیین شد، به هر معیار، وزنی نسبت داده شد که نشان‌دهنده اهمیت آن معیار در رسیدن به هدف اصلی ما بود و با استفاده از معیارهای تعیین شده بهترین گزینه‌ها ارزیابی شدند. در این فرایند، عناصر هر سطح نسبت به عنصر مربوط به خود در سطح بالاتر، به‌صورت دوبه‌دو مقایسه می‌گردند و وزن آنها محاسبه می‌شود که این وزن‌ها را وزن نسبی می‌نامند، سپس با تلفیق وزن‌های نسبی، وزن نهایی هر گزینه مشخص می‌گردد که به آن وزن مطلق می‌گویند (۱۹). برای انجام دقیق محاسبات این پژوهش از نرم‌افزار Expert Choice استفاده شد.

پس ازآن‌جهت اطمینان از نتایج حاصل از اولویت‌بندی راهبردها با روش AHP، از رویکرد QSPM استفاده شد. ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی یکی از روش‌ها و تکنیک‌های ارزیابی، پایش و نظارت برای تحقق راهبرد، استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی است. در این روش که در بسیاری از پژوهش‌های مربوط به مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی مورداستفاده قرار می‌گیرد، مشخص می‌گردد که کدام یک از گزینه‌های راهبردی انتخاب شده، امکان‌پذیر است و در واقع این راهبردها را اولویت‌بندی می‌نماید.

گام‌های تشکیل ماتریس QSPM به شرح زیر است:

در ستون اول ماتریس، فهرست عوامل داخلی (Internal Factor, IF) و عوامل خارجی (External Factor, EF) قرار می‌گیرد، در ستون دوم امتیاز وزن‌دار هر عامل راهبردی از ماتریس IF و EF استخراج و درج می‌شود، در ستون‌های بعدی راهبردهای چهارگانه حاصل از ماتریس SWOT قرار می‌گیرد. هر یک از ستون‌های مربوط به انواع راهبردها به دو زیر ستون ضریب مطلوبیت (Attractiveness Score, AS) و ضریب کل (Total Attractiveness Score, TAS) تقسیم می‌شود. در زیرستون ضریب مطلوبیت امتیاز جذابیت داده می‌شود، به‌این‌ترتیب که هر عامل راهبردی را با راهبرد موردنظر سنجیده و امتیاز داده شد. در تعیین امتیاز جذابیت باید به این سؤال پاسخ داده شود که "آیا این عامل در انتخاب راهبرد مذکور اثر می‌گذارد؟" درصورتی‌که پاسخ به این سؤال مثبت باشد امتیاز جذابیت باید به‌صورت خاص و باتوجه‌به جذابیت نسبی هر راهبرد نسبت به راهبرد دیگر داده شود. امتیازهای جذابیت به‌صورت ذیل است:

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

جدول ۲. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IF)

عوامل داخلی	ضریب نسبی	نمره	امتیاز نهایی
S1- جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و کالبدی روستا	۰/۱۱۸۷	٤	۰/٤۷٤۸
S2- امینت	۰/۱۰۲۱	٤	۰/٤۰۸٤
S3- سبک خاص معماری روستا	۰/۱۰۹۲	٤	۰/٤۳٦۸
S4- موقعیت مناسب روستا	۰/۰۹۹۷	٤	۰/۳۹۸۸
S5- سطح تحصیلات و فرهنگ عمومی منطقه	۰/۰۹۵۰	٤	۰/۳۸۰۰
W1- کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده در زمینه گردشگری پایدار	۰/۱۱٤۰	۲	۰/۲۲۸
W2- امکانات اقامتی و پذیرایی محدود	۰/۰۹۹۷	۲	۰/۱۹۹٤
W3- عدم آگاهی جامعه محلی نسبت به ظرفیت‌های روستا	۰/۱۰۲۱	۲	۰/۲۰٤۲
W4- خانه‌های رها شده و در معرض تخریب فراوان	۰/۰۹۲٦	۱	۰/۰۹۲٦
W5- طوفان‌های شن و ماسه در برخی از ایام سال	۰/۰٦٦۵	۱	۰/۰٦٦۵
جمع امتیاز	۱		۲/۸۸۹۵

امتیاز ۱= جذاب نیست. امتیاز ۲= تا حدودی جذاب است. امتیاز ۳= در حد قابل‌قبول جذاب است. امتیاز ٤= جذابیت زیادی دارد. اگر پاسخ سؤال منفی باشد، یعنی عامل راهبردی تأثیری بر گزینه راهبرد ندارد؛ بنابراین امتیاز جذابیت برای آن راهبرد در ردیف عامل راهبردی، برابر با ۱ خواهد بود (٦).

