



<http://doi.org/10.22133/tlj.2026.542046.1305>

Analysis of Sustainable Development Indicators of Urban Tourism (Case study of Miami County)

Abdolnizam Jafari^{1*} , Ghasem Parvarinezhad²

¹ PhD in Economics, Department of Economics and Accounting, Faculty of Management, Imam Ali University, Tehran, Iran.

² Assistant Prof., Department of Economics, Islamic Azad University, Mehdi Shahr Branch, Semnan, Iran.

Article Info

Original Article

Received:
26-08-2025

Accepted:
18-10-2025

Keywords:
Urban Tourism
Development
Strategic Planning
SWOT Technique
Miami City

Abstract

This study aimed to develop and prioritize practical strategies for sustainable tourism development in Miami County using SWOT and QSPM analytical models. The research is applied in nature and follows a descriptive-analytical methodology. Data were collected through library research, field studies, expert interviews, and 50 questionnaires. The statistical population included tourism and urban planning specialists, along with tourists visiting Miami County. Purposive and convenience sampling were used for experts, while simple random sampling was applied to tourists. A researcher-made questionnaire was employed, validated by experts and showing high reliability (Cronbach's alpha > 0.7). The Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices yielded scores of 2.97 and 3.07 respectively, indicating an aggressive-competitive (SO) strategic position for the county. QSPM analysis prioritized the following strategies: Diversifying and attracting domestic/foreign tourism investment (Score: 3.97) Expanding communications, advertising, and national conferences to promote local capacities (Score: 3.56) Implementing training courses to enhance local workforce skills (Score: 3.43) Developing tourist-friendly culture among local communities (Score: 3.42) The findings emphasize that current tourism development in Miami requires focused implementation of these priority strategies, particularly in advertising, investment attraction, and human resource empowerment.

***Corresponding author**
e-mail: jafari@semnan.ac.ir

How to Cite:

Jafari, A., & Parvarinezhad, Gh. (2026). Analysis of Sustainable Development Indicators of Urban Tourism (Case Study of Miami County). *Tourism and Leisure Time Journal*, 11(21), 289-312.

Published by University of Science and Culture <https://www.usc.ac.ir>
Online ISSN: 2783-3828

1. Introduction

The tourism industry is currently recognized as one of the most dynamic and lucrative sectors of the global economy. According to the World Travel & Tourism Council (WTTC, 2023), the industry's contribution to global GDP reached \$7.6 trillion in 2022, indicating a strong recovery post-COVID-19 pandemic, and it is forecasted to reach \$15.5 trillion by 2033. In developing countries, tourism is often considered an engine for economic and local development. It can play a significant role in achieving sustainable development goals by creating diverse job opportunities, reducing regional inequalities, and helping to diversify single-product economies (Webster, 2017). Miami County, located in the east of Semnan Province, covers an area of 8,356 square kilometers with a population of 38,718 people (based on the 2016 census). It is situated on the southern slopes of the eastern Alborz mountain range. The county boasts a privileged geographical position as the main passage for pilgrims to Mashhad and a crucial north-south transportation corridor in the country. Miami comprises 57 inhabited villages and 226 uninhabited villages and was officially promoted to a county in 2011 (Semnan Province Statistical Yearbook, 2021). According to data from the Semnan Governor's Office (2023), the average stay of tourists in this county is less than 3 hours, and the unemployment rate in the services sector is higher than expected. The most significant challenges facing tourism development in Miami include a shortage of modern accommodation and hospitality infrastructure, the lack of integrated management and a strategic plan, weaknesses in promoting and branding its attractions, and a shortage of skilled human resources. Therefore, this research aims to determine and prioritize development strategies for Miami County and provide operational recommendations for implementing the priority strategies. While previous studies have adequately acknowledged the existence of tourism potentials in Miami County and the necessity of paying attention to them, the research gap and innovations of the present study can be summarized in the following key areas:

- Quantitative Prioritization of Strategies: The main distinguishing feature of this research compared to similar studies is the application of a combination of the qualitative SWOT model with the quantitative QSPM technique. This combined approach elevates the research output beyond providing a general list of strategies to a numerical and precise prioritization based on "Strategic Attractiveness Scores."
- Determining Strategic Position through Weighted Analysis: Another innovation of this research is the determination of the precise strategic position of Miami County through the calculation and weighted analysis of internal and external factors. This quantitative analysis accurately places the region in the offensive-competitive (SO) quadrant of the Internal-External (IE) matrix, providing a scientific and robust foundation for strategy formulation instead of relying on qualitative perceptions.
- Providing a Generalizable Framework: Although the case study of this research is Miami County, the presented methodological framework (including the steps of identification, weighting, formulation, and prioritization of strategies) serves as a flexible and practical model that can be generalized to other intermediate cities in Iran. These cities possess tourism potential but face challenges related to infrastructure development and integrated management. Therefore, in addition to addressing a local problem, this research also contributes to enriching the literature on strategic tourism planning at the local level.

2. Literature Review

Small towns often find themselves on the periphery of macro-level development planning. However, these towns can leverage their competitive advantages—"authenticity," "tranquility," and "access to nature"—to become attractive destinations for tourists seeking refuge from the monotony and crowds of metropolitan areas (Hernandez & Matorel, 2025). Tourism development in such contexts can diversify the local economy and reduce dependence on a single industry. Furthermore, by creating new employment opportunities, it can encourage reverse migration and prevent social erosion. For tourism to become a successful catalyst for development, specific prerequisites and conditions must be in place. Without them, tourism can become a source of degradation or tension. To this end, tourism development should proceed from the bottom up, led by local institutions (municipalities, city councils, local associations), to ensure alignment with the genuine needs and desires of the community. The development of basic infrastructure is another critical success factor. Access to infrastructure such as roads, internet, transportation, and basic services like potable water, sanitation, and security improves the quality of life for residents even in the absence of tourists. It is evident that a small town cannot compete directly with large, well-known destinations. Therefore, through smart branding and marketing, efforts should focus on specialization and creating a unique brand (e.g., capital of medicinal herbs, a religious or therapeutic hub, etc.).

Consequently, marketing should target specific, high-quality tourists rather than mass quantities (Pike, 2017). In general, successful tourism development in small towns requires a shift from a centralized, one-dimensional approach to a participatory, network-based approach. In this model, all stakeholders—including the public sector, private sector, and local community—play a role in the planning and operational processes (Jamal & Higham, 2021). For Miami County, this theoretical framework carries several practical implications. First, tourism development should not be viewed as a quick income-generating scheme but rather as a long-term project. Furthermore, Miami's strategy must be founded on identifying and strengthening its absolute and unique advantages (such as its transit location, geological attractions, and authentic rural culture), rather than merely imitating models from other destinations.

3. Methodology

This research is applied in purpose and descriptive-analytical in terms of its nature and data collection method. The research design was structured as follows: in the first stage, internal and external factors affecting the tourism development of Miami County were identified through library studies and interviews with experts. In the second stage, these factors were incorporated into a questionnaire and presented to the statistical population to determine the weight and score of each factor. Finally, using the quantitative outputs, strategies were formulated and prioritized. The primary data collection tool in this research was a researcher-made questionnaire consisting of 34 questions, divided into two sections. The factors were rated based on a five-point Likert scale. The content validity of the questionnaire was assessed through interviews with university professors and tourism specialists, and their feedback regarding the clarity, comprehensiveness, and relevance of the questions was incorporated. The face validity of the questionnaire was also examined and confirmed through a preliminary study with 10 individuals from the statistical population.

4. Results

The findings indicate that tourism in Miami stands on the brink of growth. Success hinges on moving beyond generalities and focusing on the implementation of targeted, practical strategies derived directly from the analysis of the county's current situation. The priority lies with initiatives that can leverage external opportunities (particularly its transit location and climatic diversity) to strengthen internal strengths (natural and historical attractions), while simultaneously and swiftly addressing infrastructural and managerial weaknesses. The QSPM results clearly demonstrate that attracting investment (ST1) and promotion and marketing (SO4) are the two main priorities for tourism development in Miami County. This finding is fully consistent with the identified strategic position (Quadrant II - SO), which emphasizes capitalizing on external opportunities by leveraging internal strengths. Consequently, in the short term, it is essential to focus on promoting Miami's capacities through targeted advertising campaigns along the Tehran-Mashhad corridor and on social media to generate demand. In the medium to long term, attracting private and public investment for developing basic infrastructure (such as eco-lodges, public restrooms, and signage for attractions) will be a prerequisite for sustainably capitalizing on this demand. Alongside these two main priorities, strategies for community empowerment (WO5) and human resource training (WT4) must be pursued in parallel as essential foundations for sustaining future successes. Therefore, the action plan for Miami's tourism development should be structured around these four key pillars.

5. Conclusion

This study aimed to formulate sustainable tourism development strategies for Miami County using an analytical framework combining SWOT technique (for identifying internal and external factors) and QSPM matrix (for quantitative strategy prioritization). The final findings provide a clear picture of the county's strategic position and outline potential pathways toward progress and poverty reduction. The key findings can be summarized as follows:

1. Aggressive Strategic Position: Dominance of Opportunities and Strengths

The results from the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices indicate that the county holds an aggressive strategic position (SO). This signifies that internal strengths and external opportunities outweigh weaknesses and threats. In other words, the county possesses the necessary potential and foundation to pursue active growth-oriented development strategies. The main components of this position include:

Core strengths: unique historical and natural attractions, fertile agricultural lands, and significant mineral reserves.

Key opportunities: growing domestic tourism demand, government support policies for less-developed regions, and the county's potential transit location.

This combination creates an ideal foundation for designing strategies that maximize the use of internal strengths to capitalize on available opportunities.

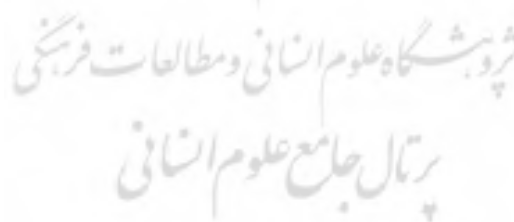
2. Strategy Prioritization Based on QSPM Analysis: From Theory to Practice

The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), by weighting factors and measuring the relative attractiveness of each strategy, provided a more objective output than merely listing strategies. Accordingly, the following strategies were identified as top priorities for the county, with their connection to SWOT factors and rationale for high QSPM scores explained below:

First Strategy: Integrated Development of Ecotourism and Cultural-Historical Tourism
This strategy directly stems from combining the key strength (S1: possessing historical and natural attractions) and key opportunity (O1: growth in domestic and international tourism markets). It also indirectly addresses threats (T) such as dependence on a single-sector economy (agriculture/mining) and seasonal unemployment. This strategy demonstrated the highest strategic attractiveness among options due to its high potential for direct and indirect job creation, foreign currency earnings, diversification of the local economy, and regional identity building.

Second Strategy: Strengthening and Completing the Value Chain in Agricultural and Mining Sectors
This strategy is designed to transform traditional strengths (S2: high-quality agricultural products, S3: mineral reserves) into sustainable competitive advantages. It addresses critical weaknesses (W1: lack of processing and complementary industries, W2: raw material sales) while leveraging opportunities (O2: government support policies, O3: market demand for value-added products). Focusing on value addition not only creates more stable income but also makes the county more resilient to global raw material price fluctuations (a threat T), enhancing its economic and strategic justification.

Third Strategy: Enhancing Critical Infrastructure, Particularly in Transportation and Communications
This is primarily a compensatory strategy (WT) aimed at reducing infrastructural weaknesses (W3: inadequate road network, W4: limited access to high-speed internet). However, its success facilitates the implementation of the previous two strategies and enables the county to fully capitalize on its transit opportunity (O4). Although inherently costly, this strategy was identified as an essential prerequisite for others. Without infrastructure improvement, attracting investment in tourism and processing industries would face significant challenges.





گردشگری و اوقات فراغت

<http://doi.org/10.22133/tlj.2026.542046.1305>

تحلیل شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهرستان میامی)

عبدالنظام جعفری^{*۱}، قاسم پروری نژاد^۲

^۱ دانش‌آموخته دکتری اقتصاد، گروه اقتصاد و حسابداری، دانشکده مدیریت، دانشگاه امام علی (ع)، تهران، ایران.

