



## راهبردهای توسعه اکوتوریسم پایدار تفریحگاه کهمان واقع در شهرستان سلسله

فاطمه سپهوند<sup>۱</sup>، احمد یعقوبی فرانی<sup>۲</sup>، موسی اعظمی<sup>۲</sup>، ناهید هاشمی امین<sup>۱</sup>  
۱ دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران  
۲ دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بوعلی سینا، همدان، ایران

### چکیده

هدف این پژوهش، اولویت‌بندی راهبردهای SWOT با به‌کارگیری QSPM در راستای تحقق توسعه اکوتوریسم پایدار در تفریحگاه کهمان واقع در شهرستان سلسله می‌باشد. برای گردآوری اطلاعات از روش مصاحبه نیمه‌ساختارمند با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و گردشگری بهره‌گرفته شده است و از تکنیک SWOT جهت تدوین راهبردهای توسعه استفاده شد که به این منظور اولویت‌بندی برحسب اهمیت نظرات هرکدام از مشارکت‌کنندگان، ضریب اهمیتی بین صفر تا یک برای آن‌ها لحاظ شده است. این تکنیک بر اساس تجزیه و تحلیل کیفی عمل می‌کند. در این تحقیق برای برنامه‌ریزی و تدوین راهبردهای کارآمدتر پس از مراحل انجام داده‌شده از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک QSPM بهره‌برده شد. نتایج تحلیل SWOT نشان می‌دهد که منطقه موردنظر در وضعیت تهاجمی (SO) قرار دارد و راهبردهای مقتضی باید در این حیطة باشد و بعد آن به ترتیب می‌توان راهبردهای رقابتی (ST)، تدافعی (WT) در آخر نیز راهبردهای محافظه‌کارانه (WO) را اعمال نمود. همچنین اولویت‌بندی بر اساس ماتریس QSPM نشان داد که راهبردهایی که می‌توانند در اولویت قرار بگیرند، به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: S03- S02-ST2- WO1- WT1- ST1-S01.

کلمات کلیدی: اکوتوریسم پایدار، منطقه کهمان، راهبرد، SWOT، QSPM

## Strategies for the development of sustainable ecotourism of our resort located in the county of Selseleh

Fatemeh Sepahvand<sup>1</sup>, Ahmad Yaghoubi<sup>2</sup>, Mossa Azzami<sup>2</sup>, Nahid Hashemi amin<sup>1</sup>

1-Ph.D. Student of Agricultural Development, Department of Agricultural Extension and Education, Bu-Ali Sina University, Hamedan

2- Associate Professor. of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan,

### Abstract

The purpose of this research is to prioritize SWOT strategies using QSPM in order to realize the development of sustainable ecotourism in Kohman's study area in the city of Suresla. Semi-structured interview with experts from Cultural Heritage and Tourism Organization has been used for data collection. SWOT technique has been used to develop development strategies. To prioritize according to the importance of each participant's views, the coefficient of importance between zero and one is considered for them. This technique operates on the basis of qualitative analysis. In this research, the QSPM strategic planning matrix was used to plan and formulate more effective strategies following the steps taken. The results of the SWOT analysis indicate that the area in question is invasive (SO) and appropriate strategies should be in this area, and then, competitive strategies (ST), defensive (WT) strategies can be applied in the end, also conservative (WO) strategies . Also, QSPM matrix-based prioritization showed that the strategies that can be prioritized in order of importance are S01-ST1-WT1-WO1-ST2-S02-S03 strategies.

