

امکان‌سنجی تحقق چشم‌انداز توسعه گردشگری کشاورزی در پایداری توسعه سکونتگاه‌های ناحیه‌ای (مطالعه موردی: شهرستان ساوه)

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۷/۰۶ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸

مجید گودرزی^{*۱} هوشنگ مرادی^۲ حجت‌الله پاشاپور^۳ محمد فرجی دارابخانی^۴

- ۱- دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
- ۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
- ۳- استادیار جغرافیای سیاسی، دانشگاه امام علی، تهران، ایران
- ۴- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران

چکیده

هدف این مطالعه بررسی، امکان‌سنجی و تحقق‌بخشی چشم‌انداز توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه است. نوع تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، پیمایشی مبتنی بر مطالعات میدانی (پرسشنامه‌ای) است. جامعه آماری این پژوهش شامل ۱۸ نفر از مدیران و متخصصین دانشگاهی در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است. برای تحلیل علمی از مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM استفاده شده است. نتایج بدست آمده بر مبنای ماتریس ارزیابی که عوامل داخلی؛ نقاط قوت و ضعف و عوامل خارجی؛ فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشد. با توجه به امتیازبندی گویه‌های موجود در تحقیق مجموع امتیاز عوامل داخلی (۲/۲۸) (قوت‌ها ۱/۱۳ و ضعف‌ها ۱/۱۵) و عوامل خارجی (۳/۲) (فرصت‌ها ۰/۹۹۳ و تهدیدها ۲/۲) به دست آمده است؛ بنابراین بهترین استراتژی و راهبرد تحقق الگوی گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه، راهبرد WO یا تقویت و استفاده از نقاط فرصت در جهت کاهش و خنثی‌سازی نقاط ضعف می‌باشد. با توجه به نتایج حاصله از بین راهبردهای تدوین‌شده، استراتژی رقابتی-تهاجمی (WO) با داشتن بالاترین نمره (۶/۸۲) بالاترین امتیاز را کسب نموده و دارای بیشترین جذابیت در بین استراتژی‌های پژوهش می‌باشد. همچنین خروجی مدل برنامه‌ریزی استراتژیک مذکور با تأکید بر استفاده هر چه بیشتر از موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه و تقویت برنامه‌های مربوط به آن از اولویت بالایی برخوردار است.

واژه‌های کلیدی: گردشگری کشاورزی، پایداری توسعه، سکونتگاه‌های ناحیه‌ای، مدل SWOT و QSPM، شهرستان ساوه

مقدمه

رشد و گسترش گردشگری از جمله پدیده‌های مهم اواخر قرن بیستم است که با سرعت در قرن جدید ادامه یافته است. افزایش سطح درآمد، تنوع در ایام فراغت، تغییرات و نگرش جدید به مفاهیم زندگی ایجاب می‌کند که گردشگری گسترش و توسعه یابد (خانی و همکاران، ۱۳۸۸: ۵۲). گردشگری به‌عنوان یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد در سراسر جهان شناسایی شده است. گردشگری کشاورزی به کشاورزان کمک می‌کند تا کسب‌وکارشان را در برابر نوسانات بازار، گسترش اشتغال در مزرعه، ارائه درآمد خارج از فصل و بهبود پایداری کسب‌وکار محافظت کنند. در طرف تقاضا، افزایش در درآمد و تقاضا برای اشکال تخصصی‌تر از تجارب تعطیلات، رشد را برای فعالیت‌های گردشگری و تفریحی در مناطق روستایی تحریک کرده است. گردشگری کشاورزی پدیده نسبتاً جدیدی نیست؛ و در اوایل قرن ۲۰ ظهور پیدا کرد ولی در اوایل دهه ۱۹۷۰ مورد توجه جدی قرار گرفت (تو و باربیری، ۲۰۱۲)؛ در منابع مختلف از گردشگری کشاورزی تعاریف متعددی شده است (بوندوک، ۲۰۰۹). مفهوم گردشگری کشاورزی بر اساس تعریف ویوور و فل (۱۹۹۷) شامل فعالیت‌های پویای سه گروه ذینفع کلیدی می‌شود ۱- فراهم‌کنندگان گردشگری کشاورزی ۲- بازدیدکنندگان گردشگری کشاورزی ۳- سازمان‌های بازاریابی مقصد، وی معتقد است به‌طور ایدئال سیستم گردشگری کشاورزی موفق سیستمی است که موانع مربوط به هر یک از گروه‌های ذینفع را کاهش و حذف و یا بر آن‌ها غلبه نموده و در عین حال نیازهای هر یک از گروه‌ها نیز برطرف نماید (یانگ، ۲۰۱۲)؛ این شکل از گردشگری کشاورزی در این مفهوم، شکل دشوار ولی در عین حال بسیار آرزومندانه به نظر می‌رسد. دومین ویژگی مربوط به کیفیت گردشگری کشاورزی در مقایسه با گردشگری مرسوم امکان اقلان نیازهای شناختی انسان در درون فرایند تولید مزرعه یا قوم انگار است. سومین ویژگی گردشگری کشاورزی امکان اقلان نیازهای احساسی انسان از قبیل ارتباط مستقیم با حیوانات اهلی، تولیدات گیاهی و محصولات فراوری شده و نیاز به تجربه رؤیایی حومه شهر و هوای روستا است (فرجی دارابخانی و مرادی، ۱۴۰۰: ۱۸). گردشگری کشاورزی به‌عنوان بخشی از گردشگری روستایی، به‌صورت تفریحی است که بر تولید و خدمات در محیط کشتزارها تأثیر قابل‌توجهی دارد (Polucha et al, 2011; Ardestani, 2008; Nechar, 2015). در واقع گردشگری کشاورزی به کشاورزان کمک می‌کند تا پویایی و دوام تولیدات کشاورزی را حفظ نمایند و در عین حال اقتصاد خود را نیز متنوع سازند (ویک، چی و ویک، ۲۰۰۶). به‌طور کلی، مزایای استفاده از گردشگری کشاورزی برای مناطق روستایی می‌تواند فراتر از مسائل مربوط به احیای اقتصادی منجر گردد. بدین ترتیب این رهیافت می‌تواند با ایجاد تعادل میان ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی، توسعه پایدار را در مناطق روستایی نهادینه نماید (راجرسون، ۲۰۱۴). گردشگری، انگیزاننده و موجب تنوع‌بخشی بخش کشاورزی از طریق محصولاتی با ارزش افزوده، محصولات غیر سنتی، میوه‌های ویژه و تخصصی، گل‌ها و محصولات گلخانه‌ای می‌شود. خدمات در بخش کشاورزی محرک خدمات در بخش گردشگری است (ترک چورن، ۱۳۹۳: ۳۳). از نظر اقتصادی گردشگری کشاورزی یک فرصت سرمایه‌گذاری برای جامعه محلی، افزایش درآمد، افزایش سهم قابل‌توجه در توسعه روستایی، اشتغال، تحریک توسعه زیرساخت‌های فیزیکی، تنوع

بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد ارزش افزوده و در نهایت موجب توسعه پایدار می‌شود. اگر چه گردشگری کشاورزی برتری‌ها و سودمندی‌های زیادی دارد، اما کاستی‌هایی نیز دارد، به‌ویژه در صورت کمبود آموزش و نبود زمینه ترویج مناسب آن در بین کشاورزان و ساکنان و گردشگران، می‌تواند موجب تخریب محیط‌زیست، ساخت‌وسازهای بی‌رویه، نابودی حیات‌وحش و گونه‌های گیاهی، پراکندگی زباله و از دست دادن کیفیت فرهنگ محلی شود (Jomepour & heydari, 2016; heydari et al, 2016; Fathi Saghezchi et al, 2018).