^۲ استادیار، گروه اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهدی‌شهر، سمنان، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
مقاله پژوهشی	
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۰۴	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۱۰/۱۸	
واژگان کلیدی: توسعه گردشگری شهری برنامه‌ریزی راهبردی تکنیک SWOT شهرستان میامی	این پژوهش با هدف تدوین و اولویت‌بندی راهبردهای عملی برای توسعه پایدار گردشگری در شهرستان میامی، با بهره‌گیری از مدل‌های تحلیلی SWOT و QSPM انجام شد. پژوهش حاضر کاربردی و از نظر روش، توصیفی - تحلیلی است. داده‌های مورد نیاز از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، میدانی، مصاحبه با خبرگان و تکمیل ۵۰ پرسش‌نامه گردآوری شد. جامعه آماری این پژوهش را متخصصان و کارشناسان حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری، همراه با گردشگران بازدیدکننده از شهرستان میامی تشکیل دادند. نمونه‌گیری به روش غیراحتمالی هدفمند و در دسترس برای گروه خبرگان و روش تصادفی ساده برای گردشگران انجام شد. ابزار پژوهش، پرسش‌نامه بود که روایی آن توسط پانل متخصصان و پایایی آن با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (بالای ۷/۰) تأیید شد. بر اساس نتایج ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و خارجی (EFE)، امتیاز نهایی عوامل داخلی ۹۷/۲ و عوامل خارجی ۰۷/۳ به دست آمد که نشان‌دهنده موقعیت راهبردی تهاجمی - رقابتی (SO) برای شهرستان میامی است. اولویت‌بندی نهایی راهبردها با تکنیک QSPM نشان داد که مهم‌ترین راهبردها به ترتیب اولویت عبارت‌اند از: ۱. تنوع‌بخشی و جلب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی در حوزه گردشگری (با امتیاز ۳/۹۷)؛ ۲. گسترش ارتباطات، تبلیغات و برگزاری همایش‌های سراسری برای معرفی ظرفیت‌های میامی (با امتیاز ۳/۵۶)؛ ۳. برگزاری دوره‌های آموزشی برای ارتقای مهارت‌های نیروی انسانی محلی (با امتیاز ۳/۴۳)؛ ۴. ارتقای فرهنگ گردشگرپذیری در بین جوامع محلی (با امتیاز ۳/۴۲). یافته‌ها تأکید می‌کند که توسعه گردشگری در میامی در شرایط حاضر، نیازمند تمرکز بر اجرای راهبردهای اولویت‌دار شناسایی‌شده، به‌ویژه در محورهای تبلیغات، جذب سرمایه و توانمندسازی نیروی انسانی است.
*نویسنده مسئول رایانامه: njafari@semnan.ac.ir	
نحوه استناددهی: جعفری، عبدالنظام، و پروری‌نژاد، قاسم (۱۴۰۵). تحلیل شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهرستان میامی)، گردشگری و اوقات فراغت، ۱۱(۲۱)، ۲۸۹-۳۱۲.	

ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ <https://www.usc.ac.ir>

شاپای الکترونیکی: ۳۸۲۸-۳۷۸۳

صنعت گردشگری در عصر حاضر به عنوان یکی از پویاترین و پردرآمدترین بخش های اقتصاد جهانی شناخته می شود. بر اساس گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC, 2023)، سهم این صنعت در تولید ناخالص داخلی جهان در سال ۲۰۲۲ به ۷/۶ تریلیون دلار رسید که نشان دهنده بازگشت قدرتمند آن پس از دوران همه گیری کووید-۱۹ است و پیش بینی می شود این سهم تا سال ۲۰۳۳ به ۱۵/۵ تریلیون دلار افزایش یابد. این صنعت نه تنها منبع مهم درآمدزایی و اشتغالزایی است، بلکه به عنوان ابزاری کارآمد برای تقویت مبادلات فرهنگی، حفظ میراث طبیعی و تاریخی و توسعه متوازن مناطق عمل می کند (UNWTO, 2022). در کشورهای در حال توسعه، گردشگری اغلب به عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی و محلی در نظر گرفته می شود و می تواند با ایجاد فرصت های شغلی متنوع، کاهش نابرابری های منطقه ای و کمک به تنوع بخشی به اقتصادهای تک محصولی، نقش بسزایی در دستیابی به اهداف توسعه پایدار ایفا کند (Webster, 2017). در ایران نیز با وجود برخورداری از جاذبه های متنوع طبیعی، تاریخی و فرهنگی، صنعت گردشگری تاکنون نتوانسته است سهم بسزایی در اقتصاد ملی به دست آورد. با این حال، تحولات اخیر در سیاست گذاری های کلان، حاکی از برنامه ریزی دقیق تر برای توسعه این بخش و بهره گیری از ظرفیت های بکر آن است (تقوایی و زنگنه، ۱۳۹۱). در این میان، شهرهای کوچک و میانی ایران به دلیل برخورداری از جاذبه های خاص و کمتر بهره برداری شده، ظرفیت مناسبی برای توسعه گونه های مختلف گردشگری از جمله گردشگری فرهنگی، طبیعی و روستایی دارند. این شهرها اغلب از فشارهای زیست محیطی و ترافیکی کلان شهرها به دور هستند و می توانند تجربه ای اصیل و آرامش بخش را برای گردشگران فراهم آورند. توسعه گردشگری در این شهرها نه تنها موجب رونق اقتصادی می شود، بلکه می تواند به حفظ جمعیت، کاهش مهاجرت به کلان شهرها و احیای میراث فرهنگی و طبیعی منجر شود (عابدی آبش و همکاران، ۱۴۰۲).

شهرستان میامی، واقع در شرق استان سمنان، به عنوان یکی از این مناطق با قابلیت های بالا اما کمتر توسعه یافته، در این پژوهش مورد توجه قرار گرفته است. این شهرستان با مساحت ۸۳۵۶ کیلومتر مربع و جمعیتی بالغ بر ۳۸۷۱۸ نفر بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵، در دامنه جنوبی رشته کوه های البرز شرقی واقع شده و از موقعیت جغرافیایی ویژه ای به عنوان گذرگاه اصلی زائران مشهد و محور ارتباطی شمال به جنوب کشور برخوردار است. شهرستان میامی شامل ۵۷ آبادی دارای سکنه و ۲۲۶ آبادی خالی از سکنه است. شهرستان میامی در تاریخ ۱۳۹۰/۶/۶ با تصویب هیئت دولت بخش میامی به شهرستان میامی ارتقا یافت و به مرکزیت شهر میامی از ترکیب بخش مرکزی به مرکزیت شهر میامی شامل دهستان های کلاته های شرقی، میامی و فرومد و بخش کالپوش به مرکزیت روستای رضوان شامل دهستان های رضوان و نردین در تابعیت استان سمنان ایجاد شد (سالنامه آماری استان سمنان، ۱۴۰۰). از نظر جاذبه های گردشگری، شهرستان میامی دارای ۴۵ اثر ثبت شده در فهرست میراث ملی است که از جمله آن ها می توان به کاروانسرای شاه عباسی میامی (بزرگ ترین کاروانسرای ایران)، منطقه حفاظت شده خوش ییلاق، دشت شقایق کالپوش و غارهای طبیعی متعدد اشاره کرد. با وجود این ظرفیت های منحصر به فرد، شواهد آماری نشان می دهد که از این توانمندی ها به طور کامل بهره برداری نشده اند. بر اساس داده های استانداری سمنان (۱۴۰۲)، میانگین اقامت گردشگران در این شهرستان کمتر از سه ساعت است که عمدتاً به توقف های کوتاه مدت برای استراحت و خرید محدود می شود. همچنین نرخ بیکاری در بخش خدمات بالاست و سهم گردشگری از اشتغال پایین تر از حد انتظار گزارش شده است. مهم ترین چالش های پیش روی توسعه گردشگری در شهرستان میامی شامل کمبود زیرساخت های اقامتی و پذیرایی مدرن، نبود مدیریت یکپارچه و برنامه راهبردی مدون، ضعف در معرفی و برندینگ جاذبه ها و کمبود نیروی انسانی متخصص است. بر این اساس، هدف اصلی این پژوهش تعیین و اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری شهرستان میامی و ارائه پیشنهاد های عملیاتی برای اجرای راهبردهای اولویت دار در این منطقه است.

با وجود آن که مطالعات پیشین به خوبی بر وجود قابلیت های گردشگری در شهرستان میامی و لزوم توجه به آن صحه گذاشته اند، خلأ پژوهشی و نوآوری های مطالعه حاضر را می توان در چند محور اصلی زیر خلاصه کرد:

۱. اولویت‌بندی کمی راهبردها: نقطه تمایز اصلی این پژوهش با تحقیقات مشابه، به‌کارگیری تلفیق مدل کیفی SWOT¹ با تکنیک کمی QSPM² است. این رویکرد ترکیبی، خروجی پژوهش را از ارائه فهرستی کلی از راهبردها فراتر برده و آن را به اولویت‌بندی عددی و دقیق راهبردها بر مبنای «جذابیت راهبردی» رسانده است؛
۲. تعیین موقعیت راهبردی دقیق شهرستان میامی از طریق محاسبه و تحلیل وزنی عوامل داخلی و خارجی است. این تحلیل کمی، موقعیت منطقه را در ماتریس فضای داخلی - خارجی به‌طور دقیق در ناحیه راهبردهای تهاجمی - رقابتی (SO) مشخص می‌کند و به‌جای اتکا بر برداشت‌های کیفی، مبنایی علمی و مستحکم برای تدوین راهبردها فراهم می‌آورد؛
۳. ارائه چهارچوبی تعمیم‌پذیر: اگرچه مطالعه موردی این پژوهش شهرستان میامی است؛ چهارچوب روش‌شناختی ارائه‌شده (شامل مراحل شناسایی، وزن‌دهی، تدوین و اولویت‌بندی راهبردها (به‌عنوان الگوی منعطف و کاربردی، قابلیت تعمیم به سایر شهرهای میانی ایران را دارد؛ شهرهایی که از پتانسیل‌های گردشگری برخوردارند، اما با چالش‌هایی همچون کمبود زیرساخت و ضعف مدیریت یکپارچه مواجه‌اند. ازاین‌رو، این پژوهش علاوه بر پرداختن به مسئله‌ای بومی، به غنای ادبیات برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری در مقیاس محلی نیز کمک می‌کند.

مبنای پژوهش

گذار از گردشگری انبوه به گردشگری پایدار

مفهوم گردشگری پایدار، به‌عنوان پارادایمی مسلط در ادبیات توسعه، پاسخی به چالش‌ها و پیامدهای منفی گردشگری انبوه است. گردشگری انبوه، که در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ رونق گرفت، اگرچه در کوتاه‌مدت منافع اقتصادی به همراه داشت، در بلندمدت به تخریب محیط‌زیست، فرسایش فرهنگی و وابستگی اقتصادی شدید در بسیاری از مقاصد گردشگری انجامید (Webster, 2017). در واکنش به این مسائل، مفهوم «توسعه پایدار»، که توسط کمیسیون برانتلند در سال ۱۹۸۷ معرفی شد، به عرصه گردشگری نیز راه یافت. بر اساس این تعریف، توسعه پایدار گردشگری به معنای برآوردن نیازهای گردشگران حاضر و جامعه میزبان، حفاظت از فرصت‌ها برای آینده، و مدیریت تمامی منابع به‌گونه‌ای است که نیازهای اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی برآورده شود؛ درحالی‌که یکپارچگی فرهنگی، فرایندهای اکولوژیکی، تنوع زیستی و نظام‌های پشتیبان زندگی حفظ می‌شود (UNWTO, 2022).

گردشگری پایدار بر سه رکن اصلی استوار است:

۱. پایداری اقتصادی: به معنای تضمین حیات اقتصادی بلندمدت فعالیت‌های گردشگری، ایجاد اشتغال پایدار و باکیفیت، و توزیع عادلانه منافع حاصل از گردشگری در میان ذی‌نفعان مختلف، به‌ویژه جامعه محلی است؛
۲. پایداری اجتماعی - فرهنگی: بر احترام به فرهنگ‌های میزبان، حفظ میراث فرهنگی محسوس و نامحسوس، تقویت درک متقابل فرهنگی، و تضمین مشارکت معنادار جامعه محلی در فرایندهای تصمیم‌گیری مرتبط با گردشگری تأکید دارد؛
۳. پایداری زیست‌محیطی: بر حفاظت از منابع طبیعی، بهره‌برداری بهینه از منابع، مدیریت پسماند و کاهش ردپای کربن در صنعت گردشگری تمرکز دارد (Huang et al., 2021).