Keywords: Sustainable Ecotourism, Kuman Region, Strategy, QSPM, SWOT

#### مقدمه

توسعه پایدار از دغدغه‌هایی است که جهان امروز با آن روبرو است و هریک از کشورها در سطحی از توسعه در تلاش‌اند که پاسخ لازم به دغدغه‌های مذکور را بیابند و در این میان، کشورهایی که به متنوع‌سازی اقتصادی روی آورده‌اند و می‌خواهند خود را از اقتصاد تک‌پایه‌ای برهانند در جست‌وجوی شناخت راه‌های آن یا خلق راه‌های و روش‌های جدیدند (زردان و بهمنی، ۱۳۹۴). در این بین یکی از فعالیت‌های مهمی است که در دهه‌های اخیر از جایگاه ویژه‌ای در توسعه اقتصادی برخی کشورها برخوردار بوده است، توجه به صنعت گردشگری بوده است (میرکتولی و مصدق، ۱۳۸۹). آن چنانکه اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند (موحدی و همکاران، ۱۳۹۶). بیشتر سازمان‌های بین‌المللی اکو توریسم، این فعالیت را چنین تعریف می‌کنند: یک سفر مسئولانه به مناطق طبیعی که باعث حفظ محیط‌زیست و بهبود رفاه مردم بومی می‌شود (فائو، ۲۰۱۰) و از دیدگاه سازمان بین‌المللی اکو توریسم، اکو توریسم شامل اصولی نظیر تمرکز به مناطق طبیعی؛ تعبیر و تفسیر محصول اکو توریسم؛ اصل توسعه پایدار از نقطه‌نظر حفظ طبیعت؛ توسعه جوامع محلی؛ سطح رضایت توریست‌ها و نیز اصل مسئولیت اکو توریسم در قبال طبیعت (سازمان بین‌المللی اکو توریسم، ۲۰۱۲). این فعالیت در واقع به عنوان یک فعالیت مناسب و مستمر می‌تواند در بهبود وضعیت زیستی و معیشتی مردم بومی و جوامع محلی حاشیه اکوسیستم‌های حایز اهمیت نقش داشته و از نظر اکولوژیکی باعث کاهش فشار بر منابع طبیعی گردد (فرازی، ۱۳۹۶). اکو توریسم شاخه‌ای از توریسم (گردشگری) است (ویور و لوتون ۲۰۰۷) که مبتنی بر جاذبه‌های طبیعی می‌باشد (ضرابی و اعظم، ۱۳۹۲) و این نوع از گردشگری بیشتر طرفدار محیط زیست بوده و پایداری آن را در نظر می‌گیرد (میرزایی و اجیرلو، ۱۳۹۶) و گردشگران به منظور دیدن مناظر طبیعی به منطقه مسافرت می‌کنند، با کمترین سرمایه‌گذاری نسبت به سایر انواع گردشگری میسر می‌گردد (نوری و همکاران، ۱۳۹۵). در واقع اکو توریسم یک نامی جدید در فعالیتی قدیمی محسوب می‌شود (فنل، ۱۹۹۹) و برای رسیدن به اکو توریسم موفق باید از رهگذر توسعه پایدار عبور کرد (مشیری و سید ابو سعیدی، ۱۳۸۹). توسعه پایدار، مدیریت و حفاظت اساسی منابع طبیعی و ج‌هت دادن به فن آوری و نسبت به شکلی که اطمینان حاصل شود که نیاز انسانی برای همیشه در حال حاضر و برای نسل آینده برآورده گردد. توسعه بر ملاحظات اکولوژیک دو گرایش عمده دارد، نخست حذف یا حداقل کردن آثار منفی اقدامات توسعه‌ای بر مبنای منابع طبیعی و دیگر طرح ریزی مصادیقی از توسعه که بیشترین سازگاری را با توان‌های محیطی داشته باشد که در این راستا، اکو توریسم با التزام به ماهوی به اهداف بنیادی حفاظت از عرصه‌های طبیعی و توسعه از گزینه‌های مورد توجه است، لذا اهمیت دادن به نقش اکو توریسم به منظور دستیابی به توسعه پایدار ضروری است (اکبری و نوذری، ۱۳۹۶) و با توجه به اینکه بخش عظیمی از فعالیت‌های تفریحی و اکو توریسم به طور مستقیم به منابع طبیعی در مقصد وابسته است، از این رو، توسعه و مدیریت اکو توریسم باید بگونه‌ای باشد که با محیط سازگار باشد تا عامل اساسی در دستیابی به توسعه پایدار به حساب آید (میرزایی و اجیرلو، ۱۳۹۶). امروزه صنعت توریسم به‌عنوان یکی از محورهای مهم توسعه همه‌جانبه بسیاری از کشورهای جهان بشمار و در عین بازدهی و سودآوری چشمگیر اقتصادی، متضمن تامین لایه‌های عمیق‌تر توسعه است (محمدیان و کامرانی، ۱۳۹۶). توسعه صنعت طبیعت گردی، به عنوان یک منبع درآمد مهم می‌باشد که می‌تواند در بهبود وضعیت معیشتی جوامع محلی و دیگر بخش‌های اقتصادی مثل کشاورزی، جنگل‌داری، شیلات و غیره موثر باشد (میرزایی و اجیرلو، ۱۳۹۶). این صنعت سبب تسریع فرآیند توسعه ملی می‌باشد که به‌عنوان بخشی مولد در زمینه‌ی کسب درآمد و ایجاد اشتغال (رجبی، ۱۳۹۰)، کمک به توسعه‌ی نواحی دارای جاذبه‌های گردشگری (اورمزدی، ۱۳۹۰)، تولید درآمد و ایجاد زیرساخت‌ها برای نیل به توسعه پایدار بشمار می‌آید (میرکتولی و مصدق، ۱۳۸۹؛ صحنه و خداداد، ۱۳۹۳) مولد اشتغال مبادلات خارجی، ارز آوری، تزریق درآمد و درآمد مالیاتی (محمدی و همکاران، ۱۳۹۶) می‌باشد و هم‌اکنون در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است

FAO

Weaver, & Lawton,

Fennel

(افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۳). در این بین کشور ایران به دلیل دارا بودن پتانسیل های متنوع و گسترده همواره به عنوان یکی از کانون های گردشگری در قلمرو سرزمینی مطرح بوده است. از همین رو، از میان فرصت های گردشگری موجود در کشور، جاذبه های طبیعی و چشم اندازهای بکر و آب و هوای مناسب، زمینه را برای توسعه اکوتوریسم، بیش از دیگر جنبه های گردشگری تقویت می کند (بدری و همکاران، ۱۳۹۰).

#### اهداف تحقیق

این تحقیق قصد دارد به ارائه راهبردهایی در راستای تحقق توسعه اکوتوریسم پایدار تفریحگاه کهمان واقع در شهرستان سلسله بپردازد که در راستای این هدف اصلی، پرسش های زیر نیز پاسخ داده خواهد شد.

- ۱- نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدهای پیش روی راستای تحقق توسعه اکوتوریسم پایدار در منطقه مورد مطالعه کدام اند؟
- ۲- راهبردهای جهت حرکت به سمت توسعه مطلوب و تحقق اکوتوریسم پایدار در منطقه مورد مطالعه کدام اند؟

#### معرفی منطقه مورد مطالعه

شهرستان سلسله یکی از شهرستان های استان لرستان است که مرکز آن شهر الشتر می باشد. وسعت شهرستان سلسله ۱۲۱۲ کیلومتر مربع است. این شهرستان در ۲۷ دقیقه و ۴۸ درجه شرقی و ۳۲ دقیقه و ۳۳ درجه شمالی قرار گرفته است. آب و هوای معتدل کوهستانی دارد. جمعیت این شهرستان، پس از جدا شدن بخش خاوه و ملحق شدن آن به شهرستان دلفان، ۷۰۵۸۶ نفر است. این شهرستان از شمال به شهرستان نهاوند از استان همدان، از جنوب به شهرستان دوره، از جنوب شرق به شهرستان خرم آباد، از شمال غرب به شهرستان دلفان و از شمال شرق به شهرستان بروجرد منتهی می گردد. این شهرستان دارای دو بخش و هفت دهستان می باشد. از جمله مناطق دیدنی این شهرستان رودخانه ها و آبشارها و سراپاها می باشد که در این تحقیق به سراپا کهمان پرداخته خواهد شد.

**منطقه کهمان:** منطقه گردشگری کهمان در شمالی ترین نقطه لرستان و شهرستان الشتر قرار داشته، یکی از دره های بسیار زیبا و در عین حال پرآب در سطح کشور است. در حال حاضر منطقه کهمان الشتر معروفترین جاذبه ژئو توریسم در استان لرستان می باشد (تصویر شماره ۱). درختان گردو های سر به فلک کشیده، طبیعت بکر، یخچالهای دائمی، غارهای متعدد و ارتفاعات جذاب و دیدنی، وفور داروهای گیاهی بسیار نادر و کمیاب، چشمه سارهای فراوان و پرآب، طراوت و خنکی و آب و هوای بی بدیل آن از جمله جذابیت های این منطقه می باشد.