در سال‌های اخیر در بیشتر مناطق کشور، کشاورزی با چالش‌های زیادی روبه‌رو بوده، به‌طوری‌که دیگر پاسخگوی نارسایی‌ها و کاستی‌های اقتصادی روستائیان نیست (Salami et al, 2019). از این‌رو با توجه به ظرفیت‌های موجود کشاورزی برخی از این منطقه‌ها، ایجاد و توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی می‌تواند به‌عنوان فعالیت مکمل بخش کشاورزی، یاریگر کشاورزان باشد (Demonja & Bacac, 2011). گردشگری کشاورزی می‌تواند محرک دیگر فعالیت‌های محلی باشد و باعث رونق کسب‌وکارهای محلی شود و از طرق مختلفی نظیر فروش تولیدات کشاورزی، فروش انواع سوغاتی‌ها یا صنایع‌دستی به گردشگران، راه‌اندازی سالن‌های غذاخوری یا رستوران‌ها، انواع مختلف اقامت محله‌ای نظیر هتل، ویلا و خانه‌های ییلاقی به بهبود اقتصاد روستایی کمک کند؛ بنابراین، می‌توان چنین نتیجه گرفت که گردشگری کشاورزی می‌تواند به‌عنوان راهبردی مناسب توسعه روستایی و کشاورزی کمک نماید (مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۵: ۲). گردشگری کشاورزی به‌عنوان یکی از راهکارهای توسعه پایداری اقتصاد روستایی و در نهایت توسعه پایدار ناحیه ای از طریق (۱) ایجاد شغل‌های متعدد (۲) تزریق سرمایه (۳) اشتغال پاره وقت یا فصلی و (۴) ایجاد امنیت اقتصادی به‌طور مستقیم و رشد و حفظ صنایع‌دستی و سایر جاذبه‌های روستایی به‌طور غیرمستقیم در چرخه اقتصاد روستایی متمرکز خواهد بود. از آنجا که در مطالعات ناحیه ای فضاهای شهری و روستایی به‌عنوان یک مجموعه واحد جغرافیایی بررسی می‌شود، گردشگری کشاورزی شهری نیز به دنبال چند موضوع در شهرها مطرح می‌گردد، شواهد و مدارک علمی وجود دارد که نشان می‌دهد ارتباط با طبیعت می‌تواند تأثیرات بسیار مثبتی در کیفیت زندگی داشته باشد و کشاورزی شهری یکی از راهکارهایی است که به دنبال پیوند مجدد انسان شهری و طبیعت است. کشاورزی شهری این ظرفیت را دارد که پیوندهای اجتماعی را در مجموعه‌های شهری بالا ببرد و می‌تواند در هر محله یا مکانی که قابلیت پیاده‌سازی دارد، منطقه‌هایی را به کشاورزی شهری اختصاص داد کارشناسان و صاحب‌نظران کشورهای مختلف در بررسی‌های توسعه گردشگری بر اهمیت و ضرورت توجه به پایداری در بخش گردشگری تأکید کرده‌اند و به‌منظور رفع و یا تعدیل عامل‌های ناپایداری در فرایند برنامه‌ریزی و ارزیابی اثرگذاری‌های گردشگری به تدوین و تنظیم شاخص‌ها و معیارهایی پرداخته‌اند (Abdullaev, 2006; Eftekhari et al, 2010).

مطالعه و شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری و اولویت‌بندی روستاها از نظر دارا بودن بیشترین و بهترین وضعیت، گام مهمی در انتخاب صحیح برنامه‌ها و سیاست‌ها در منطقه است. شناسایی عوامل تأثیرگذار و مشخص شدن بهترین روستاها که اولویت بالاتری جهت توسعه دارد، منجر

به افزایش کارایی و بهره‌وری از ظرفیت‌های بالقوه موجود و صرفه‌جویی زمانی و مالی است که می‌تواند به تضمین استمرار معیشت، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید، ارتقای درآمد، متنوع‌سازی اقتصاد روستایی در منطقه منجر شود (منتصری و همکاران، ۱۳۹۷: ۹۷).

بر پایه پژوهش‌ها و سندهای توسعه شهرستان ساوه، یکی از اصلی‌ترین راهبردهای تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی اجتماعی در جوامع محلی - روستایی و سکونتگاه‌های شهری، تأکید بر استفاده از قابلیت‌های گردشگری است یا به تعبیری می‌توان با توجه به فعالیت اصلی در روستاها از گردشگری کشاورزی به‌عنوان یکی از راهبردهای اساسی در توسعه روستایی بهره جست. توسعه پایدار گردشگری، توسعه‌ای است که در آن توازن و تعادل حفظ ارزش‌ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزیت‌های اقتصادی همه به همراه هم دیده شده و کوشش می‌شود تا توسعه‌ای متعادل و همه‌جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی گردد (Varmaziyari, 2016). باید گفت که دستیابی به توسعه‌ی گردشگری، بستگی به همکاری جوامع گردشگری به‌عنوان عنصر اساسی محلی دارد زیرا جوامع نقش کلیدی در توسعه گردشگری بشمار می‌روند (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲) به عقیده برد (۲۰۰۷) جهت دستیابی به توسعه‌ی گردشگری پایدار، مشارکت دادن همه ذینفعان ضروری است؛ چرا که بدون حمایت ذینفعان، توسعه‌ی گردشگری به شکل پایدار تقریباً غیرممکن است؛ لذا بررسی و شناخت کامل نگرش‌ها و علائق ذینفعان یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر برای مدیریت پایدار در گردشگری ناحیه ای است؛ بنابراین، با توجه به پتانسیل شهرستان ساوه در گردشگری کشاورزی، شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه آن ضروری است. این پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه کدام‌اند؟ در کنار پاسخ به این سؤال، اولویت‌بندی شاخص‌ها و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه نیز مورد توجه قرار خواهد گرفت.