نتایج

باتوجه به یافته‌های حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (جدول ۲)، جاذبه‌های طبیعی و تاریخی روستا با امتیاز ۰/۱۱۸۷ و سبک خاص معماری روستا با امتیاز ۰/۱۰۹۲ به‌عنوان مهم‌ترین عوامل گروه قوت مشخص گردیدند. در گروه ضعف عوامل کمبود نیروی انسانی آموزش‌دیده در زمینه گردشگری پایدار با امتیاز ۰/۱۱٤۰ و عدم آگاهی جامعه محلی نسبت به ظرفیت‌های روستا و محیط پیرامونی با امتیاز ۰/۱۰۲۱ مهم‌ترین ضعف‌ها در نظر گرفته شدند.

جدول ۳ نشان دهنده نتایج حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی است، مرکزیت روستا و وجود جاذبه‌های منحصربه‌فرد در محیط پیرامونی روستا جهت توسعه اشکال گردشگری پایدار هر دو با امتیاز ۰/۱۰۵٦ مهم‌ترین فرصت‌های توسعه گردشگری در منطقه می‌باشند. در گروه تهدید عوامل نبود برنامه جامع و بلندمدت برای توسعه گردشگری روستا با امتیاز ۰/۱۱۰۱ پراهمیت‌ترین و عامل نگاه سازه‌ای، تقلیدی و اقتصادی به موضوع گردشگری با امتیاز ۰/۰۸۷٦کم‌اهمیت‌ترین عامل محسوب شدند. در مطالعه‌ای در شهر شیراز که بر اساس تحلیل SWOT انجام شده بود، وجود جاذبه‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوان بیشترین امتیاز را در گروه قوت‌ها و عامل کمیت و کیفیت پایین خدمات و عدم وجود زیرساخت‌های لازم، بیشترین امتیاز را در گروه ضعف‌ها به خود اختصاص دادند (۱۰). این موضوع، اهمیت وجود جاذبه‌های متنوع جهت جلب گردشگران، اهمیت زیر ساخت‌های مناسب جهت تسهیل امر گردشگری و توجه به برنامه‌ریزی صحیح در توسعه پایدار گردشگری را نشان می‌دهد (۱۵).

در مطالعه‌ای در شهرستان جیرفت با استفاده از مدل SWOT انجام شد مؤثرترین فرصت خارجی موجود در توسعه پایدار ژئوتوریسم مربوط به عامل قرارگرفتن منطقه در مجاورت کویر

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]
[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EF)

عوامل خارجی	ضریب نسبی	نمره	امتیاز نهایی
O1- مرکزیت روستا	۰/۱۰۵۶	٤	۰/٤۲۲٤
O2- وجود جاذبه‌های منحصربه‌فرد در محیط پیرامونی روستا جهت توسعه اشکال گردشگری پایدار	۰/۱۰۵٦	٤	۰/٤۲۲٤
O3- امکان تنوع‌بخشی به سبک اقامتگاه‌های روستا	۰/۰۸۵۳	٤	۰/۳٤۱۲
O4- رشد اشکال گردشگری پایدار در سطوح استانی، ملی و بین‌المللی	۰/۱۰۱۱	٤	۰/٤۰٤٤
O5- اسناد بالادستی در زمینه توسعه گردشگری به‌ویژه در استان اصفهان	۰/۱۰۱۱	٤	۰/٤۰٤٤
T1- نگاه بخشی و جزیره‌ای به موضوع گردشگری (عدم نگاه راهبردی)	۰/۱۰۵٦	۲	۰/۲۱۱۲
T2- نبود برنامه جامع و بلندمدت برای توسعه گردشگری روستا	۰/۱۱۰۱	۲	۰/۲۲۰۲
T3- ایجاد تغییر در معماری و ساخت‌وسازهای جدید	۰/۱۰۵٦	۱	۰/۱۰۵٦
T4- نگاه سازه‌ای، تقلیدی و اقتصادی به موضوع گردشگری	۰/۰۸۷٦	۲	۰/۱۷۵۲
T5- ناشناخته بودن جایگاه و ارزش‌های گردشگری روستا و محیط پیرامونی	۰/۰۹۲۱	۱	۰/۰۹۲۱
جمع امتیاز	۱		۲/۷۹۹۱

لوت و سواحل جنوبی کشور است، همان‌طور که روستای چوپانان نیز در مجاورت کویر ریگ جن قرار گرفته است و خود یکی از مؤثرترین عوامل خارجی در جلب گردشگران باشد، در شهرستان جیرفت مهم‌ترین عاملی که توسعه ژئوتوریسم را محدود می‌سازد عدم جاده‌های مناسب برای گردشگران و دوری راه بوده که نشان‌دهنده ضعف زیرساختی منطقه و همچنین تأثیرپذیری گردشگری این شهرستان از دوری فاصله از مرکز کشور است که برخلاف آن، روستای چوپانان در مرکزیت چندین روستا و جاذبه‌های طبیعی و تاریخی واقع است که در این مطالعه مرکزیت روستا به‌عنوان مؤثرترین فرصت خارجی نیز شناخته شده است (۲۲).