**پوشش گیاهی منطقه کهمان:** منطقه پوشیده از درختان کهن سال بلوط، انجیر، گردو، گلابی کوهی، زالزالک، چنار، زبان گنجشک، صنوبر و سپیدار، بید، سیب، آلوی کوهی و در خلال آن سرشار از گون و درخت چه های کوهستانی است.

**حیات وحش منطقه کهمان:** از جمله حیات وحش می توان به پلنگ-خرس-کفتار-گرگ-روباه-شغال-گورکن-سنجاب-سگ آبی-سمور-موش خرما-کل-بز-قوچ-میش-گراز-خوک-کبک کوهی-کبک دری-تیهو-گنجشک-کلاغ-قراقول-بلدرچین- و دیگر انواع خزندگان، پرندگان و بند پایان اشاره کرد.



تصویر شماره ۱- نماهایی از منطقه دیدنی کهمان و رودخانه کهمان

### روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر ماهیت کاربردی و از نظر روش مطالعه، توصیفی-تحلیلی محسوب می‌شود. روش جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات تحقیق از دو روش مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه‌ای استفاده و اطلاعات لازم در ارتباط با توریسم روستایی جمع‌آوری شده است. ابتدا با توجه به اطلاعات ثانوی موجود، جاذبه‌ها، امکانات و خدمات گردشگری و وضعیت گردشگری موردبررسی قرار گرفته جامعه آماری این پژوهش کلیه کارشناسان سازمان گردشگری، میراث فرهنگی و صنایع دستی بوده است و روش نمونه‌گیری هدفمند گلوله برفی انتخاب شدند که در نهایت در قالب پرسش‌نامه از آن‌ها خواسته شد تا در زمینه نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای اکوتوریسم در منطقه مورد مطالعه نظر خود را بیان نمایند. سپس در مراحل بعدی پژوهش، به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات و تدوین راهبرد، از تکنیک SWOT بهره‌گرفته شده است. برای تهیه ماتریس بر اساس موضوع مورد مطالعه ابتدا فهرستی از نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها با استفاده از مشاهده نویسندگان و صحبت با کارشناسان امر تعیین گردید سپس با به‌کارگیری تکنیک SWOT جهت تعیین راهبرد موردبررسی قرار گرفتند. ماتریس SWOT یک ابزار مقایسه‌ای مهمی است که کمک می‌کند تا ۴ نوع استراتژی (SO/ST/WO/WT) را (بر اساس تصویر شماره ۲) تدوین نمایند:

استراتژی SO: با بهره‌جستن از نقاط قوت در درصدد بهره‌برداری از فرصت‌ها برمی‌آید.  
استراتژی WO: با بهره‌جستن از فرصت‌ها نقاط ضعف را از بین می‌برد.  
استراتژی WT: نقاط ضعف را کاهش داده و از تهدیدات پرهیز می‌کند.  
استراتژی ST: برای احتراز از تهدیدات از نقاط قوت استفاده می‌کند.

نقاط ضعف W	نقاط قوت S	ماتریس سوات
استراتژی‌های WO	استراتژی‌های SO	فرصت‌ها O
استراتژی‌های WT	استراتژی‌های ST	تهدیدها T

تعیین راهبردهای کوتاه مدت و بلند مدت توسعه

تصویر شماره ۱ نحوه انتخاب استراتژی در تکنیک SWOT

اما این تکنیک در تجزیه و تحلیل از امکان ارزیابی جامع موقعیت تصمیم‌گیری استراتژیک بی‌بهره است. این نوع تجزیه و تحلیل فقط در سطح تعیین عوامل باقی می‌ماند، عوامل فردی، اغلب ماهیت خیلی کلی و مختصری دارد اغلب به‌عنوان یک تجزیه و تحلیلی کیفی است که نمی‌تواند به‌طور تحلیلی اهمیت عوامل را تعیین کند یا اینکه بخواهد گزینه‌های تصمیم‌گیری را با توجه به عوامل کلیدی ارزیابی نماید لذا پس از مراحل انجام داده‌شده یک ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک (QSPM) بکار برده شد. این ماتریس برای اولویت‌بندی عوامل داخلی و خارجی بکار برده می‌شود و این احتمال را کاهش می‌دهد که این عوامل نادیده گرفته شوند و یا به‌طور نامناسب به آن‌ها وزن داده شوند. QSPM یک ابزاری تحلیلی است که توسط مدیران استراتژیک مورد استفاده قرار می‌گیرد. QSPM یک نگرش مدیریت استراتژیک سطح بالا برای ارزیابی استراتژی‌های ممکن است و ابزار خوبی برای مقایسه و اولویت‌بندی عوامل کلیدی داخلی و خارجی است (مهدی موحدی و همکاران، ۱۳۹۱).

### ارائه راهبردها با استفاده از ماتریس راهبردی کیفی SWOT

در ابتدا به شناسایی عوامل داخلی و خارجی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فعالیت‌های اکوتوریسم در منطقه مورد نظر پرداخته شده است و در ماتریس‌های تحلیل عوامل درونی (جدول شماره ۲) و ماتریس‌های تحلیل عوامل بیرونی (جدول شماره ۳) برای هر یک از این عوامل امتیازی برحسب اهمیتی که هر یک از این عوامل در توسعه اکوتوریسم دارند در نظر گرفته می‌شود. در مرحله بعد به هر عامل در ماتریس عوامل خارجی و ماتریس عوامل داخلی ضریب وزنی بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) اختصاص



داده شده است. ضریب داده شده به هر عامل بیانگر اهمیت صرف، نسبی آن در موفقیت است نظر از این که آیا عامل مورد نظر به عنوان یک نقطه قوت و ضعف داخلی سازمان به حساب آید باید به عاملی که دارای بیشترین اثر در عملکرد سازمان است بالاترین ضریب را داد. سپس وضع موجود هر عامل را تعیین کرده. اگر در پی کاستن نقاط ضعف، یا تهدیدها باشیم، امتیاز بالایی در خصوص نقطه ضعف، یا تهدید به خود اختصاص می دهیم و برعکس اگر نقاط قوت و فرصت ها به خوبی مدیریت نشود، امتیاز پایین دریافت می کنند. ماتریس ارزیابی عوامل درونی، ابزاری برای بررسی عوامل داخلی است. در واقع نقاط قوت و ضعف واحدهای سازمان را ارزیابی می کند.