لویی و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی ویژگی‌های گردشگری کشاورزی و سهم آن در توسعه روستایی ایتالیا پرداختند و نشان دادند محیط‌زیست نقش مهمی در گردشگری کشاورزی داشته و گردشگری کشاورزی می‌تواند تأثیر مثبتی بر محیط‌زیست داشته باشد. فرانسسکا (۲۰۱۶) در بررسی‌های خود ضمن ترویج گردشگری کشاورزی به بحث پایداری نیز توجه کرده و برای رسیدن به گردشگری پایدار، بحث‌های حفاظت زیست‌محیطی، سلامت، رفاه و امنیت غذایی را به‌عنوان شاخص‌های پایداری مورد توجه قرار داده است. پترومن و همکاران (۲۰۱۶) در نتایج بررسی‌های خود بیان کردند گردشگری کشاورزی یک ابزار آموزشی مهم برای آشنایی با کشاورزی و گردشگری، درک فرهنگ‌های سنتی و روستایی، تولید و توزیع محصولات کشاورزی و حفاظت محیط‌زیست است. مالکنشی و روتری (۲۰۱۷) در نتایج بررسی‌های خود نشان دادند گردشگری کشاورزی در بسیاری از کشورهای جهان باهدف توسعه پایدار روستایی ترویج‌شده است. در مطالعات باربیری (۲۰۱۳) نیز بیان شده است گردشگری کشاورزی در مقایسه با سایر کسب‌وکارهای کشاورزی مزایای چندگانه اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست‌محیطی بیشتری برای مزارع، خانواده‌های کشاورز و حتی جامعه ایجاد می‌نماید نتایج مطالعه وی نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی باعث افزایش منافع و سود

مزارع، ایجاد شغل و حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی می‌شود. شیعه و علی پور اشکیکی (۱۳۸۹) در مطالعه‌ای به بررسی تحلیل عوامل کیفیت بخش محیط گردشگری ساحلی با توجه به معیارهای گردشگری در سواحل شهر رامسر پرداختند که نتایج این تحقیق بیانگر آن است که ارتباط معنی‌داری میان عوامل کیفی با متغیرهای میزان رضایت از محیط گردشگری و احتمال بازگشت مجدد به مقصد گردشگری در سطح آلفا برابر ۵ درصد وجود دارد و گردشگر عوامل دیگری نظیر هزینه سفر، معیارهای اجتماعی و... در احتمال انتخاب مجدد یک مقصد گردشگری را نیز لحاظ می‌نماید و کیفیت‌های محیطی تنها بخشی از این معیارها را شامل می‌شود. مطیعی لنگرودی و حیدری (۱۳۹۱) در مطالعه به بررسی تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران در دهستان بلده از توابع شهرستان تنکابن پرداختند نتایج این تحقیق بیانگر این است که آن‌ها دریافتند که روستاهای جلگه‌ای، پای کوهی و کوهستانی مورد مطالعه در این دهستان از توان بالایی برای ایجاد فعالیت‌های گردشگری کشاورزی برخوردار بوده که مناسب برای توسعه گردشگری کشاورزی می‌باشد. پژوهش موحد و همکاران (۲۰۲۰) در زمینه تحلیل ادراک ذینفعان از پایداری اثرات گردشگری در شهر لاهیجان نشان داد که سرمایه‌گذاران دارای ادراک بالاتر از سطح متوسط اما ساکنان محلی، مدیران و گردشگران در سطح نامطلوب و متمایل به متوسط قرار داشتند. انصاری و همکاران (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای به بررسی نقش ذینفعان در توسعه گردشگری ورزشی طبیعت‌محور در استان لرستان پرداختند که نتایج آن نشان داد مهم‌ترین ذینفعان اثرگذار بر گردشگری ورزشی طبیعت‌محور در استان لرستان شامل اداره کل ورزش و جوانان، دفاتر گردشگری و آژانس‌های گردشگری، ساکنین جوامع محلی، میراث فرهنگی و گردشگری استان هستند.

مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی - بنیادی و از نظر روش‌شناسی توصیفی - تحلیلی است که بر مبنای مطالعات اسنادی (مقالات، کتابها و دیگر منابع قابل استناد) و میدانی (پرسشنامه و مصاحبه) مبتنی است. جامعه آماری آن شهرستان ساوه است حجم نمونه ۱۸ نفر از متخصصان و مدیران مرتبط با حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری می‌باشد که با استفاده روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از مدل استراتژیک SWOT استفاده شده است. با این تفسیر که در ابتدا قوت‌ها، ضعف‌ها، تهدیدها و فرصت‌ها در قالب جدولی ارائه گردید سپس با عنایت به این موضوع و با در نظر گرفتن اصول مشترک محورهای مقاله اقدام به تدوین پرسشنامه شده است و در پایان تحلیل‌ها منجر به ایجاد راهکارها و پیشنهادها شده است.

یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر از روش مدیریت استراتژیک S.W.O.T و ماتریس کمی QSPM به منظور امکان‌سنجی و تحقق گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه استفاده شده است. جهت دستیابی به مهم‌ترین راهبردهای بهره‌گیری از گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه پس از بررسی ادبیات

موضوع و استخراج مهم‌ترین مؤلفه‌ها و دستیابی به یک مدل مفهومی در این راستا به تنظیم پرسشنامه‌هایی بر اساس مؤلفه‌های استخراجی پرداخته و نتایج حاصل از جامعه نمونه جهت شناسایی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و همچنین عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در جدول شماره (۱) در زیر آمده است.

جدول ۱. امکان‌سنجی تحقق گردشگری کشاورزی با استفاده از SWOT

| | ضعف Weakens | قوت Strengths |
|---------------------|---|--|
| STRATEGIC INQUIRY | <ul style="list-style-type: none"> آگاهی و آموزش ضعیف قوانین دست و پاگیر نبود معافیت‌های مالیاتی تغییر شیوه و سبک زندگی اقامتگاه‌های مناسب جهت اسکان و استراحت گردشگران قوانین مربوط به ارث کمبود نیروی کار عدم پوشش بیمه‌ای محصولات دسترسی محدود به اطلاعات مشکلات و روابط اجتماعی ضعیف چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات تعدد صاحبان بخش کشاورزان یا خرده‌پا بودن آن‌ها همکاری ضعیف تعاونی‌ها | <ul style="list-style-type: none"> نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت‌های اقتصادی گردشگری کشاورزی وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات میزان توجه دولت (محلی) به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی توسعه گردشگری و رونق اشتغال و درآمد حفظ سنت‌های فرهنگی بسترسازی مناسب به‌منظور مشارکت و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی افزایش درآمد و کاهش فقر روستائیان و ارتقاء کیفیت زندگی توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی تولید محصولات ارگانیک در شهر فرصت‌های بازار |
| | تهدید Threat | فرصت Opportunity |
| APPRECIATIVE INTENT | <ul style="list-style-type: none"> تمایل زیاد مردم به تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی به مسکونی نبود مشارکت محلی عدم همکاری و تعاملات بین بخشی کمبود منابع آبی وجود تعارضات کشاورزی یا فعالیت‌های اولیه و سنتی مجموعه این بخش عدم تأمین امنیت مالی عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت‌های گردشگری روند افزایشی میزان مهاجرت‌های روستا به شهر فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی عدم سرمایه انسانی متخصص و حرفه‌ای عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت‌های کشاورزی | <ul style="list-style-type: none"> مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه سیستم اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی گردشگری میزان آگاهی و اطلاع‌رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده‌فرهنگ‌ها بهبود زیرساخت‌های توسعه گردشگری کشاورزی فعالیت‌های جذاب و متنوع بهبود و توسعه الگوی توسعه کارآفرینی شهری یا محلی مشارکت فعال در فرآیندهای تولید رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی حمایت‌ها و سیاست‌گذاری دولتی |

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

بر اساس بررسی‌های صورت گرفته تعداد ۱۲ نقطه قوت داخلی در برابر ۱۲ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۱۱ نقطه فرصت خارجی در برابر ۱۲ نقطه تهدید خارجی تعیین شد. در مجموع نیز تعداد ۲۳ نقطه قوت و فرصت به‌عنوان مزیت‌ها و تعداد ۲۴ نقطه ضعف و تهدید به‌عنوان محدودیت‌های پیش و روی توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه شناسایی شده است.