گردشگری به عنوان محرک توسعه در شهرهای کوچک

شهرهای کوچک اغلب در حاشیه برنامه‌ریزی‌های کلان توسعه قرار می‌گیرند. بااین‌حال، این شهرها می‌توانند با بهره‌گیری از مزیت‌های رقابتی خود، یعنی «اصالت»، «آرامش» و «دسترسی به طبیعت»، به مقاصد جذاب برای گردشگرانی تبدیل شوند که از یک‌نواختی و شلوغی

¹. Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats (SWOT)

². Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

کلان‌شهرها گریزان‌اند (Hernandez Matorel, 2025). توسعه گردشگری در این بافت‌ها می‌تواند به تنوع‌بخشی اقتصاد محلی کمک کرده و وابستگی به صنعتی واحد را کاهش دهد. افزون‌براین، با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، مهاجرت معکوس را تشویق کرده و از فرسودگی اجتماعی جلوگیری می‌کند. همچنین توسعه گردشگری می‌تواند با تقویت حس غرور محلی و احیای هویت فرهنگی و از طریق ایجاد انگیزه‌های مالی برای حفاظت، به حفظ و باززنده‌سازی میراث فرهنگی و طبیعی منجر شود (Guibert & Reau, 2023).

برای آن‌که گردشگری به محرکی موفق در فرایند توسعه تبدیل شود، وجود بسترها و الزامات مشخصی ضروری است؛ چراکه در غیاب این شرایط، گردشگری به عاملی برای تخریب یا ایجاد تنش‌های اجتماعی و محیطی بدل می‌شود. در این راستا، توسعه گردشگری باید با رویکردی از پایین به بالا و با رهبری نهادهای محلی، از جمله شهرداری‌ها، شوراهای شهر و انجمن‌های محلی، پیش رود تا با خواست‌ها و نیازهای واقعی جامعه میزبان هم‌راستا باشد. نقش دولت مرکزی در این فرایند، بیش از آن‌که مداخله مستقیم و تحمیل الگوهای بالا به پایین باشد، باید به تسهیل‌گری، استانداردسازی و تأمین منابع و زیرساخت‌های لازم معطوف شود (Borges et al., 2014). موفقیت گردشگری در گرو مشارکت فراگیر جامعه محلی است؛ به‌گونه‌ای که منافع حاصل از آن به‌شکلی عادلانه میان اعضای جامعه توزیع شود. در این زمینه، الگوهایی مانند گردشگری جامعه‌محور (CBT) یا تعاونی‌های گردشگری می‌توانند با تضمین نقش‌آفرینی فعال جامعه بومی، از به حاشیه راندن آن در برابر سرمایه‌های خارجی جلوگیری کرده و توسعه‌ای پایدار و متوازن را رقم بزنند (Guibert & Reau, 2023). توسعه زیرساخت‌های پایه نیز از جمله عوامل مؤثر در موفقیت گردشگری به شمار می‌رود؛ به‌طوری‌که در صورت دسترسی به زیرساخت‌هایی مانند جاده، اینترنت، حمل‌ونقل و خدمات پایه‌ای شامل آب آشامیدنی، بهداشت و امنیت، حتی در غیاب گردشگر نیز کیفیت زندگی ساکنان ارتقا می‌یابد. روشن است که یک شهر کوچک نمی‌تواند با مقاصد بزرگ و شناخته‌شده رقابت کند؛ بنابراین از طریق برندینگ و بازاریابی هوشمند باید بر تخصصی‌سازی و ایجاد یک برند منحصر به فرد (مثلاً پایتخت گیاهان دارویی، قطب مذهبی یا درمانی و...) تمرکز شود. در نتیجه، بازاریابی باید به جذب گردشگران خاص و باکیفیت معطوف باشد، نه کمیت انبوه (Pike, 2017). به‌طورکلی، توسعه موفق گردشگری در شهرهای کوچک مستلزم گذار از رویکردی متمرکز و یک‌سویه به سمت رویکردی مشارکتی و شبکه‌ای است که در آن تمام ذی‌نفعان، شامل بخش دولتی، بخش خصوصی و جامعه محلی، در فرایند برنامه‌ریزی و بهره‌برداری مشارکت فعال داشته باشند (Jamal & Higham, 2021).

برای شهرستان میامی، این چهارچوب نظری چندین پیام عملی دارد. نخست اینکه توسعه گردشگری نباید به‌عنوان یک طرح سریع درآمدزایی، بلکه به‌منزله پروژه‌ای بلندمدت در نظر گرفته شود. ضمن اینکه راهبرد میامی باید بر پایه شناسایی و تقویت مزیت‌های مطلق و منحصر به فردش (مانند موقعیت ترانزیتی، جاذبه‌های زمین‌شناسی و فرهنگ اصیل روستایی) بنا شود؛ نه تقلید صرف از مدل‌های دیگر مقاصد.

برنامه‌ریزی راهبردی: چهارچوبی برای عمل

برنامه‌ریزی راهبردی به‌عنوان چهارچوب منطقی و آینده‌نگر، ابزاری ضروری برای هدایت توسعه گردشگری به‌سوی پایداری محسوب می‌شود. این نوع برنامه‌ریزی بر درک نظام‌مند از محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) استوار است و به‌جای واکنش منفعلانه به تغییرات، در پی شکل‌دهی فعالانه به آینده است (Wheelen et al., 2022). مدل SWOT یکی از رایج‌ترین و کاربردی‌ترین ابزارها در مراحل اولیه برنامه‌ریزی راهبردی به شمار می‌آید. این مدل با ارائه تحلیلی ساختاریافته، به تصمیم‌گیرندگان کمک می‌کند تا منابع و محدودیت‌های خود را در بستر محیط کلان شناسایی کنند. بااین‌حال، یکی از محدودیت‌های سنتی تحلیل SWOT، ذهنی بودن آن و ناتوانی در اولویت‌بندی راهبردهاست برای رفع این ضعف، تکنیک QSPM توسعه‌یافته است. این تکنیک با وزن‌دهی به عوامل راهبردی و ارزیابی میزان جذابیت هر راهبرد، امکان اولویت‌بندی کمی و عینی راهبردها را فراهم می‌کند و به تصمیم‌گیرندگان نشان می‌دهد کدام راهبرد از بیشترین جذابیت راهبردی برخوردار است (David et al., 2023). ترکیب این دو تکنیک (SWOT-QSPM) چهارچوبی تحلیلی و قدرتمند ایجاد می‌کند که از یک‌سو دارای جامعیت تحلیلی است و از سوی دیگر، تصمیم‌گیرندگان را در انتخاب مؤثرترین راهبردها یاری می‌دهد. این

چهارچوب، به‌ویژه برای مناطق در حال توسعه‌ای مانند شهرستان میامی که با محدودیت منابع مواجه‌اند، اهمیت حیاتی دارد؛ زیرا تضمین می‌کند منابع محدود در مسیر راهبردهایی با بیشترین بازده و اثرگذاری سرمایه‌گذاری شوند (Reihanian et al., 2022). با تلفیق مباحث پیش‌گفته، چهارچوب نظری این پژوهش بر این اصل استوار است که توسعه پایدار گردشگری در شهرستانی کوچک مانند میامی، مستلزم تدوین برنامه‌ای راهبردی است که بر پایه تحلیلی واقع‌بینانه از قابلیت‌های داخلی و فرصت‌های خارجی شکل گرفته و راهبردهای آن به‌صورت کمی اولویت‌بندی شده باشند. این پژوهش با به‌کارگیری مدل تلفیقی SWOT-QSPM، در پی پر کردن شکاف میان شناسایی مسائل و ارائه راهکارهای عملیاتی اولویت‌دار است. این چهارچوب تحلیلی نه تنها برای شهرستان میامی، بلکه برای سایر شهرهای کوچک و میانی ایران، که در مسیر توسعه گردشگری پایدار قرار دارند نیز قابلیت تعمیم و بهره‌برداری دارد.

پیشینه پژوهش

این بخش به مرور نظام‌مند مطالعات پیشین در سه حوزه کلیدی مرتبط با پژوهش حاضر می‌پردازد: (۱) پژوهش‌های مرتبط با برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری؛ (۲) مطالعات متمرکز بر توسعه گردشگری در شهرهای کوچک و میانی؛ و (۳) تحقیقات انجام‌شده در زمینه گردشگری شهرستان میامی. هدف از این مرور، تحلیل رویکردها، روش‌ها و یافته‌های این مطالعات، شناسایی نقاط قوت و کاستی‌های آن‌ها و در نهایت تبیین شکاف پژوهشی است که پژوهش حاضر در پی پر کردن آن است.

دسته‌بندی اول: مطالعات برنامه‌ریزی راهبردی در گردشگری

عباسی و حسینی (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای، راهکارهای توسعه گردشگری در ایران را بررسی کردند. نتایج این مطالعه، که با استفاده از روش ترکیبی SWOT و QSPM انجام شد، نشان داد که به‌طور کلی، مشارکت مردم محلی در برنامه‌های گردشگری با رویکرد بهره‌مندی از منافع گردشگری و همچنین حمایت از برنامه‌های توسعه، مهم‌ترین راهکار حمایت از گردشگری در ایران به‌منظور افزایش اشتغال‌زایی و ارتقای کیفیت و رفاه زندگی مردم بوده است. همچنین تنوع فرهنگی به‌عنوان مهم‌ترین مزیت رقابتی برای جذب گردشگران شناخته می‌شود.

نوری و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی درخصوص بررسی توانمندی‌ها و تنگناهای توسعه گردشگری شهرستان لنجان با استفاده از روش SWOT نتیجه گرفتند که معیارهای «غناي جاذبه‌های اکوتوریستی» با وزن ۰/۴۹۲، «روستاهای تاریخی و امکان توسعه فعالیت‌های بومگردی» با وزن ۰/۴۴۸ و «میراث ملموس و ناملموس تاریخی - فرهنگی ثبت ملی» با وزن ۰/۳۳۰ مهم‌ترین توانمندی‌های گردشگری منطقه به‌شمار می‌رود. معیارهای «کمبود امکانات رفاهی و خدمات اقامتی در برخی جاذبه‌های تاریخی - فرهنگی» و «آسیب‌دیدگی اکوسیستم» به‌عنوان جدی‌ترین تنگناهای گردشگری شناخته شده است. بر اساس نتایج مدل، ده نقطه قوت و فرصت با امتیاز نهایی ۳/۵۳ به‌عنوان مزیت‌ها و هشت نقطه ضعف و تهدید با امتیاز نهایی ۳/۲۰ به‌عنوان محدودیت‌های مؤثر در توسعه گردشگری شهرستان مشخص شد.

یزدان‌پناه و بسته‌نگار (۱۴۰۴) در کاری تحقیقی، به اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری کشاورزی در گلخانه‌های پرورش گل منطقه پاکدشت پرداختند. نتایج حاصله بر مبنای تحلیل SWOT نشان داد که مهم‌ترین راهبرد برای توسعه گردشگری کشاورزی در این منطقه، تقویت و افزایش امکانات و زیرساخت‌های گردشگری با اهمیت ملی و بین‌المللی بوده و در تحلیل SOAR^۱، مهم‌ترین راهبرد، برنامه‌ریزی برای گسترش و افتتاح نمایشگاه‌های مجهزتر و پیشرفته گل‌وگیاه به‌منظور جذب گردشگر و اشتغال‌زایی برای مردم محلی است.

^۱. Strengths, Opportunities, Aspirations, and Results

فان^۱ و همکاران (۲۰۲۳) پژوهشی درخصوص شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری با استفاده از SWOT و QSPM در کوه چانگبای واقع در چین انجام دادند. نتایج نشان داد که وجود ویژگی‌های طبیعی زیبا با مناظر متمایز مهم‌ترین نقطه قوت است. همچنین ناکافی بودن امکانات رفاهی و ضعف زیرساخت‌ها مهم‌ترین نقطه ضعف است. نتایج نشان داد که استفاده از پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی و راهبردی و ایجاد سازوکار مناسب به‌منظور سرمایه‌گذاری بخش دولتی و خصوصی برای بهبود شرایط بسیار اثرگذار است.