در مرحله بعد، مطابق شکل ۳ ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی ترسیم گردید. با توجه به اینکه جمع امتیازهای نهایی عوامل داخلی برابر با ۲/۸۸۹۵ و جمع امتیازهای نهایی عوامل خارجی برابر با مقدار ۲/۷۹۹۱ به دست آمده بود ، راهبردهای تهاجمی به‌عنوان راهبرد مناسب و اولویت‌دار برای توسعه گردشگری در منطقه چوپانان تعیین گردید.

تدوین راهبردهای چهارگانه

با در نظر گرفتن نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و همچنین الویت‌بندی جهت‌گیری راهبردها به ترتیب تهاجمی (SO)، رقابتی (ST)، محافظه‌کارانه (WO) و تدافعی (WT)، لیست اولیه راهبردها طبق جدول ٤ بدست آمد. با توجه همپوشانی برخی از راهبردها و همچنین مشخصه‌های راهبرد یعنی چند وجهی بودن و بیشترین اثر بخشی برای عوامل درونی و بیرونی، کارشناسان از ۸ راهبرد تدوین شده ۵ راهبرد اصلی و کاربردی را طبق جدول ٤ به عنوان راهبردهای نهایی انتخاب کردند.

راهبردهای تعریف شده در پژوهش حاضر به‌وسیله ماتریس SWOT هیچ‌گونه بازخوردی را جهت بهبود عوامل شناسایی شده ارائه نمی‌کند؛ لذا باتوجه‌به آن که یکی از مفروضات اصلی رویکرد فاکتورهای SWOT مؤثرتر است، نتایج در محیط نرم‌افزار Expert Choice وارد شدند تا مهم‌ترین و مؤثرترین راهبردها مشخص گردند (شکل ٤).

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

جدول ٤. لیست راهبردهای چهارگانه و منتخب

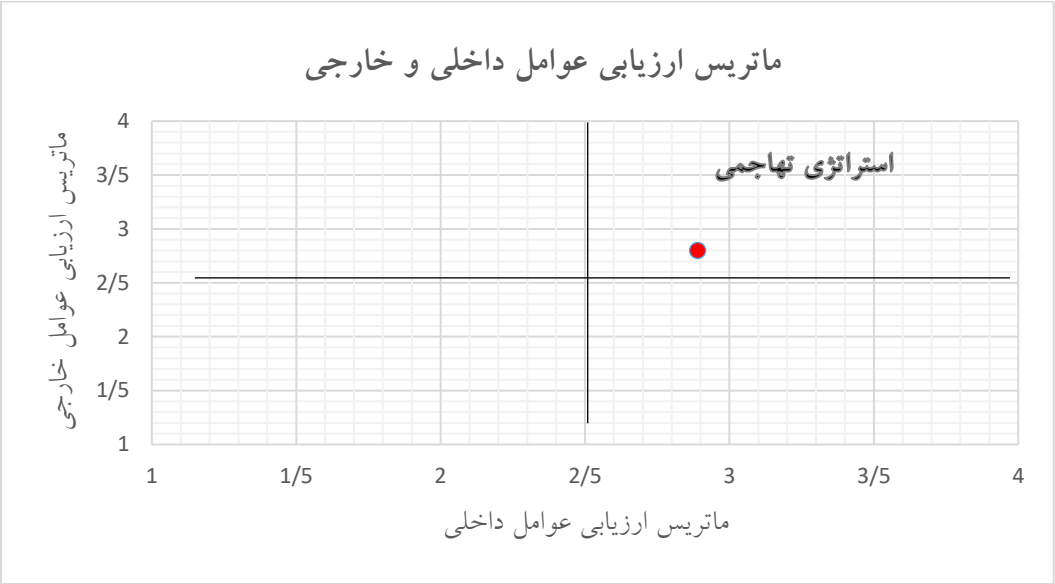
	راهبردهای چهارگانه	راهبردهای منتخب نهایی
SO1	امکان انتخاب روستای چوپانان به‌عنوان روستای نمونه توسعه اشکال گردشگری پایدار مناطق کویری و بیابانی (فلات مرکزی ایران) با تأکید بر جاذبه‌های علمی – آموزشی، طبیعی، تاریخی، مذهبی، فرهنگی و کالبدی (نقاط قوت ۱ تا ۵ و فرصت ۱ تا ۵ و نقاط ضعف ۱ تا ٤ و تهدید ۱ تا ۵)	✓
SO2	بسترسازی، تسهیل فرایندها و تقویت زمینه فعالیت شرکت‌های نوآفرین (دانش‌بنیان‌ها) جهت توسعه فناوری‌های مرتبط با حفاظت و گردشگری پایدار با برد ملی و بین‌المللی (نقاط قوت ۱ تا ۵ و فرصت ۱ تا ۵ و نقاط ضعف ۱ تا ۵ و تهدید ۱ تا ۵)	✓
ST1	شناسایی و آینده‌پژوهی در زمینه گروه‌های هدف گردشگر (در سطح استانی، ملی و بین‌المللی) (نقاط قوت ۱ تا ۵ و تهدید ۱ تا ۵)	✓
ST2	اختصاص‌دادن خدمات دولتی همانند وام‌های بانکی جهت ترمیم و بازسازی ساختمان‌های در حال تخریب و تبدیل آن‌ها به بوم‌گردی و توسعه مشاغل مرتبط با گردشگری (نقاط قوت ۱ تا ۵ و تهدید ۱ تا ۵)	–
WO1	توانمندسازی و جذب نیروی انسانی جوان و متخصص بومی (افزایش سطح آگاهی عمومی، فرهنگ‌سازی در زمینه گردشگری از طریق تعامل با مراکز آموزشی و دانشگاهی) (نقاط ضعف ۱ تا ۵ و فرصت ۱ تا ۵)	✓
WO2	تنوع‌بخشی در ارائه خدمات اقامتی و امکانات گردشگری با حفظ بافت سنتی سازه‌ها و بهره‌گیری از دانش بومی به‌منظور جلب گردشگران (نقاط ضعف ۱ تا ۵ و فرصت ۱ تا ۵)	–
WT1	تهیه نقشه مسیرهای دسترسی به چشم‌اندازهای گردشگری منطقه و توزیع آن در بین اهالی و گردشگران داخلی و خارجی (نقاط ضعف ۱ تا ۵ و تهدید ۱ تا ۵)	–
WT2	برقراری تعامل با سازمان‌های ملی و بین‌المللی باهدف شبکه‌سازی‌ها و هم‌افزایی‌ها در زمینه گردشگری پایدار و شرکت‌های دانش‌بنیان مرتبط با حفاظت و گردشگری (نقاط ضعف ۱ تا ۵ و تهدید ۱ تا ۵)	✓