جدول ۲. ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی SWOT

| نمره نهایی | نمره | ضریب | عوامل تعیین‌کننده | نمره نهایی | نمره | ضریب | عوامل تعیین‌کننده | |
|------------|------|-------|---|------------|------|-------|--|-------------|
| نقاط ضعف | | | | نقاط قوت | | | | |
| ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۰۴۴ | آگاهی و آموزش ضعیف | ۰/۰۷ | ۲ | ۰/۰۳۵ | نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت‌های اقتصادی گردشگری کشاورزی | عوامل داخلی |
| ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۴۶ | قوانین دست و پاگیر | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۳۹ | وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات | |
| ۰/۰۳۷ | ۱ | ۰/۰۳۷ | نبود معافیت‌های مالیاتی | ۰/۰۷۲ | ۲ | ۰/۰۳۶ | میزان توجه دولت (محلی) به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری | |
| ۰/۰۶۴ | ۱ | ۰/۰۳۲ | تغییر شیوه و سبک زندگی | ۰/۱۶۵ | ۳ | ۰/۰۵۵ | وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی | |
| ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۰۴۴ | اقامتگاه‌های مناسب جهت اسکان و استراحت گردشگران | ۰/۰۹ | ۲ | ۰/۰۴۵ | توسعه گردشگری و رونق اشتغال و درآمد | |
| ۰/۰۷۲ | ۱ | ۰/۰۳۶ | کمبود نیروی کار | ۰/۰۸۲ | ۲ | ۰/۰۴۱ | حفظ سنت‌های فرهنگی | |
| ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۴۶ | دسترسی محدود به اطلاعات | ۰/۰۸۲ | ۲ | ۰/۰۴۱ | بسترسازی مناسب به‌منظور مشارکت و سرمایه‌گذاری‌های دولتی در فعالیتهای گردشگری کشاورزی | |
| ۰/۰۸۰ | ۲ | ۰/۰۴۰ | مشکلات و روابط اجتماعی ضعیف | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۴۶ | افزایش درآمد و کاهش فقر روستائیان و ارتقاء کیفیت زندگی | |
| ۰/۱۵۹ | ۳ | ۰/۰۵۳ | چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۰۳۴ | توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها | |
| ۰/۱۲۶ | ۳ | ۰/۰۴۲ | نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات | ۰/۱۴۴ | | ۰/۰۴۸ | برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی | |
| ۰/۰۷۰ | ۲ | ۰/۰۳۵ | تعدد صاحبان بخش کشاورزان یا خرده‌پا بودن آنها | ۰/۰۹ | ۲ | ۰/۰۴۵ | تولید محصولات ارگانیک در شهر | |
| ۰/۱۸۳ | ۳ | ۰/۰۶۱ | همکاری ضعیف تعاونی‌ها | ۰/۰۶۸ | ۲ | ۰/۰۳۴ | فرصت‌های بازار | |
| ۱ | | | | ضریب | | | | |

| ۲/۱۲ | | | نمره | | | امتیاز | | |
|-------|---|-------|--|-------|---|-------------|-------|---|
| ۲/۱۴ | | | نمره نهایی | | | | | |
| تهدید | | | فرصت | | | عوامل خارجی | | |
| ۰/۱۱۸ | ۳ | ۰/۰۶۰ | تمایل زیاد مردم به تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی به مسکونی | ۰/۱۲۶ | ۳ | | ۰/۰۴۲ | مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی |
| ۰/۰۸۴ | ۲ | ۰/۰۴۲ | نبود مشارکت محلی | ۰/۲۰۸ | ۴ | | ۰/۰۵۲ | موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه |
| ۰/۱۴۱ | ۳ | ۰/۰۴۷ | عدم همکاری و تعاملات بین بخشی | ۰/۰۶۴ | ۲ | | ۰/۰۳۲ | سیستم اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی گردشگری |
| ۰/۱۶۵ | ۳ | ۰/۰۵۵ | کمبود منابع آبی | ۰/۰۷۸ | ۲ | | ۰/۰۳۹ | میزان آگاهی و اطلاع‌رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی |
| ۰/۰۹ | ۲ | ۰/۰۴۵ | وجود تعارضات کشاورزی یا فعالیت‌های اولیه و سنتی مجموعه این بخش | ۰/۰۹۸ | ۲ | | ۰/۰۴۹ | ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده‌فرهنگ‌ها |
| ۰/۰۴۳ | ۱ | ۰/۰۴۳ | عدم تأمین امنیت مالی | ۰/۰۷۰ | ۲ | | ۰/۰۳۵ | بهبود زیرساخت‌های توسعه گردشگری کشاورزی |
| ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۴۶ | عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زیرساخت‌های گردشگری | ۰/۰۷۴ | ۲ | | ۰/۰۳۷ | فعالیت‌های جذاب و متنوع |
| ۰/۰۸۲ | ۲ | ۰/۰۴۱ | روند افزایشی میزان مهاجرت‌های روستا به شهر | ۰/۰۸۲ | ۲ | | ۰/۰۴۱ | بهبود و توسعه الگوی توسعه کارآفرینی شهری یا محلی |
| ۰/۱۱۵ | ۳ | ۰/۰۵۰ | فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت | ۰/۰۳۹ | ۱ | | ۰/۰۳۹ | مشارکت فعال در فرآیندهای تولید |
| ۰/۱۷۴ | ۳ | ۰/۰۵۸ | عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی | ۰/۰۶۶ | ۲ | | ۰/۰۳۳ | رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی |
| ۰/۱ | ۲ | ۰/۰۵۰ | عدم سرمایه انسانی متخصص و حرفه‌ای | ۰/۰۸۸ | ۲ | | ۰/۰۴۴ | حمایت‌ها و سیاست‌گذاری دولتی |
| ۰/۹۴ | ۲ | ۰/۰۴۷ | عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت‌های کشاورزی | ----- | | | | |
| ۱ | | | ضریب | | | مجموع | | |
| ۲/۲۶ | | | نمره | | | | | |
| ۳/۲ | | | نمره نهایی | | | | | |