موزواردی و سیمبولون^۲ (۲۰۲۴) در پژوهش خود با هدف توسعه گردشگری در منطقه بینتان کشور اندونزی با استفاده از تحلیل SWOT نتیجه گرفتند که عامل سیاسی از طریق سیاست‌ها و مقررات دولتی بر صنعت گردشگری آن منطقه تأثیر می‌گذارد؛ درحالی‌که عامل اقتصادی از طریق سرمایه‌گذاری و ایجاد درآمد، به رشد گردشگری منجر می‌شود. همچنین عامل اجتماعی از طریق تعامل و مشارکت جامعه به توسعه پایدار گردشگری کمک می‌کند؛ درحالی‌که عامل فناوری، دسترسی را از طریق فناوری تلفن همراه و آژانس‌های مسافرتی آنلاین افزایش می‌دهد. ضمن این‌که زیرساخت‌ها و امکانات منطقه‌ای نیز باید قابلیت رقابت با سایر مناطق گردشگری را داشته باشد.

رجبی و جعفرپور^۳ (۲۰۲۴) در کاری تحقیقی، با استفاده از مدل SWOT، ضمن ارزیابی جایگاه گردشگری خلیج فارس در برابر رقبای منطقه‌ای، به شناسایی دارایی‌ها و شایستگی‌های گردشگری جزیره فارسی پرداختند. آن‌ها نتیجه گرفتند که تأثیر برجسته عوامل کلان، ازجمله مدیریت کلان ملی، سیاست خارجی دولت و تحریم‌های بین‌المللی، به‌عنوان عوامل تعیین‌کننده قوی در چشم‌انداز گردشگری جزیره فارسی مطرح بوده و عواملی مانند تخصیص ناکافی بودجه و به حاشیه راندن بخش گردشگری در داخل کشور، در شکل‌گیری مسیر گردشگری منطقه خلیج فارس نقش‌های محوری ایفا می‌کنند.

سوسانتو^۴ و همکاران (۲۰۲۵) در پژوهشی که با استفاده از مدل SWOT در کشور اندونزی انجام شد، به این نتیجه رسیدند که با بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند گردشگری، تقویت مشارکت‌های پایدار دولتی-خصوصی و همچنین به‌کارگیری مدل‌های نوآورانه تأمین مالی، می‌توان دارایی‌های عمومی را به مقاصد گردشگری در سطح جهانی مبدل کرد. منظور از دارایی‌های عمومی، پارک‌های شهری، بناهای تاریخی و مناطق ساحلی است که دارای پتانسیل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیار بالایی هستند. بااین‌حال، نگهداری ضعیف زیرساخت‌ها، اجرای ناکافی مقررات و حاکمیت پراکنده، مانع بهره‌برداری مؤثر از آن‌ها شده است.

دسته‌بندی دوم: توسعه گردشگری در شهرهای کوچک و میانی

عابدی آبش و همکاران (۱۴۰۲) با بررسی نقش گردشگری مناطق آزاد بر توسعه شهرهای میانی و کوچک در یک مطالعه پژوهشی نتیجه گرفتند که زیرساخت راه و ارتباطات، دسترسی به آب، دسترسی به اقامتگاه‌ها و مهمان‌خانه‌ها، زیرساخت گاز، دسترسی به امکانات ورزشی، دسترسی به خدمات غذا و تغذیه، دسترسی به امکانات مناسب ارتباطی، برپایی نمایشگاه‌ها، دسترسی به امکانات مناسب برای اوقات فراغت، حمل‌ونقل مناسب زمینی و حمل‌ونقل درون‌شهری، اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب به‌ترتیب دارای بالاترین رتبه اثرگذار بر گردشگری مناطق

1. Fan

2. Muzwardi & Simbolon

3. Rajabi & Jafarpour

4. Susanto

کوچک و میانی هستند. جامعه آماری این پژوهش ۷۵ نفر از ساکنان مناطق پیرامونی و مسئولان و کارشناسان شهری بوده‌اند که به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون ویتنی من^۱ و ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده است.

افشاری و همکاران (۱۴۰۳) در کاری تحقیقی مبتنی بر توسعه گردشگری جامعه‌محور در نواحی روستایی استان مرکزی نتیجه گرفتند که مهم‌ترین عامل برای توسعه فعالیت گردشگری، مؤلفه‌های مدیریتی و ساختاری است؛ چراکه با مدیریت صحیح و اصولی، از یک طرف می‌توان جامعه محلی را برای پذیرش گردشگران آموزش داد و از سوی دیگر، با مهیا کردن زیرساخت مناسب در منطقه می‌توان زمینه را برای حضور گردشگران فراهم کرد.

شدینو و همکاران (2019) در پژوهش خود، بهبود گردشگری زیست‌محیطی بر اساس اصول توسعه اقتصادی پایدار نتیجه گرفتند که طی دهه‌های اخیر هم میزان عرضه و هم تقاضای اکوتوریسم به میزان شایان توجهی افزایش یافته است. در عین حال، اکوتوریسم به عنوان شکل ویژه توسعه گردشگری، به منزله ابزاری برای دستیابی به توسعه پایدار در مناطق مقصد، به طور فزاینده‌ای شناخته و مشروعیت یافته است.

عبدالملکی^۳ و همکاران (2024) در مطالعه‌ای درباره عوامل و موانع مرتبط با توسعه گردشگری در شهرهای کوچک با مطالعه موردی شهرستان دلیران در استان کردستان، نتیجه‌گیری شد که در صورت نبود شرایط محیطی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و زیرساختی، فعالیت‌های گردشگری به نتایج مثبت مدنظر دست نخواهند یافت. در این مطالعه، از رویکرد ترکیبی (کمی و کیفی) با استفاده از پرسش‌نامه‌ای با مقیاس لیکرت برای جمع‌آوری داده‌ها بهره گرفته شد و برای تحلیل داده‌ها نیز از مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل مربعات جزئی استفاده شد.

دسته‌بندی سوم: پژوهش‌های پیشین در حوزه شهرستان میامی

کامیابی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای، سطوح پایداری گردشگری در روستاهای شهرستان میامی را در ابعاد محیطی، اجتماعی و اقتصادی بررسی کرد. بر اساس نتایج حاصله، ابعاد و شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی توسعه دارای سطح پایداری بالاتری به نسبت سطح پایداری محیطی در روستاهای شهرستان میامی بوده و بیانگر شکننده بودن محیط‌ها و جاذبه‌های طبیعی در این روستاها بوده است. همچنین در این مطالعه، راهبردهایی به منظور توسعه گردشگری در قالب الگوهای آزمون شده در سطح جهانی ارائه شده است.

شفیعی ثابت و اکرمی (۱۴۰۲) در پژوهشی به بررسی اثرگذاری توانمندسازی مشارکت زنان روستایی بر توسعه گردشگری روستایی شهرستان شاهرود و میامی پرداختند. آن‌ها در این پژوهش، الگوهای توانمندسازی مؤثر در ادراک سازگار زنان را، که در توسعه گردشگری روستایی و دگرگون‌سازی فضایی سکونتگاه‌های روستایی نقش داشته‌اند، بررسی کرده و نتیجه گرفتند که بین توانمندسازی ساختاری با نقش میانجی ادراک سازگار زنان و مشارکتشان در طرح‌های توسعه گردشگری و دگرگونی فضایی سکونتگاه‌های روستایی، رابطه میانجی و غیرمستقیم وجود دارد.

مرور تحلیلی مطالعات پیشین در سه حوزه فوق، به وضوح نشان می‌دهد که در حوزه روش‌شناسی، استفاده از روش ترکیبی SWOT و QSPM یکی از ابزارهای کاربردی در مطالعات گردشگری و شناسایی راهبردها و اولویت‌بندی آن‌هاست. در حوزه مقیاس نیز، نیاز به مطالعاتی که نظریه‌های توسعه گردشگری در شهرهای کوچک را به برنامه‌های عملیاتی در سطح یک شهرستان خاص (مانند میامی) تبدیل کنند، به عنوان خلأ احساس می‌شود. همچنین در حوزه مطالعات میامی، فقدان یک برنامه راهبردی جامع و اولویت‌بندی شده، که هم به قوت‌ها و ضعف‌های

1. Mann-Whitney U test

2. Shedenov

3. Abdolmaleki

داخلی و هم به فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی بپردازد، مشهود است. بنابراین، ضرورت و نوآوری پژوهش حاضر در آن است که با تلفیق مدل SWOT و تکنیک QSPM به عنوان یک روش پرکاربرد، درصدد پر کردن این دو شکاف به صورت هم‌زمان برآمده و یک سند راهبردی عملیاتی و کمی برای توسعه پایدار گردشگری در شهرستان میامی ارائه دهد.

روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش گردآوری داده‌ها، توصیفی - تحلیلی است. طرح تحقیق به این صورت بود که در مرحله اول، عوامل داخلی و خارجی مؤثر در توسعه گردشگری شهرستان میامی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان شناسایی شد. در مرحله دوم، این عوامل در قالب پرسش‌نامه در اختیار جامعه آماری قرار گرفت تا وزن و امتیاز هر عامل مشخص شود. در نهایت، با استفاده از خروجی‌های کمی، راهبردها تدوین و اولویت‌بندی شدند. جامعه آماری این پژوهش از سه گروه اصلی به تعداد ۵۰ نفر تشکیل شده است. از این جامعه آماری، تعداد ۲۰ نفر شامل استادان دانشگاه در رشته‌های جغرافیا، برنامه‌ریزی گردشگری و مدیریت، کارشناسان ارشد سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سمنان و شهرستان میامی، و مدیران هتل‌ها و دفاتر خدمات مسافرتی، تعداد ۱۰ نفر اعضای شورای اسلامی شهر میامی و رؤسای ادارات مرتبط و تعداد ۲۰ نفر نیز گردشگرانی بودند که دست‌کم یک شب در شهرستان میامی اقامت داشتند یا از بیش از یک جاذبه گردشگری بازدید کرده بودند. اگرچه حجم نمونه مذکور در مقایسه با پژوهش‌های پیمایشی کلان ممکن است محدود به نظر برسد؛ این حجم برای مطالعات موردی با رویکرد راهبردی که هدفش گردآوری داده‌های عمیق و کیفی از خبرگان کلیدی است، قابل قبول و در مطالعات مشابه مرسوم است. برای انتخاب نمونه از گروه‌های خبرگان و مسئولان، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدفمند استفاده شد تا افرادی انتخاب شوند که دارای بیشترین دانش و تجربه در زمینه موضوع تحقیق باشند. برای گروه گردشگران، از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده در مکان‌های پرتدد گردشگری (مانند کاروانسرای شاه‌عباسی و مجتمع‌های اقامتی) استفاده شد. حجم نمونه این پژوهش ۵۰ نفر بود. با توجه به ماهیت کیفی - تحلیلی بخش عمده تحقیق (که بر نظر خبرگان متکی است) و تمرکز بر یک مورد مطالعه خاص (شهرستان میامی)، این حجم نمونه برای اهداف تحلیلی حاضر کافی تلقی می‌شود. با این حال، محدودیت مربوط به تعمیم‌پذیری یافته‌ها به دلیل کوچک بودن حجم نمونه در بخش نتیجه‌گیری بررسی خواهد شد.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسش‌نامه محقق‌ساخته با ۳۴ سؤال بود که در دو بخش طراحی شد. بخش اول، اطلاعات دموگرافیک پاسخ‌دهندگان و بخش دوم، پرسش‌نامه ارزیابی عوامل داخلی و خارجی شامل ۳۴ عامل (۱۸ سؤال برای عوامل داخلی: ۹ نقطه‌قوت و ۹ نقطه‌ضعف؛ ۱۶ سؤال برای عوامل خارجی: ۸ فرصت و ۸ تهدید) بود که از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه با خبرگان شناسایی شده بودند. مقیاس رتبه‌بندی عوامل نیز بر مبنای طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت صورت پذیرفت. روایی پرسش‌نامه به صورت محتوای خبرگان شناسایی شده استادان دانشگاه و متخصصان حوزه گردشگری بررسی و نظرات آنان درباره شفافیت، جامعیت و مرتبط بودن سؤالات اعمال شد. روایی پرسش‌نامه به صورت صوری نیز از طریق مطالعه‌ای مقدماتی با ده نفر از جامعه آماری بررسی و تأیید شد. پایایی (قابلیت اعتماد) پرسش‌نامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. این ضریب برای بخش عوامل داخلی ۰/۸۲ و برای بخش عوامل خارجی ۰/۷۹ به دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مطلوب و قابل قبول ابزار تحقیق است.