بر اساس نتایج به دست آمده از مقایسه زوجی راهبردها و طبق جدول ۵، بیشترین وزن نسبی با امتیاز ۰/۲۲۸ به راهبرد امکان انتخاب روستای چوپانان به عنوان روستای نمونه توسعه اشکال گردشگری پایدار مناطق کویری و بیابانی (فلات مرکزی ایران) با تأکید بر جاذبه‌های علمی–آموزشی، طبیعی، تاریخی، مذهبی و فرهنگی، تعلق گرفت. راهبرد برقراری تعامل با سازمان‌های ملی و بین‌المللی با هدف شبکه‌سازی‌ها و هم‌افزایی‌ها در زمینه گردشگری پایدار و شرکت‌های دانش بنیان مرتبط با حفاظت و گردشگری نیز با وزن نسبی ۰/۲۱۸ در رتبه دوم قرار گرفت. همچنین راهبرد شناسایی و آینده‌پژوهی در زمینه گروه‌های هدف گردشگر (در سطح استانی، ملی و بین‌المللی) با وزن نسبی ۰/۱٦۸ رتبه آخر را به خود اختصاص داد. نرخ ناسازگاری این مقایسه نیز برابر با صفر محاسبه گردید. جهت اطمینان از نتایج حاصل از اولویت‌بندی راهبردها با روش AHP، از رویکرد QSPM استفاده گردید که نتایج آن در جدول ٦ ارائه شده است.

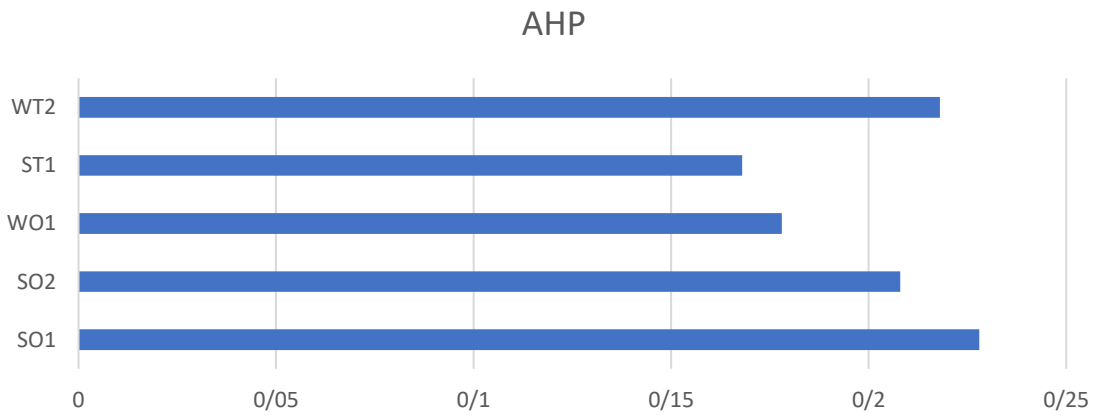
نتایج حاصل از اولویت‌بندی راهبردها به روش QSPM، اولویت‌بندی راهبردها به روش AHP را تأیید می‌نماید. در هر دوی این روش‌ها راهبرد تهاجمی ۱، راهبرد تدافعی ۲ و راهبرد تهاجمی

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]



شکل ۳. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی (IE)



شکل ٤. نمودار اولویت‌بندی راهبردها

۲ به ترتیب رتبه ۱ تا ۳ راهبردها را به خود اختصاص داده‌اند، همچنین راهبرد محافظه‌کارانه ۱ و راهبرد رقابتی ۱ در مرتبه ٤ و ۵ قرار گرفته‌اند.