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

طبق اطلاعات مندرج در جدول شماره (۳)، مهم‌ترین نقاط قوت (S) در سطح منطقه مورد مطالعه از نظر گردشگری کشاورزی شهری، عواملی نظیر وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی، توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها می‌باشد که مهم‌ترین زمینه‌های توسعه الگوی مورد نظر در شهرستان می‌باشند. از سوی دیگر مهم‌ترین نقاط ضعف (W) در راه توسعه گردشگری کشاورزی شهری در منطقه مورد مطالعه عبارت‌اند از: همکاری ضعیف تعاونی‌ها، چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی، نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات. همچنین مهم‌ترین فرصت‌ها (O) جهت ارتقاء و تبدیل آن‌ها به نقاط قوت در زمینه توسعه رویکرد مطرح‌شده در شهرستان ساوه عبارت‌اند از: مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی، موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه، ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده‌فرهنگ‌ها. در نهایت مهم‌ترین نقاط تهدید (T) در زمینه گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه عبارت‌اند از: عدم همکاری و تعاملات بین بخشی، عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی، فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلند مدت، کمبود منابع آبی. بر طبق یافته‌های حاصل از مدل SWOT، عوامل داخلی نقاط قوت و ضعف می‌باشد و عوامل خارجی فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشد. با توجه به امتیازبندی گویه‌های موجود در جدول شماره ۳ مجموع امتیاز عوامل داخلی ۲/۲۸ (قوت‌ها ۱/۱۳ و ضعف‌ها ۱/۱۵) و عوامل خارجی ۳/۲ (فرصت‌ها ۰/۹۹۳ و تهدیدها ۲/۲) به‌دست‌آمده است؛ بنابراین بهترین استراتژی و راهبرد تحقق الگوی گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه در ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی در زیر ارائه شده است.

ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

یکی از تکنیک‌ها و ابزارهای بسیار شایع در ارزیابی گزینه‌های استراتژیک و مشخص نمودن جذابیت بین استراتژی‌هایی که در مرحله تصمیم‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد، ماتریس برنامه-ریزی استراتژیک کمی است. این تکنیک مشخص می‌نماید که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده امکان‌پذیر است و در واقع این استراتژیها را اولویت بندی می‌نماید (اعرابی، ۱۳۸۹: ۶۳). با توجه به نتایج بدست آمده از تحلیل **swot** برای تحقق چشم‌انداز گردشگری کشاورزی منطبق با شرایط منطقه مورد مطالعه فهرست استراتژی‌های انتخاب شده بر اساس تحلیل **swot** که شامل شش استراتژی است، در جدول شماره (۳) در زیر ارائه می‌گردد.

جدول ۳. ماتریس سوات برای برنامه ریزی گردشگری کشاورزی در شهرستان ساوه

| تهدیدها (T) | فرصتها (O) | SWOT |
|---|---|--|
| <p>۱- تمایل زیاد مردم به تغییر کاربری زمین های کشاورزی به مسکونی ۲- نبود مشارکت محلی ۳- عدم همکاری و تعاملات بین بخشی ۴- کمبود منابع آبی ۵- وجود تعارضات کشاورزی یا فعالیت های اولیه و سنتی مجموعه این بخش ۶- عدم تأمین امنیت مالی ۷- عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی در زیرساخت های گردشگری ۸- روند افزایشی میزان مهاجرت های روستا به شهر ۹- توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت ها ۱۰- عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی ۱۱- عدم سرمایه انسانی متخصص و حرفه ای ۱۲- عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت های کشاورزی</p> | <p>۱- مستعد بودن منطقه جهت سرمایه گذاری و برنامه ریزی گردشگری کشاورزی ۲- موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی های زمین شناختی منطقه ۳- سیستم اطلاع رسانی و فعالیت های تبلیغاتی گردشگری ۴- میزان آگاهی و اطلاع رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی ۵- ارتقاء و بهره گیری و تقویت خرده فرهنگ ها ۶- بهبود زیرساخت های توسعه گردشگری کشاورزی ۷- فعالیت های جذاب و متنوع ۸- بهبود و توسعه الگوی توسعه کارآفرینی شهری یا محلی ۹- مشارکت فعال در فرآیندهای تولید ۱۰- رسانه ها و شبکه های اجتماعی ۱۱- حمایت ها و سیاست گذاری دولتی</p> | |
| <p>راهبردهای تنوع (st) - استراتژی به حداقل رساندن نقاط ضعف: St1 - توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت ها و عدم وجود فناوری پیشرفته در فعالیت های کشاورزی</p> | <p>راهبردهای رقابتی - تهاجمی (so) - استراتژی نقاط قوت: So1 - استفاده هر چه بیشتر از موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی و ویژگی های زمین شناختی منطقه و تقویت برنامه های مربوط به آن</p> | <p>قوتها (S) ۱- نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت های اقتصادی گردشگری کشاورزی ۲- وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات ۳- میزان توجه دولت (محلی) به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری ۴- وسعت زمین های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و باغی ۵- توسعه گردشگری و رونق اشتغال و درآمد ۶- حفظ سنت های فرهنگی ۷- بستر سازی مناسب به منظور مشارکت و سرمایه گذاری های دولتی در فعالیت های گردشگری کشاورزی ۸- افزایش درآمد و کاهش فقر روستائیان و ارتقاء کیفیت زندگی ۹- توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت ها ۱۰- برگزاری جشنواره ها و رویدادهای کشاورزی ۱۱- تولید محصولات ارگانیک در شهر ۱۲- فرصت های بازار</p> |
| <p>راهبردهای تدافعی (wt) - استراتژی پرهیز از</p> | <p>راهبردهای بازنگری (wo) - استراتژی فرصتها:</p> | <p>ضعفها (W) ۱- آگاهی و آموزش ضعیف ۲- قوانین دست و پاگیر ۳- نبود معافیت های مالیاتی ۴- تغییر شیوه و سبک زندگی</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>تهدید:</p> <p>Wt1 - تاکید بر بهبود میزان مشارکتها</p> | <p>Wo1 - چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی</p> <p>Wo2 - بازنگری در نحوه توزیع منابع و امکانات، خدمات و تسهیلات مربوط به گردشگری</p> <p>Wo3 - استفاده از کارشناسان و نیروی انسانی بومی جهت برنامه ریزی ها مربوط به گردشگری</p> | <p>۵- اقامتگاه‌های مناسب جهت اسکان و استراحت گردشگران</p> <p>۶- قوانین مربوط به ارث ۷- کمبود نیروی کار</p> <p>۸- عدم پوشش بیمه‌ای محصولات ۹- دسترسی محدود به اطلاعات</p> <p>۱۰- مشکلات و روابط اجتماعی ضعیف</p> <p>۱۱- چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی ۱۲- نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات</p> <p>۱۳- تعدد صاحبان بخش کشاورزان یا خرده‌پا بودن آن‌ها</p> <p>۱۴- همکاری ضعیف تعاونی‌ها</p> |
|--|--|--|