یافته‌های پژوهش

تحلیل داده‌ها در سه مرحله و با الهام از روش‌شناسی استاندارد تحلیل راهبردی در مطالعات برنامه‌ریزی گردشگری انجام شد (David et al., 2023).

شناسایی اولیه عوامل کلیدی و وزن‌دهی و رتبه‌بندی آن‌ها (تحلیل SWOT):

فهرست اولیه عوامل در قالب نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها از طریق مطالعات گسترده کتابخانه‌ای (شامل پایان‌نامه‌ها، مقالات علمی و اسناد بالادستی مانند طرح جامع گردشگری استان سمنان) و همچنین بازدیدهای میدانی از نقاط شاخص شهرستان (مانند سد کالپوش، غارهای بخش کالپوش، بافت‌های تاریخی و روستایی) استخراج شد. منطق انتخاب هر عامل، ارتباط مستقیم و مؤثر آن با صنعت گردشگری منطقه بود. برای مثال، عامل «سد کالپوش و پرندگان مهاجر» به دلیل پتانسیل بالای آن برای توسعه گردشگری طبیعت‌گردی و پرندنگری به عنوان قوت در نظر گرفته شد یا عامل «نبود پوشش بیمه‌ای برای سازندگان صنایع دستی» به دلیل نقش حیاتی این صنایع در جذب گردشگر فرهنگی و آسیب‌پذیری اقتصادی فعالان این حوزه، که به پایداری گردشگری لطمه می‌زند، به عنوان ضعفی کلیدی شناسایی شد. پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، داده‌های خام در محیط نرم‌افزار اکسل سازمان‌دهی شد. برای هریک از عوامل داخلی و خارجی شناسایی شده، دو شاخص اصلی محاسبه شد:

میانگین وزن (ضریب اهمیت): میانگین اعداد تخصیص یافته از سوی پاسخ‌دهندگان به هر عامل (در مقیاس ۰ تا ۱) محاسبه شد. این وزن نشان‌دهنده میزان اهمیت نسبی هر عامل در مقایسه با سایر عوامل در همان گروه (داخلی یا خارجی) بود. میانگین رتبه (امتیاز): میانگین امتیازات داده شده به هر عامل بر اساس مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای (۱ تا ۵) محاسبه شد. این امتیاز، وضعیت فعلی منطقه را از نظر آن عامل مشخص می‌کرد. سپس امتیاز نهایی هر عامل از حاصل ضرب «میانگین وزن» در «میانگین رتبه» آن عامل به دست آمد. این امتیاز نهایی، مبنای اصلی تمام تحلیل‌های بعدی قرار گرفت.

تشکیل ماتریس‌های ارزیابی راهبردی

فهرست اولیه از طریق نمونه‌گیری هدفمند در اختیار پانزده نفر از خبرگان حوزه گردشگری (شامل مدیران سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان، استادان دانشگاهی در رشته‌های جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، فعالان بخش خصوصی و کارآفرینان حوزه گردشگری در شهرستان) که دارای سابقه علمی یا اجرایی حداقل ده سال به بالا بوده‌اند، قرار گرفت (Etikan et al., 2016). نظر خبرگان درباره مرتبط بودن و اهمیت هر عامل اخذ شد و فهرست نهایی عوامل پس از اعمال نظرات آنان تدوین شد و ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی به شرح زیر تنظیم شد:

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی^۱ (IFE): در این گام، نقاط قوت و ضعف شناسایی شده و در مرحله ارزیابی محیط درونی در ستون‌های ماتریس نقاط ضعف و نقاط قوت قرار می‌گیرند.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی^۲ (EFE): در این مرحله، فرصت‌ها و تهدیدهای شناسایی شده و در مرحله ارزیابی محیط بیرونی در سطرهای ماتریس فرصت‌ها و تهدیدها قرار می‌گیرند. در این مرحله، تحلیل‌های انجام‌شده در مرحله تحلیل، در تهیه ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی استفاده می‌شود. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی از فهرست کردن نقاط قوت و ضعف محیط داخلی سیستم تهیه می‌شود و امتیاز نهایی هر عامل از ضرب وزن هر عامل در رتبه آن عامل به دست می‌آید.

وزن عامل عددی است که برحسب درجه اثرگذاری آن بر سیستم، بین صفر تا یک تعیین می‌شود؛ به گونه‌ای که در نهایت مجموع وزن‌های عوامل داخلی برابر با ۱ باشد. رتبه عددی است بین ۱ تا ۴ که برحسب مثبت یا منفی بودن آن عامل در سیستم به آن اختصاص داده می‌شود؛ به طوری که نقاط ضعف رتبه‌ای بین ۱ تا ۲ و نقاط قوت رتبه‌ای بین ۲ تا ۴ دریافت می‌کنند. امتیاز نهایی هر عامل از حاصل ضرب وزن در رتبه به دست می‌آید.

¹. Internal Factor Evaluation

². External Factor Evaluation matrix

جمع نمره نهایی بین ۱ تا ۹۹/۱ نشان دهنده ضعف داخلی است. نمره‌های بین ۲ تا ۹۹/۲ بیانگر وضعیت متوسط سیستم بوده و نمره‌های بین ۳ تا ۴ نشان می‌دهد که سیستم در وضعیت عالی قرار دارد.

تدوین و اولویت‌بندی نهایی راهبردها با تکنیک QSPM

برای اولویت‌بندی راهبردها از ماتریس برنامه‌ریزی کمی راهبرد (QSPM) استفاده شد. در این راستا، ابتدا با به‌کارگیری ماتریس‌های ارزیابی داخلی و خارجی، موقعیت گردشگری منطقه تحلیل شد. سپس بر اساس امتیازهای موزون عوامل راهبردی، مجموعه‌ای از راهبردها شامل راهبردهای رقابتی - تهاجمی، تنوع‌بخشی، بازنگری و تدافعی ارائه شد تا راهکارهای عملی برای دستیابی به اهداف توسعه گردشگری مشخص شوند. کلیه محاسبات آماری و تشکیل ماتریس‌ها با استفاده از نرم‌افزار اکسل انجام شد.

در ماتریس برنامه‌ریزی کمی راهبرد (QSPM)، عوامل کلیدی (با بالاترین امتیاز نهایی) در ردیف‌ها قرار گرفتند و سپس راهبردهای پیشنهادی در ستون‌ها جای‌گذاری شدند. در مرحله بعد، برای هر راهبرد یک نمره جذابیت (TAS) بین ۱ (کمترین جذابیت) تا ۴ (بالاترین جذابیت) تعیین شد. این نمره بر اساس قضاوت کارشناسی و میزان اثربخشی هر راهبرد در بهره‌برداری از یک فرصت یا خنثی‌سازی یک تهدید خاص اختصاص داده شد. در نهایت، امتیاز جذابیت وزن‌دار هر راهبرد از حاصل ضرب «وزن عامل» در «نمره جذابیت» آن راهبرد محاسبه شد و راهبردها بر اساس مجموع این امتیازات، اولویت‌بندی نهایی شدند.

اکنون با توجه به نظر خبرگان، مطالعات انجام‌شده و اسناد و مدارک، عوامل محیطی شهرستان میامی در جدول ۱ ارائه شده است. در ادامه، ماتریس ارزیابی عوامل محیط داخلی و بیرونی پس از غربالگری مجدد بر اساس نظر خبرگان، در جدول‌های ۲ و ۳ ارائه شده است.

جدول ۱: عوامل محیطی شهرستان میامی (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

ردیف	قوت‌ها	ضعف‌ها
۱	وجود اقلیم آسایش گردشگری (در نواحی روستای نردین و ...).	کمبود فضاهای مناسب برای گذران اوقات فراغت.
۲	پیشینه تاریخی مناسب و وجود بناها و یادمان‌های مربوط به دوره‌های مختلف تاریخی در شهرستان.	عدم مدیریت، معرفی و بهره‌برداری مناسب از منابع گردشگری و کمبود جاذبه‌های انسان‌ساخت در سطح شهرستان.
۳	وجود بافت سنتی روستایی به‌عنوان جاذبه گردشگری.	کمبود شبکه‌ها و تأسیسات زیربنایی در ناحیه‌های حاشیه‌ای و بکر.
۴	وجود زیستگاه‌های متعدد و تنوع زیستی.	متنوع نبودن اشکال اقامتی، پذیرایی و تفریحی شهرستان متناسب با حضور گردشگران، منابع و جاذبه‌های گردشگری.
۵	برخورداری شهرستان از پهنه‌های جنگلی و کوهستانی، از جمله روستاهای بخش کالپوش.	سهم اندک استان از گردشگری و فعالیت‌های وابسته به آن و ضعف در توسعه بنگاه‌های گردشگری.
۶	وجود قابلیت‌های سرمایه‌گذاری و نیز تسهیلات و امکانات مناسب.	عدم تخصیص اعتبارات مناسب عمرانی و سرمایه در گردش به این بخش.
۷	وجود سد کالپوش و حضور پرندگان مهاجر، از جمله مرغابی‌ها، در این سد.	کمبود زیرساخت‌های بهداشتی، از جمله سرویس‌های بهداشتی، نمازخانه و غیره.
۸	وجود غارهای زیبا در بخش کالپوش.	نبود پوشش‌های بیمه‌ای برای اقشاری که در تهیه صنایع‌دستی فعالیت دارند.
۹	متنوع بودن کشت محصولات کشاورزی.	نبود مسافرخانه مجهز برای اتراق مسافران و گردشگران غارنوردی یا بازدیدکنندگان از آبشارهای محلی و دیگر جاذبه‌های طبیعی روستای نام‌نیک.

جعفری و پروری نژاد / تحلیل شاخص های توسعه پایدار گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهرستان میامی)

ردیف	فرصت ها	تهدیدها
۱	تنوع منابع و جاذبه های گردشگری و امکان برگزاری جشنواره های مختلف در شهرستان.	تغییر سیما و بافت شهرها و امکان تخریب اماکن تاریخی و قدیمی بر اثر فرسودگی، عدم مرمت یا گسترش ساخت وسازهای جدید.
۲	هم جوارى با مبادى و مقاصد گردشگری عمده کشور.	هجوم کنترل نشده به قلمرو حیات جانوری منطقه و تهدید گونه های پستاندار و پرندۀ در خطر انقراض.
۳	موقعیت ترانزیتی شهرستان نسبت به مشهد مقدس و تردد قابل توجه مسافران و گردشگران در کریدور اصلی استان.	کمبود نزولات آسمانی، وقوع دوره های خشک سالی طولانی، پراکنش نامناسب زمانی و مکانی بارش ها، نبود رودخانه های دائمی و افت سطح آب های زیرزمینی.
۴	تنوع اقلیمی شهرستان با توجه به پهنه های جنگلی، کوهستانی و بیابانی.	آسیب پذیری شدید سکونتگاه های شهری و روستایی در برابر سوانح طبیعی و تخلیه روستاها.
۵	برخوردارى از زمینه های قابل توسعه با تکیه بر استقرار فعالیت های گردشگری.	پیشروی بیابان از بخش کویری جنوبی و خطر تخلیه روستاها بر اثر بحران های فرسایش و خشک سالی.
۶	قابلیت توسعه انواع فعالیت ها و محصولات گردشگری مبتنی بر گردشگری بیابان، جنگل و کوهستان.	وضعیت نامناسب دفع پسماندها (به ویژه در نواحی روستایی استان) و تخریب محیط زیست به سبب روند افزایشی آلودگی های محیطی.
۷	اهتمام مسئولان و دستگاه های متولی به توسعه پایدار گردشگری به عنوان بخشی از فرایند توسعه همگانی شهرستان.	قارگیری میامی در میان مراکز اصلی گردشگری و گردشگری پذیر کشور، به ویژه تهران و مشهد و پهنه شمالی کشور، و فقدان رقابت پذیری با مقاصد برتر گردشگری.
۸	توجه به برخورداری از آگروتوریسم قوی.	شکار و صید غیر مجاز در مناطق حفاظت شده.