بحث و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از صنایع مولد در زمینه درآمدزایی و اشتغال‌زایی، در توسعه و پیشرفت کشورها نقش مهمی ایفا می‌کند. باتوجه‌به آمارهای جهانی اهمیت این صنعت را می‌توان در کشورهایی مشاهده نمود که گردشگری را به‌عنوان اصلی‌ترین منبع اشتغال‌زایی دنبال می‌کنند (٤). بنابراین پیشرفت این صنعت در دهه‌های اخیر باتوجه‌به مزایای آن برای کسب درآمد چندان دورازذهن نبوده است، لذا باید توجه داشت که کشورهایی در این امر موفق‌تر هستند که به فراخور وضع و پتانسیل‌های موجود خود بهترین استفاده را داشته باشند. گردشگری روستایی نیز به‌عنوان یکی

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

جدول ۵. امتیاز نسبی عوامل داخلی راهبردها با روش QSPM

عوامل داخلی	وزن عامل	راهبردها									
		SO1		SO2		WO1		ST1		WT2	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
S1	۰/٤٧٤٨	۳/۸	۱/۸۰٤۲	۳/٤	۱/٦۱٤۳	۲/٦	۱/۲۳٤٤	۲/۵	۱/۱۸۷	۳/۷	۱/۷۵٦۷
S2	۰/٤۰۸٤	۳/۷	۱/۵۱۱۰	۲/٦	۱/۰٦۱۸	۲/۵	۱/۰۲۱	۳/٦	۱/٤۷۰۲	۳/۸	۱/۵۵۱۹
S3	۰/٤۳٦۸	۳/٦	۱/۵۷۲٤	۳/۵	۱/۵۲۸۸	۲/٤	۱/۰٤۸۳	۲/۷	۱/۱۷۹۳	۳/٦	۱/۵۷۲٤
S4	۰/۳۹۸۸	۲	۰/۷۹۷٦								
S5	۰/۳۸	٤	۱/۵۲	۳/۷	۱/٤۰٦	۳/۹	۱/٤۸۲	۳/۱	۱/۱۱۷۸	٤	۱/۵۲
W1	۰/۲۲۸	۳/٤	۰/۷۷۵۲	۳	۰/٦۸٤	۳/۸	۰/۸٦٦٤	۳/٦	۰/۸۲۰۸	۳/۵	۰/۷۹۸
W2	۰/۱۹۹٤	۳/۳	۰/٦۵۸۰	۳/٦	۰/۷۱۷۸	۳/۵	۰/٦۹۷۹	۲/۵	۰/٤۹۸۵	۲/٦	۰/۵۱۸٤
W3	۰/۲۰٤۲	٤/۱	۰/۸۳۷۲	۳/٤	۰/٦۹٤۲	۳/۳	۰/٦۷۳۸	۲/۷	۰/۵۵۱۳	۳	۰/٦۱۲٦
W4	۰/۰۹۲۹	۳/۸	۰/۳٤۹۲	۲/۵	۰/۲۳	۲/٦	۰/۲۳۹۲	۲/۵	۰/۲۳	۳/۷	۰/۳٤۰٤
W5	۰/۰٦٦۵			۲/۷	۰/۱۷۹۵					۲/۸	۰/۱۸٦۲
جمع امتیاز		۹/۸۲۵۳		۸/۱۱٦٤		۷/۲٦۳		۷/۱۱۵۱		۸/۸۵٦٦	