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

در جدول (۴) مربوط به تحقق چشم‌انداز توسعه گردشگری کشاورزی نشان داده شده است. ستون‌های نوشته شده، به ترتیب از سمت راست، لیست عوامل داخلی و خارجی و وزن‌های آن می‌باشند که دقیقاً از ماتریس عوامل داخلی و خارجی استنباط گردیده است. در ستون‌های بعدی، استراتژی‌هایی که در ماتریس SWOT بیان شده بود (که شامل $so1, st1, wo1, wo2, wo3$ در $wt1$ در ۶ ستون قرار می‌گیرد که هر ستون خود شامل As (نمره جذابیت) و Tas (کل نمره جذابیت) است. کل نمره جذابیت از حاصلضرب وزن در نمره جذابیت به دست می‌آید. نمره جذابیت می‌تواند ۱ و ۲ و ۳ و ۴ باشد. بالاترین جذابیت ۴، پایین‌ترین جذابیت ۱ خواهد بود. البته بعضی از عوامل استراتژیک، برای استراتژی‌ای ممکن است هیچ جذابیتی نداشته باشد، در این حالت نباید نمره جذابیتی برای آن عامل در نظر گرفته شود. باید توجه داشت که As ها نباید براساس حدس و گمان باشند بلکه باید دقیق، منطقی و قابل توجیه باشند. در پایان باید Tas های مربوط به هر استراتژی را با هم جمع نمود. هر کدام از استراتژی‌هایی که امتیاز بالاتری داشته باشند، آن استراتژی برای سازمان دارای اولویت است. این مورد، عامل مهمی برای سازمان‌ها و نهادهای متولی امر گردشگری کشاورزی در انتخاب از میان استراتژی‌ها می‌باشد.

جدول ۴. ماتریس برنامه ریزی کمی در برنامه ریزی‌های استراتژیک

| استراتژیها | | | | | | | | | | | | ضریب اهمیت | عوامل داخلی و خارجی |
|------------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|-------|----|------------|---------------------|
| Wt1 | | Wo3 | | Wo2 | | Wo1 | | St1 | | So1 | | | |
| Tas | As | Tas | As | Tas | As | Tas | As | Tas | As | Tas | As | | |
| ۰/۰۷ | ۲ | ۰/۱۰۵ | ۳ | ۰/۱۴ | ۴ | ۰/۱۰۵ | ۳ | ۰/۱۰۵ | ۳ | ۰/۱۰۵ | ۳ | ۰/۰۳۵ | S1 |
| ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۱۵۹ | ۴ | ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۳۹ | S2 |
| ۰/۰۷۲ | ۲ | ۰/۱۰۸ | ۳ | ۰/۱۰۸ | ۳ | ۰/۱۰۸ | ۳ | ۰/۱۰۸ | ۳ | ۰/۱۰۸ | ۳ | ۰/۰۳۶ | S3 |
| ۰/۱۱۰ | ۲ | ۰/۱۱۰ | ۲ | ۰/۱۱۰ | ۲ | ۰/۰۵۵ | ۱ | ۰/۱۱۰ | ۲ | ۰/۰۵۵ | ۱ | ۰/۰۵۵ | S4 |
| ۰/۱۶ | ۳ | ۰/۰۹ | ۲ | ۰/۱۶ | ۳ | ۰/۱۶ | ۳ | ۰/۱۸۰ | ۴ | ۰/۱۶ | ۳ | ۰/۰۴۵ | S5 |
| ۰/۰۸۲ | ۲ | ۰/۰۸۲ | ۲ | ۰/۱۶۴ | ۴ | ۰/۴۱ | ۱ | ۰/۴۱ | ۱ | ۰/۴۱ | ۱ | ۰/۰۴۱ | S6 |
| ۰/۱۲۳ | ۳ | ۰/۰۴۱ | ۱ | ۰/۰۴۱ | ۱ | ۰/۱۲۳ | ۳ | ۰/۱۲۳ | ۳ | ۰/۱۳۳ | ۳ | ۰/۰۴۱ | S7 |
| ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۱۳۸ | ۳ | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۱۳۸ | ۳ | ۰/۰۴۶ | S8 |
| ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۰۳۴ | S9 |

نقاط
قوت (S)

| | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|-----|
| ۰/۱۹۲ | ۴ | ۰/۱۴۴ | ۲ | ۰/۱۴۴ | ۳ | ۰/۰۹۶ | ۲ | ۰/۱۹۲ | ۴ | ۰/۰۹۶ | ۲ | ۰/۰۴۸ | S۱۰ |
| ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۹۰ | ۲ | ۰/۱۸ | ۴ | ۰/۰۹۰ | ۲ | ۰/۰۹۰ | ۲ | ۰/۰۹۰ | ۲ | ۰/۰۴۵ | S۱۱ |
| ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۱۰۶ | ۴ | ۰/۱۰۲ | ۳ | ۰/۰۳۴ | S۱۲ |
| ۰/۱۳۲ | ۳ | ۰/۰۴۴ | ۱ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۱۷۶ | ۴ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۱۷۶ | ۴ | ۰/۰۴۴ | W۱ |
| ۰/۰۴۶ | ۱ | - | - | ۰/۰۴۶ | ۱ | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۱۳۸ | ۳ | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۴۶ | W۲ |
| ۰/۰۹۴ | ۲ | ۰/۰۳۷ | ۱ | ۰/۰۹۴ | ۲ | ۰/۰۳۷ | ۲ | ۰/۰۳۷ | ۲ | ۰/۰۳۷ | ۲ | ۰/۰۳۷ | W۳ |
| ۰/۰۳۲ | ۱ | ۰/۰۳۲ | ۱ | ۰/۰۶۴ | ۱ | ۰/۰۳ | ۱ | ۰/۰۳۲ | ۱ | ۰/۰۳۲ | ۱ | ۰/۰۳۲ | W۴ |
| ۰/۰۴۴ | ۱ | ۰/۰۴۴ | ۱ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۱۳۲ | ۴ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۰۴۴ | W۵ |
| ۰/۰۷۲ | ۲ | ۰/۰۳۶ | ۱ | ۰/۱۴۴ | ۴ | ۰/۰۳۶ | ۱ | ۰/۱۰۸ | ۱ | ۰/۰۳۶ | ۱ | ۰/۰۳۶ | W۶ |
| ۰/۰۴۶ | ۱ | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۹۲ | ۲ | - | - | ۰/۰۹۲ | ۲ | ۰/۰۴۶ | W۷ |
| ۰/۰۸۰ | ۲ | ۰/۰۴۰ | ۱ | ۰/۰۸۰ | ۲ | ۰/۰۴۰ | ۱ | ۰/۰۴۰ | ۱ | ۰/۰۴۰ | ۱ | ۰/۰۴۰ | W۸ |
| ۰/۱۵۹ | ۳ | ۰/۱۰۶ | ۲ | ۰/۱۵۹ | ۳ | ۰/۱۵۹ | ۳ | ۰/۱۰۶ | ۲ | ۰/۱۴۹ | ۳ | ۰/۰۵۳ | W۹ |
| ۰/۰۸۴ | ۲ | ۰/۰۸۴ | ۲ | ۰/۱۶۸ | ۴ | ۰/۰۴۲ | ۱ | ۰/۱۲۶ | ۳ | ۰/۰۴۲ | ۱ | ۰/۰۴۲ | W۱۰ |
| ۰/۰۳۵ | ۱ | ۰/۰۳۵ | ۱ | ۰/۰۷۰ | ۵ | ۰/۱۴ | ۴ | ۰/۰۷۰ | ۲ | ۰/۱۴ | ۴ | ۰/۰۳۵ | W۱۱ |
| ۰/۱۸۳ | ۳ | ۰/۱۳۲ | ۲ | ۰/۱۸۳ | ۳ | ۰/۱۲۲ | ۲ | ۰/۱۲۲ | ۲ | ۰/۱۲۲ | ۲ | ۰/۰۶۱ | W۱۲ |