#### تحلیل عوامل درونی (ضعفها و قوتها) تفریحگاه کهمان

با استفاده از نظر کارشناسان گردشگری، مشخص شد که در منطقه مورد مطالعه دارای ۱۲ قوت و نیز ۱۱ نقطه ضعف وجود دارد که در جدول شماره ۲ نشان داده شده اند. مهم ترین نقطه قوت با نمره ۰/۵۵ به گزینه وجود وجود " رودخانه ها" تعلق گرفت و " وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد باغات " و " داشتن محیطی آرام و بدون سروصدای شهری " اهمیت های دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. همچنین از بین نقاط ضعف این منطقه گزینه " نبود تسهیلات و امکانات رفاهی مناسب " بزرگترین ضعف شناسایی شد و مواردی نظیر " نبود تسهیلات بهداشتی و خدماتی " و نیز " عدم استفاده از توان این منطقه " به ترتیب در موارد بعدی قرار گرفتند.



جدول شماره ۲، نقاط ضعف و قوت تفریحگاه کهمان

نمره	رتبه	ضریب اهمیت	نقاط قوت (IFE)	
۰/۲	۲	۰/۱	وجود رودخانه های فصلی و غیر فصلی	S1
۰/۲	۲	۰/۱	وجود چشم اندازهای زیبا و منحصر به فرد باغات	S2
۰/۲	۲	۰/۱	داشتن محیطی آرام و بدون سروصدای شهری	S3
۰/۱۶	۲	۰/۸	وجود باغات گردو و سایر میوه ها	S4
۰/۱۸	۲	۰/۹	وجود چشمه سارهای زیبا	S5
۰/۱۶	۲	۰/۸	مجاورت و نزدیکی به شهر	S6
۰/۱۰	۲	۰/۵	داشتن جاده و مسیر های زیبا در منطقه	S7
۰/۱۲	۲	۰/۶	وجود روستاهای نزدیک به منطقه	S8
۰/۴	۱	۰/۴	سهولت دسترسی به جاده	S9
۰/۷	۱	۰/۷	وجود ارتفاعات و کوهها	S10
۰/۴	۱	۰/۴	امکان استفاده از ورزش هایی چون کوه پیمایی	S11
۰/۴	۱	۰/۴	داشتن حیات وحش	S12
۳/۲۲		۸۵	<b>جمع نمره نهایی</b>	
نمره نهایی	رتبه	ضریب اهمیت	نقاط ضعف	شاخص
۰/۱۶	۲	۰/۸	نبود تسهیلات و امکانات رفاهی مناسب	W1
۰/۱۶	۲	۰/۸	نبود تسهیلات بهداشتی و خدماتی	W2
۰/۱۴	۲	۰/۷	عدم استفاده از توان این منطقه	W3
۰/۱۰	۲	۰/۵	توزیع نامناسب گردشگر در فصول سال	W4
۰/۱۴	۲	۰/۷	عدم تمایل ساکنین روستاهای اطراف به سرمایه گذاری	W5
۰/۱۲	۲	۰/۶	عدم وجود تابلوهای راهنمایی گردشگران	W6
۰/۱۲	۲	۰/۶	نبود تجهیزات ورزشی و کوهنوردی	W7
۰/۱۲	۲	۰/۶	نبود ارتباطات اجتماعی و فرهنگی مناسب	W8
۰/۵	۱	۰/۵	عدم پذیرش گردشگران توسط مردم روستای اطراف	W9
۰/۵	۱	۰/۵	عدم تبلیغ وسیع این منطقه	W10
۰/۳	۱	۰/۳	عدم وجود برنامه ریزی دولتی در این منطقه	W11
۲/۳۶		۶۶	<b>جمع نمره نهایی</b>	

منبع: یافته های پژوهش (۱۳۹۶)

#### تحلیل عوامل بیرونی (فرصت ها و تهدیدها) تفریحگاه کهمان

بر اساس دیدگاه کارشناسان گردشگری جمعاً ۱۰ فرصت و ۹ ضعف نیز برای این منطقه شناسایی شد که در جدول شماره ۳ قابل مشاهده می باشد. در بین موارد مطرح شده به عنوان فرصت، مورد " امکان برگزاری فروش محصولات باغی برای عرضه مستقیم" با کسب نمره نهایی ۰/۱ در بین ۱۰ فرصت موجود، رتبه اول را کسب نمود و مواردی همچون " امکان برگزاری فروش محصولات باغی برای عرضه مستقیم" و " امکان بهره گیری گردشگری از داروهای طبیعی این منطقه" در جایگاه های دوم و سوم قرار گرفتند و همچنین از بین تهدیدهای برشمرده شده، " آلودگی زیست محیطی ناشی از عوامل انسانی" مطرح ترین موارد بوده است.