جدول ٦. امتیاز نسبی عوامل خارجی راهبردها با روش QSPM

عوامل خارجی	وزن عامل	راهبردها									
		SO1		SO2		WO1		ST1		WT2	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
O1	۰/٤۲۲٤	٤	۱/٦۸۹٦	۳/۷	۱/۵٦۲۸						
O2	۰/٤۲۲٤	۳/۷	۱/۵٦۲۸	۳/٦	۱/۵۲۰٦	۳/٤	۱/٤۳٦۱	۳/٦	۱/۵۲۰٦	۳/۷	۱/۵٦۲۸
O3	۰/۳٤۱۲	۳/۷	۱/۲٦٤٤	۳/۱	۱/۰۵۷۷	۳/۱	۱/۰۵۷۷	۳/۲	۱/۰۹۱۸	۳/۸	۱/۲۹٦۵
O4	۰/٤۰٤٤	۳/۹	۱/۵۷۷	۲/۸	۱/۱۳۲۳	۳/۸	۱/۵۳٦۷	۳/۲	۱/۲۹٤۰	٤	۱/٦۱۷٦
O5	۰/٤۰٤٤	۳/۸	۱/۵۳٦۷	۳/٦	۱/٤۵۵۸	۳/٤	۱/۳۷٤۹	۳/۷	۱/٤۹٦۲	۳/۸	۱/۵۳٦۷
T1	۰/۲۱۱۲	۳/۹	۰/۸۲۳٦	۳/۷	۰/۷۵۱٤	۳/٦	۰/۷٦۰۳	۳	۰/٦۳۳٦	۳/۷	۰/۷۵۱٤
T2	/۲۲۰۲	٤	۰/۸۸۰۸	۳/۷	۰/۱۸٤۷	۲/۷	۰/۵۹٤۵	۳/٤	۰/۷٤۸٦	۳/۸	۰/۸۳٦۷
T3	۰/۱۰۵٦	۳/۷	۰/۳۹۰۷	۳/۵	۰/۳٦۹٦	۲/۸	۰/۲۹۵٦	۲/۷	۰/۲۸۵۱	۳/۱	۰/۳۲۷۳
T4	۰/۱۷۵۲	۳/۸	۰/٦٦۵۷	۲/۲	۰/۳۸۵٤	۳/۱	۰/۵٤۳۱	۲/۸	۰/٤۹۰۵	۳/۲	۰/۵٦۰٦
T5	۰/۰۹۲۱	۳/۹	۰/۳۵۹۱	۲/۸	۰/۲۵۷۸	۳/٦	۰/۳۳۱۵	۳/٦	۰/۳۳۱۵	٤	۰/۳٦۸٤
جمع امتیاز		۱۰/۷۵۰٤		۸/٦۷۸۱		۷/۹۳۰٤		۷/۸۹۱۹		۸/۸۵۸	

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

از بخش‌های صنعت گردشگری پایدار از این مهم مستثنی نبوده پس ضروری است که جهت دستیابی به پایداری محیط‌زیستی، اهمیت ارزیابی و برنامه‌ریزی راهبردی را در تمام مراحل تصمیم‌گیری و اجرا در نظر بگیریم. در این مطالعه به‌منظور ارائه برنامه‌های راهبردی جهت توسعه اشکال گردشگری پایدار در روستای چوپانان و تقویت گردشگری در محیط پیرامونی آن، به شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و وزن‌دهی به آن‌ها از طریق رویکرد SWOT پرداخته شد.

شناسایی عوامل داخلی و خارجی با استفاده از بررسی منابع داده، گزارشات و مطالعات انجام شده، جلسه حضوری باکارشناسان و فعالان گردشگری منطقه و پرسش از گردشگران و در نهایت بازدیدهای هدفمند از منطقه مطالعه انجام گردید. در مطالعات راهبردی در کنار انتحاب درست منطقه و محدوده مطالعه، شناسایی دقیق و جامع عناصر کلیدی و ارتباطات آنها و برقراری نگاه یکپارچه به آنها مهمترین شرط برای تدوین راهبردها هستند. به منظور تدوین راهبردها، پس از اطمینان از شناسایی عناصر کلیدی پرسش‌نامه‌هایی در اختیار صاحب‌نظران قرار گرفت، سپس با استفاده از رویکرد SWOT، عوامل راهبردی طبقه‌بندی شدند. در وزن‌دهی عناصر به روش ماتریس IF و EF، امتیاز نهایی عوامل داخلی برابر با ۲/۸۸ و امتیاز نهایی عوامل خارجی برابر با ۲/۷۹ محاسبه گردید.

راهبردهای تهاجمی در ماتریس IE انتخاب شدند که نشان دهنده، توانایی بالای منطقه برای توسعه اشکال گردشگری پایدار و لزوم همسوسازی تقاط قوت و فرصت‌ها با یکدیگر و تبدیل نقاط ضعف‌ها به قوت‌ها و تهدیدها به فرصت‌ها می‌باشد. پس از تدوین راهبردهای توسعه پایدار اشکال گردشگری جهت ازبین‌بردن محدودیت‌های روش SWOT در تدوین و اولویت بندی راهبردها، از دو روش QSPM و AHP استفاده شد (۲) که نتایج حاصل از این دو روش نشان‌دهنده صحت نتایج به‌دست‌آمده از ماتریس SWOT بود.