جدول ۲: ماتریس ارزیابی عوامل محیط بیرونی (EFE) (یافته های پژوهش، ۱۴۰۴)

عوامل بیرونی	کد	عوامل به اختصار	وزن	نمره	امتیاز
فرصت ها	O1	تنوع منابع و جاذبه های گردشگری	۰/۱۲	۰/۰۵	۰/۱
	O2	هم جوارى با مبادى و مقاصد گردشگری عمده کشور	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
	O3	موقعیت ترانزیتی شهرستان نسبت به مشهد مقدس	۰/۱۱	۳	۰/۳۳
	O4	تنوع اقلیمی شهرستان	۰/۲۱	۴	۰/۸۴
	O5	قابلیت توسعه انواع فعالیت ها و محصولات گردشگری	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
	O6	اهتمام مسئولان و دستگاه های متولی به توسعه پایدار گردشگری	۰/۵۰	۲	۰/۱
تهدیدها	T1	امکان تخریب اماکن تاریخی و قدیمی بر اثر فرسودگی	۰/۰۵	۲	۰/۱
	T2	تهدید گونه های پستاندار و پرندۀ در خطر انقراض	۰/۰۷	۴	۰/۲۸
	T3	کمبود نزولات آسمانی و وقوع دوره های خشک سالی طولانی	۰/۱۱	۳	۰/۳۳
	T4	بروز سوانح طبیعی و تخلیه روستاها	۰/۰۶	۳	۰/۱۸

گردشگری و اوقات فراغت، دوره ۱۱، شماره پیاپی ۲۱، بهار و تابستان ۱۴۰۵

۰/۰۳	۱	۰/۰۳	پیشروی بیابان از بخش کویری جنوبی	T5		
	۰/۰۸	۲	۰/۰۴	قرارگیری میامی در میان مراکز اصلی گردشگری و گردشگری پذیر	T6	
	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	شکار و صید غیر مجاز در مناطق حفاظت شده	T7	
جمع		۱	جمع			

جدول ۳: ماتریس ارزیابی عوامل محیط (IFE) (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

عوامل تأثیر گذار داخلی	عوامل داخلی	کد	عوامل به اختصار	وزن	نمره	امتیاز
	قوت‌ها	S1	وجود اقلیم آسایش گردشگری	۰/۱۱	۴	۰/۴۴
		S2	پیشینه تاریخی مناسب و وجود بناها و یادمان‌های تاریخی	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
		S3	وجود بافت سنتی روستایی به عنوان جاذبه گردشگری	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
		S4	وجود زیستگاه‌های متعدد و تنوع زیستی	۰/۱۵	۴	۰/۶
		S5	برخورداری از پهنه‌های جنگلی و کوهستانی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
		S6	کریدور ارتباطی غرب به شرق	۰/۱	۳	۰/۳
	ضعف‌ها	W1	عدم شکل‌گیری محصول گردشگری	۰/۱۲	۲	۰/۲۴
		W2	نبود مدیریت، معرفی و بهره‌برداری از منابع	۰/۰۸	۱	۰/۰۸
		W3	کمبود جاذبه‌های انسان‌ساخت در سطح شهرستان	۰/۱	۲	۰/۲
		W4	کمبود شبکه‌ها و تأسیسات زیربنایی در ناحیه‌های حاشیه‌ای	۰/۰۵	۲	۰/۱
		W5	متنوع نبودن اشکال اقامتی، پذیرایی و تفریحی	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
		W6	نبود پوشش‌های بیمه‌ای برای آشنایی که در تهیه صنایع دستی فعالیت دارند	۰/۰۸	۱	۰/۰۶
		W7	تخصیص ندادن اعتبارات مناسب عمرانی و سرمایه در گردش به بخش گردشگری	۰/۰۳	۲	۰/۰۶
			جمع	۱		جمع

کاربرد ماتریس داخلی - خارجی در تدوین راهبردهای بخش‌های گوناگون است. این ماتریس دارای نه خانه است و بخش‌های مختلف در یکی از این نه خانه قرار می‌گیرند. این ماتریس دارای دو بُعد اصلی است:

- مجموع امتیازات موزون عوامل راهبردی بیرونی حاصل از ماتریس EFAS/EFE که بر روی محور عمودی نشان داده می‌شود؛
- مجموع امتیازات موزون عوامل راهبردی درونی حاصل از ماتریس IFAS/IFE که بر روی محور افقی نمایش داده می‌شود؛

به‌منظور تعیین وضعیت راهبردی گردشگری شهرستان میامی و ارائه راهبردهای کلان، از نتایج ماتریس‌های ارزیابی مرحله دوم استفاده شده است. بر این اساس، امتیاز نهایی عوامل درونی (IFE) برابر با $2/97$ و امتیاز نهایی عوامل بیرونی (EFE) برابر با $3/07$ است. این ارقام مبنای قرارگیری شهرستان در ماتریس داخلی - خارجی و تعیین نوع راهبردهای آن خواهد بود.

نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE

		۳ تا ۴ قوی	۲ تا ۲,۹۹ میانگین	۱ تا ۱,۹۹ ضعیف
نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی EFE	۳ تا ۴ بالا	I	$\sum EFE = 3/07$ $\sum IFE = 2/97$	III
	۲ تا ۲,۹۹ متوسط	IV	V	VI
	۱ تا ۱,۹۹ پایین	VII	VIII	IX

نمودار ۱: نمودار «ماتریس داخلی خارجی» و موقعیت توسعه گردشگری میامی (بافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

همان‌طور که در نمودار ۱ ملاحظه می‌شود، بر اساس تحلیل‌های کمی انجام‌شده، شهرستان میامی در ماتریس داخلی - خارجی (IE) در مربع دوم (ناحیه II) قرار می‌گیرد. جایگاه کنونی شهرستان در این ناحیه، حاوی پیامدهای راهبردی مهمی است و نشان می‌دهد که صنعت گردشگری میامی از فرصت‌های محیطی مطلوبی ($EFE < 3/0$) برخوردار است؛ اما قدرت درونی آن در حد متوسط (امتیاز IFE نزدیک به ۳) ارزیابی می‌شود. به عبارت ساده، محیط بیرونی به توسعه گردشگری در میامی کمک می‌کند؛ اما زیرساخت‌ها و قابلیت‌های درونی شهرستان هنوز برای بهره‌برداری کامل از این فرصت‌ها به اندازه کافی قدرتمند نیستند. این وضعیت، ضرورت به‌کارگیری راهبردهای تهاجمی (SO) را نشان می‌دهد؛ به‌گونه‌ای که تمرکز اصلی باید بر استفاده از نقاط قوت موجود برای به حداکثر رساندن بهره‌برداری از فرصت‌های بیرونی باشد. در کنار آن، به‌دلیل وجود ضعف‌های داخلی، به‌کارگیری راهبردهای تنوع‌بخشی (ST) نیز برای کاهش تأثیر تهدیدها از طریق تقویت نقاط قوت حیاتی است؛ بنابراین در ادامه، راهبردهای راهبردی بررسی خواهد شد.

راهبردهای رقابتی تهاجمی (SO) یا حداکثر بهره‌برداری از فرصت‌ها با استفاده از نقاط قوت

در راهبرد تهاجمی، تبدیل میامی به قطب اکوتوریسم منطقه‌ای (با استفاده از قوت‌های طبیعی و فرصت ترانزیتی) مدنظر قرار می‌گیرد. در این راستا، تمرکز بر توسعه بسته‌های سفر یک‌روزه و اقامتگاه‌های بوم‌گردی در روستاهای هدفی مانند نردین و کالپوش، با محوریت جاذبه‌هایی نظیر سد کالپوش (پرنده‌نگری)، پهنه‌های جنگلی و غارها، می‌تواند یکی از مهم‌ترین راهبردهای تهاجمی باشد. تبلیغات و بازاریابی هدفمند این بسته‌ها برای مسافرانی که در مسیر کریدور اصلی استان (به‌ویژه مسیر تهران - مشهد) تردد می‌کنند، بسیار اثربخش خواهد بود. این اقدام مستقیماً از قوت‌های طبیعی (S4, S5) و فرصت موقعیت ترانزیتی (O3) بهره‌برداری می‌کند.

راهبردهای تنوع (ST) یا کاهش آثار احتمالی تهدیدات با استفاده از نقاط قوت موجود

در این راهبرد، سرمایه‌گذاری بر توسعه گردشگری تاریخی - فرهنگی با محوریت پیشینه تاریخی مناسب (S2) برای جذب بازارهای خاص و کاهش تهدید فصلی بودن یا رقابت با مقاصد طبیعی دیگر (T7) مدنظر قرار می‌گیرد. این اقدام همچنین توجه را به میراث فرهنگی معطوف کرده

و از تخریب اماکن تاریخی (T1) جلوگیری می‌کند. توسعه سریع زیرساخت‌های پایه، مانند سرویس‌های بهداشتی و نمازخانه در سایت‌های گردشگری، برای کاهش تأثیرات منفی کمبود زیرساخت‌ها (W4) و بهبود تجربه گردشگر، به‌ویژه با توجه به موقعیت ترانزیتی (O3)، از جمله اقدامات عملی در این زمینه خواهد بود.

راهبرد تدافعی (WT) یا پرهیز از تهدیدات با توجه به نقاط ضعف موجود

این راهبرد بر مدیریت ریسک متمرکز است و هدف آن کاهش تأثیر مخرب‌ترین تهدیدهای بیرونی از طریق تقویت یا رفع ضعف‌های داخلی است. در شرایط شهرستان میامی، این راهبرد برای جلوگیری از تشدید بحران‌های احتمالی ضروری است. ایجاد سپر حفاظتی برای منابع طبیعی و فرهنگی در برابر تهدیدها یکی از اولویت‌های عملیاتی در این راستاست. راه‌اندازی پویش‌های مشارکتی حفاظت از محیط‌زیست و میراث فرهنگی با هدف کاهش تأثیر تهدیدهایی مانند تخریب اماکن تاریخی (T1)، پیشروی بیابان (T5) و شکار غیرمجاز (T7) از طریق جلب مشارکت جامعه محلی می‌تواند برای پایش و گزارش وضعیت بناهای تاریخی و همچنین اجرای برنامه‌های درختکاری و مقابله با بیابان‌زایی با مشارکت مستقیم روستائیان، ضعف «عدم مدیریت و معرفی منابع» (W2) را پوشش دهد.

همچنین توسعه سیستم‌های هشدار سریع و برنامه‌های مقابله با سوانح طبیعی برای کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدید سوانح طبیعی و تخلیه روستاها (T4)، از طریق نصب ایستگاه‌های ساده پایش آب‌وهوا در مناطق حساس و آموزش جوامع محلی برای واکنش به موقع در برابر سیل یا خشک‌سالی، می‌تواند ضعف «کمبود شبکه‌های زیربنایی» (W4) را تا حدی جبران کرده و تاب‌آوری منطقه را افزایش دهد. اولویت عملیاتی دیگر، تدوین برنامه عملیاتی فوری برای نجات صنایع دستی با هدف کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدید سوانح طبیعی و تخلیه روستاها (T4) است. از طریق ایجاد صندوق ضمانت فروش یا ارائه طرح‌های بیمه‌ای خاص (با مشارکت اداره کار و تعاون) برای هنرمندان صنایع دستی است که می‌تواند به رفع ضعف «نبود پوشش بیمه‌ای» (W6) کمک کرده و به آنان امنیت اقتصادی ببخشد تا در شرایط رقابتی دشوار بتوانند به فعالیت ادامه دهند. به‌طور کلی، موفقیت راهکارهای فوق به‌طور کامل به مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی وابسته است. از آنجاکه منابع دولتی محدود است، توانمندسازی مردم میامی برای حفاظت از دارایی‌های گردشگری خود، کارآمدترین و پایدارترین راه برای کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدیدهای بیرونی محسوب می‌شود. این رویکرد، ضعف مدیریتی (W2) را به فرصتی برای ایجاد حس مالکیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی تبدیل می‌کند.

راهبردهای بازنگری (WO) یا از بین بردن نقاط ضعف با بهره‌بردن از فرصت‌ها

استفاده از اهتمام مسئولان (O6) به‌عنوان فرصتی برای رفع ضعف مدیریت و معرفی منابع (W2)، از طریق ایجاد یک ستاد راهبردی گردشگری در سطح شهرستان با مشارکت کلیه ذی‌نفعان، جزو مهم‌ترین و کارآمدترین راهبردهای این بخش به‌شمار می‌رود. در واقع، با بهره‌گیری از فرصت‌هایی مانند تنوع منابع و جاذبه‌های گردشگری، موقعیت ترانزیتی شهرستان و اهتمام متولیان به توسعه پایدار، می‌توان ضعف‌های درونی را بهبود بخشید.