جدول شماره ۳ فرصت‌ها و تهدیدها تفریحگاه کهمان

نمره نهایی	رتبه	ضریب اهمیت	فرصت‌ها	
۰/۲	۲	۰/۱	امکان استفاده از توان این منطقه	O1
۰/۲	۲	۰/۱	امکان برگذاری فروش محصولات باغی برای عرضه مستقیم	O2
۰/۱۶	۲	۰/۸	امکان بهره‌گیری گردشگری از داروهای طبیعی این منطقه	O3
۰/۲	۲	۰/۱	افزایش توجه به این صنعت و ایجاد اشتغال و درآمدزایی	O4
۰/۲	۲	۰/۱	تمایل گردشگران داخل و خارج استان برای سفر	O5
۰/۲	۲	۰/۱۱	امکان اطلاع‌رسانی و تبلیغ توسط سازمان گردشگری	O6
۰/۲	۲	۰/۱	انگیزه بخش‌های خصوصی به سرمایه‌گذاری	O7
۰/۲	۲	۰/۱	ایجاد صنایع دستی به منظور درآمدزایی	O8
۰/۱۰	۲	۰/۵	گسترش مراکز خدماتی	O9
۰/۱	۱	۰/۱	وجود نهادهای دولتی برای سرمایه‌گذاری	O10
<b>جمع نمره نهایی</b>				
۱/۷۶				
نمره نهایی	رتبه	ضریب اهمیت	تهدیدها	
۰/۸	۲	۰/۴	آلودگی زیست‌محیطی ناشی از عوامل انسانی	T1
۰/۸	۲	۰/۴	ایجاد تخلفات اجتماعی با ورود گردشگر	T2
۰/۶	۲	۰/۳	از بین رفتن فرهنگ سنتی با ورود گردشگر	T3
۰/۶	۲	۰/۳	از بین رفتن و تخریب منابع طبیعی	T4
۰/۴	۲	۰/۲	عدم تخصیص بودجه از سوی سازمان‌های مربوط جهت	T5
۰/۳	۱	۰/۳	نبود آموزش کافی جهت آگاه‌سازی مردم از مزایای طرح	T6
۰/۳	۱	۰/۳	عدم توجه به وضع اقتصادی مردم روستا	T7
۰/۱	۱	۰/۱	افزایش تمایل گردشگران به رفتن در استان‌های هم‌جوار	T8
<b>جمع نمره نهایی</b>				
۳/۹				

منبع: یافته‌های پژوهش (۱۳۹۶)

تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که با توجه به اینکه امتیازات نقاط قوت با مقدار ۳/۲۲ امتیاز، بیشتر از امتیازات نقاط ضعف می‌باشد، لذا ضرورت دارد که برنامه‌ریزی‌ها در جهت بهره‌بردن از نقاط قوت در راستای کاهش و حذف نقاط ضعف صورت گیرد. همچنین مشاهده می‌شود که امتیازات تهدیدها بسیار بیشتر از فرصت‌ها می‌باشد و لذا در این مورد باید راهبردهایی تدوین شود که بر تهدیدها غلبه شود. مجموع ضرایب حاصله در جدول شماره ۴ نشان داده شده است.

جدول شماره ۴. مجموع ضرایب نهایی در مدل SWOT

تهدیدها	فرصت‌ها	نقاط ضعف	نقاط قوت	
۳/۹	۱/۷۶	۲/۳۶	۳/۲۲	مجموع ضرایب
WO	ST	WT	SO	راهبرد انتخابی

منبع: یافته‌های تحقیق (۱۳۹۶)

با توجه به نتایج جداول مشخص شد که منطقه موردنظر در وضعیت تهاجمی (SO) قرار دارد و راهبردهای مقتضی باید در این حیطة باشد و بعد آن به ترتیب می‌توان راهبردهای رقابتی (ST)، تدافعی (WT) در آخر نیز راهبردهای محافظه‌کارانه (WO) را اعمال نمود. با توجه به موارد ذکر شده، می‌توان راهبردهای مقتضی و متناسب وضعیت یادشده زیر را ارائه داد:



- S01= تبلیغ گسترده در فضای مجازی و رسانه های محلی و ملی برای این منطقه گردشگری  
S02= تنوع بخشی به امکانات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران و جذب هرچه بیشتر گردشگر؛  
S03= بازنگری به توزیع تسهیلات ورزشی با توجه به استعداد های منطقه مورد مطالعه در برخی ورزش ها؛  
ST1= ایجاد سایت ها تفریحی به منظور کاهش فشار و تراکم بیش از حد در مناطق آسیب پذیر روستایی؛  
ST2= اشاعه گردشگری فرهنگی به منظور آگاه سازی از فرهنگ های بومی و جلوگیری از نابودی آن ها؛  
WT1= ایجاد بازارچه های فصلی در نزدیکی این منطقه با توجه به داشتن باغات فراوان و متنوع در این منطقه  
WO1= بهره گیری از سرمایه گذاران خصوصی با حمایت و اشاعه این صنعت از سوی سازمان های مربوطه؛

#### ارزیابی راهبردها با استفاده از ماتریس راهبردی کمی QSPM

ماتریس راهبردی کمی روشی تحلیلی است که با آن اهمیت نسبی راهبردها مشخص می شود. با این روش می توان به صورت عینی راهبردهای گوناگونی که در زمره بهترین راهبردها هستند، مشخص کرد. برای تهیه ماتریس برنامه ریزی راهبردی کمی از نتیجه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و نتیجه ماتریس SWOT استفاده می شود. در این روش ابتدا فرصت ها و تهدیدهای عمده خارجی، نقاط قوت و ضعف داخلی در ستون سمت راست ماتریس نوشته شده. سپس به هریک از این عوامل داخلی و خارجی که در موفقیت، برنامه ریزی کمی سازمان نقش عمده دارند، وزن یا ضریب داده می شود. این ضریب ها درست همانند ضریب های ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی هستند.

در ردیف بالای ماتریس برنامه ریزی راهبردی، راهبردهای تعیین شده از ماتریس SWOT نوشته می شود. در مرحله بعد نمره های جذابیت تعیین می شود. برای تعیین نمره جذابیت باید عوامل داخلی و خارجی را که در موفقیت سازمان نقش عمده دارند، بررسی کرد؛ و سپس در مورد هریک از آن ها این پرسش را مطرح کرد که آیا این عامل در گزینش راهبردها نقش عمده دارد؟ اگر پاسخ به این پرسش آری باشد، آنگاه باید با توجه به این عامل کلیدی راهبردها را با هم مقایسه کرد به طوری که اهمیت نسبی یک راهبرد نسبت به سایر راهبردها بر اساس جدول شماره ۴ مشخص شود. نمره جذابیت به این شکل است:

جدول شماره ۴، تعیین اهمیت نسبی راهبردها در SQPM

میزان جذابیت راهبردها برحسب نظر کارشناسان	امتیاز اختصاص داده شده
این راهبرد بسیار جذاب می باشد	۴
این راهبرد دارای جذابیت معقول هست	۳
این راهبرد تا حدی جذاب هست	۲
این راهبرد بدون جذابیت قلمداد می شود	۱