نتایج انتخاب راهبردهای برتر با دو روش QSPM و AHP، نشان‌دهنده مستعد بودن منطقه برای توسعه اشکال گردشگری پایدار و ضرورت تدوین و اجرای برنامه‌ها در راستای بهره‌گیری از این قابلیت‌ها است. این ۲ رویکرد به داشتن نگاهی جامع‌تر به راهبردهای تدوین شده کمک نمود که این امر، امکان برنامه‌ریزی راهبردی پیرامون توسعه اشکال گردشگری پایدار در منطقه را فراهم ساخت. ازآنجاکه در هر دو روش QSPM و AHP اختلاف وزنی میان راهبردهای برتر ناچیز است و نتایج اولویت‌بندی مشابه یکدیگر بود، تمامی راهبردهای تدوین شده برای روستای چوپانان مناسب و قابل‌اجرا هستند؛ لذا انتخاب راهبردهای برتر به معنای نادیده‌گرفتن سایر راهبردها نیست (۱۷)، بلکه با دستیابی به راهبردهای اولویت‌دار می‌توان به اهداف سایر راهبردها نیز دست‌یافت زیرا که این راهبردها در راستای یکدیگر قرار گرفته‌اند.

با درنظرگرفتن جاذبه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی، اجتماعی کالبدی روستای چوپانان و محیط پیرامونی آن از جمله ریگ جن و پناهگاه حیات‌وحش عباس‌آباد با ظرفیت‌ها و ویژگی‌های خاص خود در جذب اشکال مختلف گردشگر پایدار، منطقه ظرفیت بسیار بالایی برای تبدیل‌شدن به قطب اشکال گردشگری پایدار منطقه فلات مرکزی ایران با برد بین‌المللی را دارد. این مهم در تمامی راهبردهای ارائه شده با نگاه تحولی و اثر بخش دیده شده است.

این پژوهش نشان داد مطالعات راهبردی و نتایج آن، بیش از هر چیز وابسته به منطقه مطالعه و محیط پیرامونی آن است؛ یعنی هم محدوده مطالعاتی و هم محیط پیرامونی آن لازم است از ظرفیت‌های نسبی بالا و عناصر لازم برای توسعه گردشگری برخوردار باشند تا نتایج مطالعات راهبردی کاربردی و عملیاتی باشد. از طرفی در نظر گرفتن محیط پیرامونی در مطالعات راهبردی برای یک منطقه باعث می‌شود که به سمت توسعه موزون حرکت کنیم یعنی برنامه‌های توسعه گردشگری فقط متمرکز بر آن منطقه نباشد و همزمان توسعه گردشگری در محیط پیرامونی نیز دنبال شود.

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

تشکر و قدردانی

پژوهش حاضر مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد می‌باشد و بدین وسیله از تمامی حمایت‌های دانشگاه صنعتی اصفهان، به ویژه اساتید محترم صمیمانه تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

منابع

1. Afzal, M., 2011. Shepherds of the desert gem, Behta Research Publishing House. Isfahan. (In Persian).
2. Akbari, R., Qadirian, M. and Montazeri, M., 2014. A research on the effectiveness of the SWOT technique and the presentation of a proposed comprehensive model for urban issues (case study: strategic planning of the urban village context of Naim Abad, Yazd). *City Identity* 2(2): 87–98. (In Persian).
3. Akbari Faizabadi, H. and Jalalpour, M., 2012. Asiatic cheetah habitat in Iran. Volume 4 of Abbas Abad Wildlife Sanctuary. Tehran: Olive Leaf Publishing, Tehran. (In Persian).
4. Badakhsh, Sh., 2021. An analysis of the role of strategic planning development in the development of rural tourism destinations, The 6th international conference on tourism, geography and clean environment, Hamedan, Iran. (In Persian).
5. Brigadier Pour, M., 2018. Protection and restoration of the architectural heritage of rural architecture: the necessity of solutions. *Housing and Village Environment* 26(1): 65–70. (In Persian).
6. Fine, S., 2009. The SWOT Analysis Using Your Strength To Overcome Weakness. Using Opportunities To Overcome Threats. CreateSpace Independent Publishing Platform, South Carolina.
7. Forje, G., Tchamba, M.N. and Eno-Nku, M., 2021. Determinants of ecotourism development in and around protected areas: The case of Campo Ma'an National Park in Cameroon. *Scientific African*, 11(2): 41–63.
8. Gao, J., Yang, J., Chen, C. and Chen, W., 2023. From forsaken site to model village: Unraveling the multi-scalar process of rural revitalization in China. *Habitat International*, 133: 10-27.
9. Goli, Z., 2013. Petrology of Eocene volcanic rocks southwest of Chopanan (northeast of Isfahan province). MSc Thesis. Isfahan University. Isfahan, Iran. (In Persian).
10. Hadiani, Z., Ahdanjad, M., Kazemizad, S. and Ghanbari, H., 2013. Strategic planning of tourism development with SWOT method, case study: Shiraz city. *Environmental Geography and Planning*, 26(3): 111–132. (In Persian)
11. Heshmati, M., Gheitury, M. and Shadfar, S., 2022. Factors affecting possibility of ecotourism development and sustaining natural resources using SWOT approach in west Iran. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 10(2): 173–183.
12. Jalali, S. and Qudsipour, S., 2018. The application of Analytical Hierarchy Process (AHP) in the evaluation of urban forestry in order to select suitable tree species in arid and semi-arid areas, The third national forest conference, Karaj, Iran. (In Persian).
13. Kargar, M. and Alizadeh, Y., 2019. The role and importance of infrastructure in the development of urban tourism. *Regional conference on tourism and development* 3(2): 14-25. (In Persian).
14. Lee, T.H., Jan, F.H. and Liu, J.T., 2021. Developing an indicator framework for assessing sustainable tourism: Evidence from a Taiwan ecological resort. *Ecological Indicators*, 125(3): 75-96.
15. Miller, D., Eisenstat, R. and Foote, N., 2002. Strategy from the inside out: Building capability-creating organizations, *California Management Review*, 44(3): 37–54.
16. Norouzi Fard, H. and Khorasani, M., 2015. Strategic planning of rural tourism development in the rural areas of Izeh city, case study: Shivand village, *Geography and Regional Urban Studies*, 18: 119–134.
17. Pakzad, F., Soffianian, R., Fakheran, S. and Abedinpour, V., 2022. Compilation of the strategic tourism development plan of Shahinshahr and Mimeh cities, *Journal of Human Geography Research*, 15(4): 445–458. (In Persian)
18. Pololikashvili, Z., 2022. World Tourism Day 2022. Available online at: http://www.unwto.org. Accessed: 11 April 2023.
19. Qudsipour, H., 2012. Applying AHP Hierarchical Process Technique. Amir Kabir University of Technology Publications, Tehran. (In Persian).