جمع‌بندی نهایی راهبردها

به‌طور خلاصه، گردشگری میامی در آستانه رشد قرار دارد. موفقیت در گرو آن است که به‌جای تکرار کلیات، بر اجرای راهبردهای متمرکز و عملی تأکید شود که مستقیماً از تحلیل وضعیت موجود این شهرستان استخراج شده‌اند. اولویت با اقداماتی است که بتوانند از فرصت‌های بیرونی (به‌ویژه موقعیت ترانزیتی و تنوع اقلیمی) برای تقویت نقاط قوت داخلی (جاذبه‌های طبیعی و تاریخی) بهره‌برداری کنند و هم‌زمان ضعف‌های زیرساختی و مدیریتی را به‌سرعت کاهش دهند.

تعیین ارجحیت راهبردها با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی کمی QSPM

برای تعیین اولویت راهبردهای شناسایی شده، از ماتریس برنامه‌ریزی کمی (QSPM) استفاده شد. روش کار به این شرح بود:

۱. عوامل کلیدی: کلیه عوامل داخلی و خارجی، که پیش‌تر در ماتریس‌های IFE و EFE وزن‌دهی شده بودند، به‌عنوان معیارهای ارزیابی در QSPM وارد شدند؛

۲. ضریب اهمیت (وزن): همان وزن‌های نرمال‌شده نهایی از ماتریس‌های IFE و EFE برای هر عامل، به‌عنوان ضریب اهمیت (AS) در نظر گرفته شد؛

۳. نمره‌دهی جذابیت: (AS) برای هر راهبرد، میزان جذابیت نسبی آن در بهره‌برداری از هر عامل کلیدی (برای قوت‌ها و فرصت‌ها) یا کاهش تأثیر هر عامل (برای ضعف‌ها و تهدیدها)، براساس مقیاس ۱= جذابیت کم، ۲ = جذابیت متوسط، ۳ = جذابیت بالا و ۴ = جذابیت بسیار بالا، توسط خبرگان نمره‌دهی شد.

۴. محاسبه امتیاز نهایی: برای هر راهبرد، امتیاز هر عامل از حاصل ضرب ضریب اهمیت (وزن) در نمره جذابیت (AS) محاسبه شد و درنهایت، مجموع این امتیازات به‌عنوان امتیاز جذابیت کل هر راهبرد تعیین شد. راهبردهایی که بالاترین امتیاز کل را کسب کردند، به‌عنوان اولویت‌دار انتخاب شدند.

نتایج نهایی اولویت‌بندی راهبردها برای شهرستان میامی، بر اساس محاسبات QSPM، امتیاز نهایی و رتبه هر گروه از راهبردها، در جدول ۴ خلاصه شده است.

جدول ۴: اولویت‌بندی راهبردها برای شهرستان میامی (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴)

نوع راهبرد	امتیاز جذابیت کل	راهبرد اولویت اول (با بالاترین امتیاز)
تهاجمی (SO)	۳/۵۶	S4: گسترش ارتباطات، تبلیغات و برگزاری همایش‌های سراسری
تنوع‌بخشی (ST)	۳/۹۷	S1: تنوع بخشی و توسعه سرمایه‌گذاری و جلب سرمایه‌ها
تدافعی (WT)	۳/۴۳	S4: برگزاری دوره‌های آموزشی برای دست‌اندرکاران
بازنگری (WO)	۳/۴۲	S5: ارتقای فرهنگ گردشگری در بین جوامع محلی

نتایج QSPM به‌وضوح نشان می‌دهد که جلب سرمایه‌گذاری (ST1) و تبلیغات و معرفی (SO4) دو اولویت اصلی توسعه گردشگری شهرستان میامی هستند. این نتیجه کاملاً با وضعیت راهبردی شناسایی شده (ناحیه II) هم‌خوانی دارد که بر بهره‌برداری از فرصت‌های بیرونی از طریق تقویت نقاط قوت داخلی تأکید می‌کند؛ بنابراین در کوتاه‌مدت، تمرکز بر معرفی ظرفیت‌های میامی از طریق کمپین‌های تبلیغاتی هدفمند در کریدور تهران - مشهد و شبکه‌های اجتماعی ضروری است تا تقاضا ایجاد شود. در میان‌مدت و بلندمدت، جذب سرمایه‌گذاری خصوصی و عمومی برای توسعه زیرساخت‌های پایه (مانند اقامتگاه‌های بوم‌گردی، سرویس‌های بهداشتی و نشانه‌گذاری جاذبه‌ها) پیش‌شرط بهره‌برداری پایدار از این تقاضا خواهد بود. در کنار این دو اولویت اصلی، لازم است راهبردهای توانمندسازی جامعه محلی (WO5) و آموزش نیروی انسانی (WT4) به‌عنوان پایه‌های لازم برای پایداری موفقیت‌های آتی، به‌طور موازی پیگیری شوند؛ بنابراین برنامه عملی توسعه گردشگری میامی باید بر این چهار محور استوار شود.

در مطالعه مشابهی در خور و بیابانک، بر غلبه راهبردهای تهاجمی (SO) به دلیل وجود فرصت‌های محیطی و قوت‌های طبیعی تأکید شده است (معینی و همکاران، ۱۳۹۶). با این حال، یک نقطه افتراق انتقادی در مورد میامی، امتیاز بالاتر فرصت‌ها به نسبت قوت‌هاست. این امر حاکی از آن است که محیط بیرونی (مانند موقعیت ترانزیتی) برای توسعه گردشگری میامی بسیار مساعدتر از توان درونی فعلی آن است. این شکاف، خطر وابستگی بیش از حد به عوامل خارج از کنترل (مانند گذر مسافر) و غفلت از تقویت بنیان‌های داخلی (مانند زیرساخت و مدیریت) را گوشزد می‌کند. اگرچه اولویت یافتن راهبردهای «گسترش ارتباطات و تبلیغات» (SO4) و «جلب سرمایه‌گذاری» (ST1) کاملاً منطقی است؛ اما این اولویت‌بندی یک هشدار راهبردی نیز در خود دارد؛ به طوری که موفقیت این راهبردها به شدت به بهبود هم‌زمان راهبردهای تدافعی و بازنگری (به‌ویژه آموزش و توانمندسازی جامعه محلی - WT4 و WO5) وابسته است.

تجربه مناطق مشابه، مانند برخی شهرهای تاریخی ایران، نشان داده است که تبلیغات و جذب سرمایه بدون وجود جامعه محلی آماده و زیرساخت‌های پایه، می‌تواند به تخریب بیشتر منابع فرهنگی - طبیعی و نارضایتی مردم بینجامد (Smith, 2015). بنابراین، اگرچه اولویت با راهبردهای تهاجمی است، این راهبردها باید در چهارچوب برنامه‌ای جامع، که به راهبردهای توانمندساز نیز می‌پردازد، اجرایی شوند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

این پژوهش با هدف تدوین راهبردهای توسعه اقتصادی پایدار برای شهرستان میامی، با بهره‌گیری از چهارچوبی تحلیلی متشکل از تکنیک SWOT (برای شناسایی عوامل داخلی و خارجی) و ماتریس QSPM (برای اولویت‌بندی کمی راهبردها) انجام شد. یافته‌های نهایی، تصویری روشن از وضعیت راهبردی شهرستان ارائه می‌دهد و مسیرهای محتمل برای حرکت به سمت پیشرفت و کاهش محرومیت را ترسیم می‌کند. در ادامه، جمع‌بندی این یافته‌ها در چند محور اصلی ارائه شده است:

۱. وضعیت راهبردی تهاجمی: غلبه فرصت‌ها و قوت‌ها:

نتایج نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و خارجی (EFE) نشان می‌دهد که شهرستان در موقعیت راهبردی تهاجمی (SO) قرار دارد. این بدان معناست که قوت‌های داخلی و فرصت‌های محیطی خارجی بر ضعف‌ها و تهدیدها غلبه دارند. به عبارت دیگر، شهرستان از پتانسیل و زمینه لازم برای پیگیری راهبردهای مبتنی بر رشد و توسعه فعال برخوردار است. مهم‌ترین مؤلفه‌های این موقعیت عبارت‌اند از:

الف) قوت‌های محوری: شامل آثار تاریخی و طبیعی منحصربه‌فرد، برخورداری از زمین‌های حاصلخیز در بخش کشاورزی و وجود ذخایر معدنی قابل توجه؛

ب) فرصت‌های کلیدی: شامل افزایش تقاضا برای گردشگری داخلی، سیاست‌های کلان دولتی در حمایت از مناطق کمتر توسعه‌یافته و موقعیت ترانزیتی بالقوه شهرستان.

این ترکیب، بستری ایده‌آل برای طراحی راهبردهایی فراهم می‌کند که با بهره‌گیری حداکثری از قوت‌های داخلی، فرصت‌های پیش‌رو را به ثمر تبدیل کنند.

۲. اولویت‌بندی راهبردها بر اساس تحلیل QSPM از تئوری به عمل:

ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی (QSPM) با وزن‌دهی به عوامل و سنجش جذابیت نسبی هر راهبرد، خروجی عینی‌تری نسبت به صرف فهرست کردن راهکارها ارائه می‌دهد. بر این اساس، راهبردهای زیر به عنوان اولویت‌های نخست شهرستان شناسایی شدند که در ادامه، ارتباط هریک با عوامل SWOT و منطق امتیاز بالای آن‌ها در QSPM تشریح می‌شود:

راهبرد اول: توسعه یکپارچه اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی - تاریخی: این راهبرد مستقیماً از ترکیب قوت اصلی (S1: داشتن جاذبه‌های تاریخی و طبیعی) و فرصت کلیدی (O1: رونق بازار گردشگری داخلی و جهانی) نشئت می‌گیرد. همچنین به صورت غیرمستقیم به مقابله با

تهدیدهایی (T) مانند وابستگی به اقتصاد تک‌پایه (کشاورزی/ معدنی) و بیکاری فصلی می‌پردازد. این راهبرد به دلیل پتانسیل بالای اشتغال‌زایی مستقیم و غیرمستقیم، درآمدزایی ارزی، تنوع بخشی به اقتصاد محلی و هویت‌سازی برای منطقه، بیشترین جذابیت راهبردی را در میان گزینه‌ها داشته است.

راهبرد دوم: تقویت و تکمیل زنجیره ارزش در بخش‌های کشاورزی و معدنی: این راهبرد برای تبدیل قوت‌های سنتی (S2): محصولات کشاورزی باکیفیت، S3: ذخایر معدنی) به مزیت رقابتی پایدار طراحی شده است. این راهبرد از یک سو به ضعف‌های مهم (W1): فقدان صنایع تبدیلی و تکمیلی، W2: خام‌فروشی) پاسخ می‌دهد و از سوی دیگر، از فرصت‌ها (O2): سیاست‌های حمایتی دولت، O3: تقاضای بازار برای محصولات با ارزش افزوده) بهره‌برداری می‌کند.

تمرکز بر ایجاد ارزش افزوده، نه تنها درآمد پایدارتری ایجاد می‌کند، بلکه شهرستان را در برابر نوسانات قیمت جهانی مواد خام به‌عنوان یک تهدید (T) مقاوم‌تر می‌سازد. این امر توجه‌پذیری اقتصادی و راهبردی آن را افزایش داده است.

راهبرد سوم: ارتقای زیرساخت‌های حیاتی به‌ویژه در حوزه حمل‌ونقل و ارتباطات: این راهبرد عمدتاً راهبردی جبران‌کننده (WT) است که هدفش کاهش ضعف‌های زیرساختی (W3): نارسایی در شبکه راه‌ها، W4: دسترسی محدود به اینترنت پرسرعت) است. با این حال، موفقیت در این راهبرد، تحقق دو راهبرد قبلی را تسهیل می‌کند و به شهرستان اجازه می‌دهد از فرصت موقعیت ترانزیتی (O4) بهره کامل ببرد. اگرچه این راهبرد در اصل هزینه‌بر است، به‌عنوان پیش‌نیاز ضروری برای سایر راهبردها شناسایی شده است. بدون بهبود زیرساخت‌ها، جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری و صنایع تبدیلی با چالش جدی مواجه خواهد بود.