منبع: موحد و همکاران (۱۳۹۳)

ولی اگر پاسخ به پرسش بالا "نه" است، نشان دهنده این است که در فرایند انتخاب راهبردها این عامل هیچ نقش مهمی از نظر موقعیت راهبرد ندارد که در آن صورت نباید به این عامل نمره جذابیت داده شود. در مرحله بعدی جمع نمره های جذابیت محاسبه می شود، به این صورت که ضریب در نمره های جذابیت ضرب می شود. جمع نمره های جذابیت نشان دهنده جذابیت نسبی هر یک از راهبردها است که تنها با توجه به اثر عوامل داخلی و خارجی مربوطه به دست می آید. هر قدر جمع نمره های جذابیت بیشتر باشد، راهبرد مورد بحث دارای جذابیت بیشتری خواهد بود. در نهایت مجموع نمره های جذابیت هریک از ستون های ماتریس کمی محاسبه می شود. با این روش به صورت همزمان راهبردهای مختلف مورد بررسی قرار گرفته و الویت بندی می شوند. نمره های بالا نشان دهنده جذابیت بیشتر راهبردهاست (موحد و همکاران، ۱۳۹۳؛ کرباسی و همکاران، ۱۳۸۶). در جدول شماره ۵، QSPM مربوط به گردشگری پایدار روستایی در دهستان الوند غربی را نشان داده شده است. ستون های نوشته شده به ترتیب از سمت راست، لیست عوامل داخلی و خارجی و وزن های آن می باشند که دقیقاً از ماتریس عوامل داخلی و خارجی استنباط گردیده است. در ستون های بعدی، استراتژی ها SWOT

که در ماتریس بیان شده بود. در ستون قرارمی گیرد که خود شامل جذابیت ستون نمره (AS) و کل نمره جذابیت TAS است کل نمره جذابیت، از حاصل ضرب وزن در نمره جذابیت به دست آید. جذابیت نمره می تواند از ۴ متفاوت باشد.

جدول شماره ۵، ماتریس QSPM در برنامه ریزی استراتژیک جهت انتخاب راهبردهای مناسب

ستراتژی	ضرب	ستراتژی ۱		ستراتژی ۲		ستراتژی ۳		ستراتژی ۴		ستراتژی ۵		ستراتژی ۶		ستراتژی ۷	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
S1	۱/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۲	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰	۲/۰
S2	۱/۰	۰/۰	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۰	۰/۰	۲/۰	۰/۰	۲/۰	۰/۰	۲/۲	۲/۰	۲/۰	۲/۰
S3	۱/۰	۰/۳	۰/۳	۳/۳	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۱/۲	۱/۲	۰/۰	۰/۰
S4	۰/۸	۱/۵	۰/۱	۴/۰	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۳/۳	۰/۰	۳/۳	۰/۰	۲/۷	۰/۰
S5	۰/۹	۰/۲	۰/۲	۴/۰	۰/۰	۱/۲	۰/۰	۱/۲	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۱/۰	۰/۰
S6	۰/۸	۰/۳	۰/۳	۴/۰	۰/۰	۱/۲	۰/۰	۳/۲	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۱/۷	۰/۰
S7	۰/۵	۰/۲	۰/۲	۳/۳	۰/۰	۳/۳	۰/۰	۳/۳	۰/۰	۱/۳	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۱/۸	۰/۰
S8	۰/۶	۰/۳	۰/۳	۱/۲	۰/۰	۳/۳	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۱/۴	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۳	۰/۰
S9	۰/۴	۰/۳	۰/۳	۲/۳	۰/۰	۲/۳	۰/۰	۲/۳	۰/۰	۳/۱	۰/۰	۳/۱	۰/۰	۳/۰	۰/۰
S10	۰/۷	۰/۲	۰/۲	۳/۳	۰/۰	۱/۲	۰/۰	۱/۲	۰/۰	۳/۱	۰/۰	۳/۱	۰/۰	۳/۰	۰/۰
S11	۰/۴	۰/۳	۰/۳	۳/۳	۰/۰	۱/۵	۰/۰	۲/۳	۰/۰	۲/۱	۰/۰	۱/۹	۰/۰	۲/۰	۰/۰
S12	۰/۴	۰/۲	۰/۲	۲/۵	۰/۰	۲/۳	۰/۰	۲/۳	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۰	۰/۰
W1	۰/۸	۱/۰	۱/۰	۱/۰	۰/۰	۲/۶	۰/۰	۱/۳	۰/۰	۲/۴	۰/۰	۲/۲	۰/۰	۲/۰	۰/۰
W2	۰/۷	۰/۳	۰/۳	۱/۰	۰/۰	۲/۰	۰/۰	۱/۳	۰/۰	۱/۳	۰/۰	۱/۰	۰/۰	۳/۰	۰/۰
W3	۰/۷	۱/۰	۱/۰	۲/۰	۰/۰	۲/۰	۰/۰	۳/۰	۰/۰	۱/۰	۰/۰	۱/۲	۰/۰	۲/۰	۰/۰
W4	۰/۵	۱/۰	۱/۰	۲/۶	۰/۰	۱/۰	۰/۰	۳/۰	۰/۰	۳/۰	۰/۰	۱/۳	۰/۰	۱/۰	۰/۰