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

20. Sadeghi, S. and Jadiri Abbasi, M., 2014. Investigating the infrastructure of the tourism industry and the existing potentials on the development of tourism in Tabriz, The second international research conference in engineering, science and technology, Tabriz, Iran. (In Persian).
21. Sahani, N., 2021. Application of hybrid SWOT-AHP-FuzzyAHP model for formulation and prioritization of ecotourism strategies in Western Himalaya, India, *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(3): 349–362.
22. Sheikh al-Islami, A., Ali Tavakoli, R., Agha Alikhani, M. and Moghimi, A., 2013. Strategic planning for sustainable geo-tourism development in Jiroft using SWOT model, *Zagros Landscape Geographic Quarterly*, 15: 65–81. (In Persian).
23. Shen, J. and Chou, R.J., 2022. Rural revitalization of Xiamei: The development experiences of integrating tea tourism with ancient village preservation. *Journal of Rural Studies* 90: 42-52.
24. Ziaee, S., Tarabian, K. and Pone, M., 2010. Measuring the acceptable level of negative social effects of tourists on local communities in Iran, the study of rural settlements in the troubled wetland area, *Geographical Society of Iran*, 8: 205–225. (In Persian).
25. Ziari, K., Sork Kamal, K. and Ziari, R., 2014. Tourism planning techniques. Tehran: University of Tehran Printing and Publishing Institute. Tehran. (In Persian).

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]

Iran. J. Appl. Ecol. Vol. 13, No. 3, 2024, Isfahan Univ. Technol., Isf., Iran.

Strategic Planning of Sustainable Tourism Development (Case Study: Choupanan Village, Central Plateau of Iran)

Ferial Farasat[1], Alireza Soffianian[2]* and Amir Gandomkar[3]

(Received: November 28-2024; Accepted: April 29-2025)

Abstract

Tourism is an essential part of development in the contemporary world. This thriving industry, particularly in regions with substantial comparative advantages, requires more attention and should be a primary focus of sustainable development efforts. In tourism-prone areas, prior to the implementation of all programs and plans, conducting strategic studies aimed at mitigating negative impacts and enhancing synergies, effectiveness, and sustainability of benefits should be prioritized. In this study, considering the relative advantages of the Choupanan village and its surrounding environment, we initially employed the SWOT method to analyze the key internal and external factors affecting sustainable tourism. Subsequently, strategies for tourism development were formulated. After developing these strategies, the QSPM and AHP methods were utilized for prioritization and identification of the top strategies. Based on the results, the total scores for internal and external factors were 2.889 and 2.799, respectively, leading to the identification of aggressive strategies as suitable options. In both methods, the weight differences among the top strategies were minimal. Regarding to our finding, the approach considering the surrounding environment at various levels can be served as a model for potential tourism development in rural areas adjacent to protected regions.

Keywords: Strategic planning, Analytical hierarchy process (AHP), SWOT Matrix, Quantitative strategic planning matrix (QSPM).

1. PhD student, Department of Natural Resources, Isfahan University of Technology, Isfahan 84156-83111, Iran.
2. Professor, Department of Natural Resources, Isfahan University of Technology, Isfahan 84156-83111, Iran.
3. Associate Professor, Department of Geography, Islamic Azad University Najaf Abad branch, Najaf Abad, Iran.
*Corresponding Author, email: soffianian@iut.ac.ir

[Downloaded from ijae.iut.ac.ir on 2025-12-01]

[DOI: 10.47176/ijae.13.3.14166]