نقاط
ضعف (W)

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

ادامه جدول ۴. ماتریس برنامه ریزی کمی در برنامه ریزی‌های استراتژیک

| استراتژیها | | | | | | | | | | | | ضریب اهمیت | عوامل داخلی و خارجی |
|------------|----------------|-------|----|-------|----------------|-------|----|-------|----------------|-------|----|---------------|------------------------|
| Wt۱ | | Wor | | Wor | | Wo۱ | | St۱ | | So۱ | | | |
| Tas | A _s | Tas | As | Tas | A _s | Tas | As | Tas | A _s | Tas | As | | |
| ۰/۰۸۴ | ۲ | ۰/۱۶۸ | ۴ | ۰/۱۶۸ | ۴ | ۰/۱۶۸ | ۴ | ۰/۱۶۸ | ۴ | ۰/۰۸۴ | ۲ | ۰/۰۴۲ | O۱ |
| ۰/۱۰۴ | ۲ | ۰/۱۵۶ | ۳ | ۰/۱۵۶ | ۳ | ۰/۱۶۵ | ۳ | ۰/۱۰۴ | ۲ | ۰/۰۵۲ | ۱ | ۰/۰۵۲ | O۲ |
| ۰/۰۹۶ | ۳ | ۰/۰۹۶ | ۳ | ۰/۰۶۴ | ۲ | ۰/۰۶۴ | ۲ | ۰/۰۹۶ | ۳ | ۰/۰۹۶ | ۳ | ۰/۰۳۲ | O۳ |
| ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۰۱۵ | ۴ | ۰/۰۳۹ | O۴ |
| ۰/۰۹۸ | ۲ | ۰/۰۴۹ | ۱ | ۰/۰۴۹ | ۱ | ۰/۰۹۸ | ۲ | ۰/۱۹۶ | ۴ | ۰/۰۴۹ | ۱ | ۰/۰۴۹ | O۵ |
| ۰/۰۷ | ۲ | ۰/۰۷ | ۲ | ۰/۰۷ | ۲ | ۰/۰۷ | ۲ | ۰/۱۰۵ | ۳ | ۰/۰۷ | ۲ | ۰/۰۳۵ | O۶ |
| ۰/۰۷۴ | ۲ | ۰/۷۴ | ۲ | ۰/۱۱۱ | ۳ | ۰/۰۳۷ | ۱ | ۰/۷۴ | ۲ | ۰/۰۷۴ | ۲ | ۰/۰۳۷ | O۷ |
| ۰/۰۴۱ | ۱ | ۰/۰۸۲ | ۲ | ۰/۰۴۱ | ۱ | ۰/۰۴۱ | ۱ | ۰/۰۸۲ | ۲ | ۰/۰۴۱ | ۱ | ۰/۰۴۱ | O۸ |
| ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۳۹ | O۹ |
| ۰/۰۶۶ | ۲ | ۰/۰۳۳ | ۱ | ۰/۰۹۹ | ۳ | ۰/۰۶۶ | ۲ | ۰/۰۶۶ | ۲ | ۰/۰۹۹ | ۳ | ۰/۰۳۳ | O۱۰ |
| ۰/۱۳۲ | ۳ | ۰/۱۳۲ | ۳ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۱۳۲ | ۳ | ۰/۰۸۸ | ۲ | ۰/۰۴۴ | O۱۱ |
| - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| ۰/۱۲۶ | ۱ | - | - | ۰/۱۲۶ | ۱ | ۰/۵۰۴ | ۴ | ۰/۱۲۶ | ۱ | - | - | ۰/۱۲۶ | T۱ |
| ۰/۶۲۴ | ۳ | ۰/۴۱۶ | ۲ | ۰/۴۱۶ | ۲ | ۰/۶۲۴ | ۳ | ۰/۴۱۶ | ۲ | ۰/۲۰۸ | ۱ | ۰/۲۰۸ | T۲ |
| ۰/۱۲۸ | ۲ | ۰/۰۶۴ | ۱ | ۰/۱۲۸ | ۲ | ۰/۱۲۸ | ۲ | ۰/۰۶۴ | ۱ | ۰/۱۹۲ | ۳ | ۰/۰۶۴ | T۳ |
| ۰/۰۷۸ | ۱ | ۰/۱۵۶ | ۲ | ۰/۰۷۸ | ۱ | ۰/۲۳۴ | ۳ | ۰/۲۳۴ | ۳ | ۰/۲۶۴ | ۳ | ۰/۰۷۸ | T۴ |
| ۰/۱۹۶ | ۲ | ۰/۱۹۶ | ۲ | ۰/۲۹۶ | ۳ | ۰/۱۹۶ | ۲ | ۰/۰۹۸ | ۱ | ۰/۱۹۶ | ۲ | ۰/۰۹۸ | T۵ |
| ۰/۱۴ | ۲ | ۰/۱۴ | ۲ | ۰/۰۷۰ | ۱ | ۰/۰۷ | ۱ | ۰/۱۴ | ۲ | ۰/۲۱ | ۳ | ۰/۰۷۰ | T۶ |
| ۰/۰۷۴ | ۱ | ۰/۱۴۸ | ۳ | ۰/۱۴۸ | ۳ | ۰/۱۴۸ | ۲ | ۰/۱۴۸ | ۳ | ۰/۱۴۸ | ۲ | ۰/۰۷۴ | T۷ |

نقاط
فرصت (O)