۰/۱۷	۱	۰/۸۴	۱/۲	۰/۱۰	۲/۳	۰/۰۴	۲	۰/۰۲۳	۲/۹	۰/۰۶۸	۲/۴	۰/۰۱۴	۲	۰/۷	W5
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۶	۱	۰/۰۹	۱/۵	۰/۰۴	۳/۴	۰/۰۲	۲	۰/۰۲۴	۴	۰/۸۴	۱/۴	۰/۰۷۲	۱/۲	۰/۶	W6
۰/۱۴	۱/۹	۰/۰۲	۲	۰/۴۴	۲/۴	۰/۲۰	۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۲	۲	۰/۰۶	۱	۰/۶	W7
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۵	۲/۵	۰/۰۸	۳	۰/۰۴	۴	۰/۰۲	۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۲	۲	۰/۰۷۸	۱/۳	۰/۶	W8
۰/۲۵	۲/۵	۰/۰۵	۳	۰/۰۵	۳	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۱۴	۲/۸	۰/۵	W9
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۵	۳	۰/۰۷۵	۳/۵	۰/۰۲	۴	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۵	W10
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۹	۳	۰/۰۹	۳	۰/۰۲	۴	۰/۰۹	۳	۰/۰۶	۲	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۱	۰/۳	W11
۰/۵	۲/۵	۰/۰۳	۳	۰/۳۰	۳	۰/۰۳	۳	۰/۰۲۰	۲	۰/۰۱	۱	۰/۰۳۲	۳/۲	۱	O1
۰/۰۲	۲	۰/۰۵	۲/۵	۰/۰۳	۳	۰/۰۲	۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۲	۱/۲	۰/۰۱۲	۱/۲	۱	O2
۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۱۶	۲	۰/۰۱۶	۲	۰/۰۷۶	۲/۲	۰/۰۱۲	۱/۴	۰/۸	O3
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۲	۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۳	۳	۰/۰۲۳	۳/۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۲۳	۲/۳	۰/۰۱۶	۱/۶	۱	O4
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۱	۱	۰/۱	۱	۰/۰۲۰	۲	۰/۰۲۳	۲/۳	۰/۰۲	۲	۰/۰۱۲	۱/۲	۰/۰۲	۰/۲	۱	O5
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۳	۳	۰/۰۶	۲/۶	۰/۳	۳	۰/۰۳۷	۳/۶	۰/۰۲۳	۲/۳	۰/۰۱	۱	۰/۰۰۲	۰/۲	۱	O6
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۲	۲	۰/۰۲۰	۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۳۲	۳/۲	۰/۰۳۲	۳/۲	۰/۰۱	۰/۱	۱	O7
۰/۰۱	۱	۰/۱	۱	۰/۰۲۰	۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۱۳	۱/۳	۰/۰۳	۳	۰/۰۱	۰/۱	۱	O8
۰/۰۵۰	۱	۰/۰۷۵	۱/۵	۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۱۶۵	۳/۳	۰/۰۱۵	۳	۰/۰۱۵	۳	۰/۵	O9
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۱	۱	۰/۱	۱	۰/۱	۱	۰/۰۱	۱	۰/۰۱۲	۱/۲	۰/۰۰۱	۱	۰/۰۲	۲	۱	O10
۰/۰۸۰	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۱	۰/۰۸۸	۲/۲	۰/۰۱۲	۳	۰/۰۱۲۴	۳/۱	۰/۴	T1
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۸	۲	۰/۰۸	۲	۰/۰۲	۳	۰/۰۲	۳	۰/۰۴۸	۱/۲	۰/۰۱۲۸	۳/۲	۰/۸	۲	۰/۴	T2
.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱	۰/۰۶	۲	۰/۰۶۹	۲/۳	۰/۰۶۶	۲/۲	۰/۰۴۵	۱/۵	۰/۶	۲	۰/۳	T3
۰/۰۶	۲	۰/۰۴۵	۱/۵	۰/۰۶	۲	۰/۰۶۹	۲/۳	۰/۰۳۶	۱/۲	۰/۰۷۲	۲/۴	۰/۷۵	۲/۵	۰/۳	T4
۰/۰۶	۳	۰/۰۳۶	۱/۸	۰/۰۴	۲	۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۱	۰/۰۴۸	۲/۴	۰/۳	۱/۵	۰/۲	T5
۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۴	۱/۵	۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۳	۱	۰/۳	T6
۰/۰۹	۳	۰/۰۷۵	۲/۵	۰/۰۸۱	۲/۷	۰/۰۹	۳	۰/۰۳	۱	۰/۳	۱	۰/۳	۱	۰/۳	T7
۰/۰۲	۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۲	۲	۰/۰۲۳	۲/۳	۰/۰۲	۲	۰/۲	۲	۰/۰۱	۱	۰/۱	T8

ردیف	موضوع	تاریخ	مکان	مدرسین	موضوع	تاریخ	مکان	مدرسین
۱	۱۳۹۶	۱۳۹۶	۱۳۹۶	۱۳۹۶	۱۳۹۶	۱۳۹۶	۱۳۹۶	۱۳۹۶

منبع: یافته‌های تحقیق (۱۳۹۶)

با توجه به امتیازات اختصاص یافته به استراتژی‌های موجود در جدول شماره ۵، مشخص شد که راهبردهایی که می‌توانند در اولویت قرار بگیرند، به ترتیب اهمیت عبارت‌اند از: راهبردهای S01-ST1-WT1-WO1-S02-S03؛ که در جدول شماره ۶ بیان شده‌اند.

جدول شماره ۶. اولویت‌بندی استراتژی‌ها با استفاده از نتایج SQPM

راهبرد	امتیاز	اهمیت	شرح
S01	۳/۸۹	۱	ایجاد کمپین در ارتفاعات مختلف باهدف حفاظت فیزیکی و اسکان طبیعت گردان
ST1	۳/۸۰	۲	ایجاد سایت‌ها تفریحی به منظور کاهش فشار و تراکم بیش‌ازحد در مناطق آسیب‌پذیر روستایی
WT1	۳/۱۹	۳	بازنگری به توزیع امکانات رفاهی، بهداشتی و خدماتی مناسب برای جذب بیشتر گردشگران
WO1	۳/۰۹	۴	بهره‌گیری از سرمایه‌گذاران خصوصی با حمایت و اشاعه این صنعت از سوی سازمان‌های مربوطه
ST2	۲/۵۸	۵	اشاعه گردشگری فرهنگی به منظور آگاه‌سازی از فرهنگ‌های بومی و جلوگیری از نابودی آنها
S02	۲/۵۳	۶	تنوع‌بخشی به امکانات گردشگری به منظور جلب رضایت گردشگران و جذب هرچه بیشتر گردشگر
S03	۲/۳۹	۷	بازنگری به توزیع تسهیلات ورزشی با توجه به استعدادهای منطقه مورد مطالعه در برخی ورزش‌ها