۳. الزامات اجرایی و پیشنهادها: سیاستی: تبدیل این راهبردها از سطح نوشتار به عمل، نیازمند ایجاد بسترهای نهادی و مالی و اجتماعی است. بر این اساس، پیشنهادها زیر برای مرحله اجرا ارائه می‌شود:

الف) تدوین برنامه عملیاتی با اهداف کمی: برای هر راهبرد، یک برنامه عملیاتی چندساله با اهداف مشخص (مانند «افزایش ۲۰ درصدی تعداد گردشگران در پنج سال» یا «احداث دو واحد صنعتی تبدیلی در بخش کشاورزی تا سه سال آینده») باید تدوین شود؛

ب) تأسیس نهاد هماهنگ‌کننده محلی: تشکیل یک «کارگروه توسعه اقتصادی» با حضور ذی‌نفعان اصلی (فرمانداری، شهرداری، ادارات مرتبط، بخش خصوصی و دانشگاه) برای پایش مستمر پیشرفت و رفع موانع سازمانی داخلی ضروری است؛

ج) بسته‌های تشویقی برای جذب سرمایه‌گذاری: طراحی بسته‌های مالی و مالیاتی ویژه برای پروژه‌های مرتبط با راهبردهای اولویت‌دار، با هدف جلب مشارکت بخش خصوصی؛

د) ظرفیت‌سازی و مشارکت جامعه محلی: اجرای برنامه‌های آموزشی برای توانمندسازی نیروی کار محلی و جلب مشارکت آنان در پروژه‌های توسعه، به‌ویژه در حوزه گردشگری، تضمین‌کننده پایداری اجتماعی طرح‌ها خواهد بود.

این پژوهش نشان می‌دهد که شهرستان میامی با وجود چالش‌ها، از پتانسیل‌های خدادادی و موقعیت راهبردی شایان توجهی برای جهش اقتصادی برخوردار است. موفقیت در این مسیر، در گرو عزم راسخ مدیریت محلی و ملی، انتخاب هوشمندانه پروژه‌ها بر اساس اولویت‌بندی علمی و جلب مشارکت فعال تمامی بازیگران، به‌ویژه بخش خصوصی و جامعه محلی، است. حرکت بر اساس این نقشه راه، می‌تواند شهرستان را به سمتی هدایت کند که نه تنها از محرومیت فعلی فاصله گیرد، بلکه به الگویی برای توسعه متوازن و پایدار منطقه‌ای تبدیل شود.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند هیچ تعارض منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

سپاسگزاری

نویسندگان از یاری همه کسانی که در انجام این پژوهش نقش داشته‌اند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

ORCID:

Abdolnezam Jafari	 https://orcid.org/0000-0001-5061-5570
Ghasem Parvarinezhad	 https://orcid.org/0000-0002-0765-9997

منابع

- استاندارداری سمنان (۱۴۰۲). داده‌های منتشر نشده در مورد آمار گردشگری و اشتغال شهرستان میامی. دفتر برنامه‌ریزی، معاونت توسعه مدیریت و منابع. [لینک](#)
- افشاری، حمید، محمدی یگانه، بهروز، فراهانی، حسین و چراغی، مهدی (۱۴۰۳). تحلیل عوامل مؤثر در توسعه گردشگری جامعه محور در نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان مرکزی)، گردشگری و اوقات فراغت، ۹(۱۷)، ۱۰۳-۱۳۷. <https://doi.org/10.22133/TLJ.2024.436036.1146>
- تقوایی، مسعود و زنگنه، مهدی (۱۳۹۱). تحلیلی بر توسعه گردشگری در منطقه تفرجگاهی شاندیز مشهد، جغرافیا و برنامه‌ریزی، ۱۶(۴۲)، ۸۹-۱۱۲. [لینک](#)
- سالنامه آماری استان سمنان (۱۴۰۰). سازمان برنامه و بودجه استان سمنان. [لینک](#)
- شفیعی ثابت، ناصر و اکرمی، سیده رضیه (۱۴۰۲). اثرگذاری توانمندسازی ساختاری بر مشارکت زنان در طرح‌های توسعه گردشگری و دگرگونی فضایی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان‌های شاهرود و میامی، توسعه پایدار محیط جغرافیایی، ۵(۸)، ۱۰۷-۱۲۲. <https://doi.org/10.48308/SDGE.2023.103836>
- عابدی آیش احمدلو، جواد، ارغان، عباس و اقبالی، ناصر (۱۴۰۲). نقش گردشگری مناطق آزاد بر توسعه شهرهای میانی و کوچک (مطالعه موردی: آزاد ارس). فضای گردشگری، ۴۷، ۱-۱۸. [لینک](#)
- عباسی، زهره و حسنی، علی (۱۴۰۱). راهکارهای توسعه گردشگری فرهنگی در شرایط رکود اقتصادی ایران. گردشگری و اوقات فراغت، ۷(۱۴)، ۱۱۹-۱۳۱. <https://doi.org/10.22133/TLJ.2023.386010.1078>
- کامیابی، سعید (۱۴۰۰). بررسی سطوح پایداری گردشگری در روستاهای هدف گردشگری شهرستان میامی، مهندسی جغرافیای سرزمین، ۵(۲)، ۳۶۷-۳۷۹. [لینک](#)
- معینی، امیرحسین، علیپور، مهدی و گرجی مهربانی، یوسف (۱۳۹۶). توسعه گردشگری در مناطق کویری ایران، مطالعه موردی: شهرستان خور و بیابانک. سومین همایش بین‌المللی افق‌های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی، تهران. [لینک](#)
- نوری، هدایت‌اله، نوروزی، اصغر و کرمی کله مسیحی، معصومه (۱۴۰۳). بررسی و تحلیل توانمندی‌ها و تنگنایهای توسعه گردشگری شهرستان لنجان با کاربرد مدل‌های AHP و SWOT. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۳۵(۳)، ۱۶۰-۱۶۹. <https://doi.org/10.22108/gep.2024.141775.1651>
- یزدانپناه، فائزه و بسته‌نگار، مهرنوش (۱۴۰۴). راهبردهایی برای توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: گلخانه‌های پرورش گل منطقه پاکدشت). گردشگری و اوقات فراغت، انتشار آنلاین از ۱۲ مرداد ۱۴۰۴. <https://doi.org/10.22133/TLJ.2025.476355.1204>

- Abdolmaleki, M., Habibi, K., & Saidi, M. (2024). Tourism development approaches in small cities based on the analysis of relevant factors and obstacles: Case study: Delbaran city. *Journal of Iranian Architecture & Urbanism (JIAU)*, 15(1), 95–107. <https://doi.org/10.30475/isau.2024.387344.2027>
- Borges, M., Eusébio, C., & Carvalho, N. (2014). Governance for sustainable tourism: A review and directions for future research. *European Journal of Tourism Research*, 7(1), 45–56. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v7i.139>
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2023). *Strategic management: Concepts and cases* (18th ed.). Pearson Education.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of convenience sampling and purposive sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fan, P., Zhu, Y., Ye, Z., Zhang, G., GU, S., Shen, Q., & Alvandi, E. (2023). Identification and prioritization of tourism development strategies using SWOT QSPM and AHP: A case study of changbai mountain in China. *Sustainability*, 15(6), 4962. <https://doi.org/10.3390/su15064962>
- Guibert, C & Reau, B. (2023). *Employment and Tourism, New Research Perspectives in the Social Sciences*. Springer Nature. Switzerland.
- Hernández Matorel, M. D. (2025). Reimagining Tourism: A Creative Model for Destinations Facing Negative Impacts. *Eco-Tourism and Sustainable Development*, 1(1), 27–41. <https://doi.org/10.63385/etsd.v1i1.117>
- Huang, S. S., Shao, Y., Zeng, Y., Liu, X., & Li, Z. (2021). Impacts of COVID-19 on Chinese nationals' tourism preferences. *Tourism management perspectives*, 40, 100895. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100895>
- Jamal, T., & Higham, J. (2021). Justice and ethics: Towards a new platform for tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2–3), 143–157. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835933>
- Muzwardi, A., & Simbolon, G. (2024). SWOT and PEST analysis in tourism management in Bintan Regency. *Indonesian Tourism Journal*, 1(1), 82–92. <https://doi.org/10.69812/itj.v1i1.21>
- Pike, S. (2017). Destination positioning and temporality: Tracking relative strengths and weaknesses over time. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 126–133. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.11.005>
- Reihanian, A., Mahmood, N. Z., Kahrom, E., & Hin, T. W. (2022). Sustainable tourism development strategy by SWOT-QSPM method: A case study of ecotourism in Lar National Park. *Journal of Environmental Management*, 320, 115900. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2012.08.005>
- Rajabi, A., & Ghalehtemouri, K. J. (2024). Application of Meta-SWOT method for tourism development planning of Farsi Island of the Persian Gulf Region. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 4(3), 189–204. <https://doi.org/10.35912/joste.v4i3.1935>
- Shedenov, U., Litvishko, O., Kazbekov, B., Suyunchaliyeva, M., & Kazbekova, K. (2019). Improvement of ecological tourism on the principles of sustainable economic development. *E3S Web of Conferences*, 135(1), 04047. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201913504047>
- Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies* (3rd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315767697>
- United Nations World Tourism Organization [UNWTO]. (2022). *World Tourism Barometer*, 20(5). [Link](#)
- Webster, C. (2017). Tourism and development concepts and issues. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 194–195. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2017-066>
- Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2022). *Strategic management and business policy* (16th ed.). Pearson Education. [Link](#)
- World Travel & Tourism Council [WTTC]. (2023). *Economic impact research*. [Link](#)

[In Persian]

- Semnan Province. (2023). Unpublished data on tourism and employment statistics for the city of Miandorud. Planning Office, Deputy for Management Development and Resources. [Link](#)
- Afshari, H., Mohammadi Yeganeh, B., Farahani, H., & Cheraghi, M. (2024). Analyzing the factors influencing community-based tourism development in rural areas (case study: targeted tourism villages in Markazi Province). *Tourism and Leisure*, 9(17), 103-137. <https://doi.org/10.22133/TLJ.2024.436036.1146>
- Taghavi, M., & Zangeneh, M. (2012). An analysis of tourism development in the recreational area of Shandiz, Mashhad. *Geography and Planning*, 16(42), 89-112. [Link](#)
- Statistical Yearbook of Semnan Province. (2021). *Semnan Province Planning and Budget Organization*. [Link](#)
- Shafiei Sabat, N., & Akrami, S. R. (2023). The impact of structural empowerment on women's participation in tourism development projects and spatial transformation of rural settlements in Shahroud and Miandorud counties. *Sustainable Development in Geographic Environment*, 5(8), 107-122. <https://doi.org/10.48308/SDGE.2023.103836>
- Abedi Abesh Ahmadloo, J., Arghan, A., & Eqbali, N. (2023). The role of tourism in free zones on the development of medium and small cities (case study: Aras Free Zone). *Tourism Space*, 47, 1-18. [Link](#)
- Abbasi, Z., & Hasani, A. (2022). Strategies for developing cultural tourism in the economic recession of Iran. *Tourism and Leisure*, 7(14), 119-131. <https://doi.org/10.22133/TLJ.2023.386010.1078>
- Kamiyabi, S. (2021). Examining the sustainability levels of tourism in targeted villages of Miandorud County. *Geography Land Engineering*, 5(2), 367-379. [Link](#)
- Moieni, A. H., Alipour, M., & Gorji Mahalabani, Y. (2017). Tourism development in the desert areas of Iran: Case study of Khur and Biabanak County. *Third International Conference on New Horizons in Civil Engineering, Architecture, and Urban Planning*, Tehran. [Link](#)
- Noorollah, H., Norouzi, A., & Karami Kale Masihiy, M. (2024). Examining and analyzing the capabilities and constraints of tourism development in Lanjan County using AHP and SWOT models. *Geography and Environmental Planning*, 35(3), 160-169. <https://doi.org/10.22108/gep.2024.141775.1651>
- Yazdanpanah, F., & Bastehnegaar, M. (2025). Strategies for developing agricultural tourism (case study: flower-growing greenhouses in Pakdasht region). *Tourism and Leisure*, online publication from July 12, 2025. <https://doi.org/10.22133/TLJ.2025.476355.1204>

COPYRIGHTS

©2026 by the authors. Published by University of Science and Culture. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