منبع: یافته‌های تحقیق (۱۳۹۶)

#### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

گردشگری روستایی یک از بخش‌های قابل توجه کشور در ابعاد اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی می‌باشد که به دلایل مدیریتی، سیاسی، اجتماعی کمتر مورد توجه همه‌جانبه و سیستمی قرار گرفته است. این در حالی است که متأسفانه نسبت به گردشگری پایدارمدار که توجه چندجانبه فرهنگی، اقتصادی، اکولوژیکی و محلی با تأکید بر استمرار و پویایی این عرصه را در برمی‌گیرد، مورد بی‌عنایتی قرار گرفته است. نتایج این تحقیق نشان از آن دارد که منطقه مورد مطالعه از لحاظ گردشگری روستایی و پتانسیل مربوطه از وضعیت مناسبی خور دار هست. به طوری که در منطقه رپوطه دارای چند بعد توریسمی می‌باشد بدین معنی که می‌تواند به واسطه وجود زیارتگاه، محیط آرام، فضای سبز و پوشش گیاهی گروه‌های مختلف و متنوعی را جذب نماید. در این زمینه وجود موقعیت‌های اکو توریستی نیز مزید بر علت برای توسعه گردشگری منطقه خواهد بود. در این با توجه به راهبردهای مقتضی و متناسب می‌توان پیشنهادهای زیر را اشاره نمود:

- معرفی جاذبه‌های منطقه در سطح تلویزیون ملی و کانال استانی؛
- ساماندهی مدیریت بهداشت و پساب در منطقه برای حفظ سلامت و ترغیب به ماندگاری بیشتر گردشگران؛
- کاشت درختان همیشه‌سبز مناسب اقلیم جهت زیباسازی منطقه در فصول خزان؛
- فروشگاه‌های مواد غذایی محلی به عنوان توریسم فرهنگی و نیز درآمدزایی؛
- ایجاد کمپین در ارتفاعات مختلف باهدف حفاظت فیزیکی و اسکان طبیعت گردان؛
- برگزاری تورهای یک یا چندروزه اگروتوریسم مانند برداشت محصولات باغی و زراعی...؛
- برگزاری نمایشگاه‌های فراوری محصولات غالب باهدف فروش و نمایش فعالیت؛
- برگزاری تورهای دانشجویی و دانش‌آموزی باهدف آشناسازی فرهنگ گردشگری در بین جامعه و نیز معرفی منطقه.

### منابع

- افتخاری، ع. مهدوی، د. ۱۳۸۴. راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لوسان کوچک.  
-اورمزدی، ر. ۱۳۹۰. توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار. قابل دسترس در سایت: <http://seeiran.ir>  
-بدری، ع. رحمانی، خ. سجاسی قیداری، م. حسن پور، ا. ۱۳۹۰. راهبردهای توسعه اکوتوریسم در شهرستان میوان. پژوهش های روستایی ۲۰ (۲)، ۵۴-۳۱  
-پاپلی یزدی، م. سقایی، م. ۱۳۸۵. گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران، انتشارات سمت.  
-زردان، م. منصور بهمنی، م. ۱۳۹۴. گردشگری روستای و اصول توسعه گردشگری پایدار. همایش ملی عمران و معماری با رویکرد توسعه پایدار.  
-شریفزاده، آ. ۱۳۸۱. توسعه پایدار توریسم روستایی، جهاد. شماره بیست و پنج.  
-شمس الدینی، ع. ۱۳۸۹. گردشگری روستایی راهکاری سازنده برای توسعه روستایی نمونه موردی: روستای فهلیان. مسکن و محیط روستا.  
-صحنه، ب. خداداد، م. ۱۳۹۳. بررسی راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی: دهستان فیروزجاه-شهرستان بابل. دومین همایش ملی پژوهش های کاربردی در جغرافیا و گردشگری  
-ضرابی، ا. صفراآبادی، ا. ارزیابی توسعه اکوتوریسم پایدار در شهر کرمانشاه. ۱۳۹۲. جغرافیا و برنامه ریزی. ۱۷ (۴۶). ۱۷۰-۱۴۷  
-مشیری، ر. مهدوی، م. جلالی کله سر، ز. ۱۳۹۰. ارزیابی کیفی ظرفیت های گردشگری در توسعه روستایی مطالعه موردی: آهار- شهرستان شمیران. فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال هشت، شماره سی و دو  
-مشیری، ر. سیدابوسعیدی، ا. ۱۳۸۹. نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار و روستایی مطالعه موردی شانندیز (خراسان رضوی) جغرافیایی سرزمین ۷ (۲۸) ۱-۱۷  
-موحدی، ر. ایزدی، ن. علی آبادی، وحید. ۱۳۹۵. تحلیل موانع توسعه گردشگری روستایی شهرستان کنگاور، استان کرمانشاه، (مورد مطالعه: روستای فش) دو فصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال چهارم، شماره هشتم.  
-موسوی، م. ۱۳۸۲. نقش اکوتوریسم در توسعه روستایی. دوماهنامه جهاد،  
-میرکتولی، ج؛ و مصدق، ر. ۱۳۸۹. بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی دهستان استرآباد جنوبی. شهرستان گرگان. مطالعات و پژوهش های شهری و منطقه ای  
-نادری، م. امیری، م. کرمی، ش. نادری، م. ۱۳۹۳. نقش اکوتوریسم در توسعه پایدار روستایی با روش SWOT (مطالعه موردی: رضی آباد شهریار). اکوسیستم های طبیعی ایران. ۵ (۳)، ۱۰۱-۸۵  
-Wu, B. GAO, J. 2017. Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. Tourism Management.  
-Lane, B. Kastenholz, E. 2015. Rural tourism: The evolution of practice and research approaches towards a new generation concept? Journal of Sustainable Tourism, 23(8e9), 1133e1156  
-Lepp, A. 2008. Tourism and dependency: an analysis of bigodi village, uganda. Tourism manage. 29: 1206-1214.  
-Soteriades, M. 2012. Tourism destination marketing: approaches improving effectiveness and efficiency. Journal of Hospitality & Tourism Technology, 3 (2): 107-120