نقاط
تهدید (t)

| | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|-------|-----|-----|
| ۰/۱۶۴ | ۲ | ۰/۰۸۲ | ۱ | ۰/۳۲۸ | ۴ | ۰/۲۴۶ | ۳ | ۰/۱۶۴ | ۲ | ۰/۱۶۴ | ۲ | ۰/۰۸۲ | T۸ | |
| ۰/۰۳۹ | ۱ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۰۷۸ | ۲ | ۰/۱۱۷ | ۳ | ۰/۰۳۹ | T۹ | |
| ۰/۲۶۴ | ۴ | ۰/۱۳۲ | ۲ | ۰/۱۳۲ | ۲ | ۰/۱۳۲ | ۲ | ۰/۰۶۶ | ۱ | ۰/۰۶۶ | ۱ | ۰/۰۶۶ | T۱۰ | |
| ۰/۲۶۴ | ۳ | ۰/۲۶۴ | ۳ | ۰/۱۷۸ | ۲ | ۰/۲۶۴ | ۳ | ۰/۱۷۸ | ۲ | ۰/۱۷۸ | ۲ | ۰/۰۸۸ | T۱۱ | |
| ۰/۳۶ | ۳ | ۰/۳۶ | ۲ | ۰/۲۴ | ۲ | ۰/۴۸ | ۴ | ۰/۳۶ | ۳ | ۰/۳۶ | ۳ | ۰/۱۲ | T۱۲ | |
| ۵/۷۷ | - | ۵/۶۹ | - | ۵/۹۳ | - | ۶/۸۲ | - | ۶/۶۹ | - | ۵/۴۴ | - | ۲/۵۷ | - | جمع |

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

با توجه به نتایج حاصله از جمع Tas مربوط به هر استراتژی، استراتژی رقابتی-تهاجمی (WO) بالاترین امتیاز را کسب نموده است. استراتژی مذکور با تأکید بر استفاده هر چه بیشتر از موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی، ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه و تقویت برنامه‌های مربوط به آن از اولویت بالایی برخوردار است. در ادامه نیز به‌منظور اولویت‌بندی گزینه‌های راهبرد برتر، ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی تدوین شد (جدول ۵).

جدول ۵. راهبردهای کلان گردشگری کشاورزی در پایداری سکونتگاه‌های شهری و روستایی شهرستان ساوه

| |
|---|
| - ایجاد و استقرار صنایع تکمیلی در جهت کاهش میزان مهاجرت‌ها و خالی شدن روستاها از سکنه |
| - افزایش توجه به بهداشت محیط‌های روستایی و کشاورزی در راستای حفظ سلامت روستاییان و گردشگران |
| - اتخاذ سیاست‌های اصولی از طریق آموزش، برنامه‌ریزی و مدیریت بهینه و ایجاد سازگاری و هماهنگی کردن سودمندی گروه‌های مختلف از جمله جامعه‌های محلی و کشاورزان، فعالان صنعت گردشگری و گردشگران |
| - افزایش جشنواره‌های فرهنگی و کشاورزی در مناطق دارای توان بالقوه گردشگری کشاورزی به‌منظور شناساندن قابلیت‌های گردشگری آن‌ها |
| - تلاش برای حفظ و افزایش نشاط بوم نظام‌های کشاورزی منطقه به علت داشتن تأثیر مثبت در جذب گردشگران کشاورزی |
| - فراهم کردن خدمات رفاهی مناسب در مناطق کشاورزی برای افزایش رضایت گردشگران البته با رعایت اصول توسعه پایدار |
| - همکاری و هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های درگیر در کشاورزی، گردشگری و توسعه روستایی |
| - اطلاع‌رسانی و تبلیغات در مورد بسیاری از توانایی‌ها و جاذبه‌های گردشگری منطقه |
| - مشارکت در فعالیت‌های مزرعه و آشنایی با انجام فعالیت‌های کشاورزی و نحوه تولید محصولات کشاورزی (تجربه مستقیم فعالیت‌های کشاورزی) |
| - توجه جامعه محلی به توسعه پایدار و حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی منطقه |
| - تقویت سیستم اطلاع‌رسانی و فعالیت‌های تبلیغاتی گردشگری در منطقه |
| - تثبیت سکونتگاه‌ها و کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها |
| - بهبود اشتغال و تثبیت درآمد پایدار |

| |
|---|
| - ایجاد و فراهم نمودن امنیت اجتماعی پایدار |
| - بهبود کیفیت زندگی شهروندان |
| - مشارکت دادن جامعه محلی در برنامه‌ریزی‌ها |
| - تقویت شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های بومی و محلی در جهت تبلیغات و بازاریابی محصولات |
| - تقویت فرهنگ گردشگری و گردشگر پذیری |
| - توسعه ارتباطات و فناوری‌های زیرساختی |
| - آموزش و مهارت در نحوه پذیرایی و استقبال از گردشگران |
| - ایجاد بازارچه‌ها و ویژه فروش محصولات کشاورزی در محدوده شهرها و مناطق بین‌راهی |
| - به‌کارگیری و استفاده از فناوری‌های هوشمند در جهت تقویت کشاورزی منطقه |
| - حمایت از بخش خصوصی (میدان دادن به سرمایه‌گذاران در این بخش) |
| - بهبود و حمایت از فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد (حوزه گردشگری و کشاورزی) |

مأخذ: (یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین و جذاب‌ترین منابع اقتصادی جهان به شمار می‌رود، از این رو بسیاری از کشورها در رقابتی نزدیک و فشرده، در پی افزایش بیش‌ازپیش منافع و عواید خود از این فعالیت بین‌المللی‌اند؛ و همچنین با ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد، به یکی از بزرگ‌ترین و پرمفعت‌ترین صنایع در اقتصاد جهان تبدیل شده و بستری جهت ایجاد تغییرات در فضاهای جغرافیایی فراهم آورده است؛ یکی از صنایع در حال رشد است و با توجه به ماهیت گردشگری دارای انواع مختلفی از جمله گردشگری کشاورزی می‌باشد، در گردشگری کشاورزی هدف توسعه پایدار مناطق شهری و روستایی بر اساس تحقق گردشگری پایدار است، ترکیب گردشگری و کشاورزی در واقع منجر به افزایش درآمد صرف محصولات کشاورزی، حضور زنان در فعالیت‌های اجتماعی-اقتصادی، رونق درآمد، ایجاد فرصت‌های جدید درآمدزایی، ترویج و حفظ فرهنگ روستایی، حفظ محیط طبیعی و مزارع روستایی و ... می‌شود که این عوامل در چارچوب رویکرد توسعه پایدار قرار دارند، گردشگری کشاورزی در دهه‌های اخیر در ایران نسبت به کشورهای چون آمریکا، انگلیس، چین و ... در حال شکوفایی و رشد است اما نیازمند توسعه و ترویج بیشتر و همه‌جانبه است، بر اساس مرور ادبیات گردشگری کشاورزی می‌توان این‌گونه مطرح نمود که عواملی از قبیل مشارکت جامعه محلی، رضایت گردشگران، کیفیت خدمات و تنوع محصولات گردشگری، حمایت دولت از جمله مهم‌ترین عواملی هستند که توسعه گردشگری کشاورزی را سرعت می‌بخشند. در حال حاضر بیشتر کشورهای در حال توسعه به دنبال سیاست‌هایی مانند خروج از اقتصاد تک‌محصولی، جلوگیری از مهاجرت‌های گسترده، کاهش بیکاری و مبارزه با آلودگی بیش‌از حد محیط‌زیست و رسیدن به توسعه پایدار می‌باشند که یکی از این سیاست‌ها، توسعه انواع گردشگری از جمله گردشگری کشاورزی است ولی هرگونه ناکارآمدی مدیریت گردشگری پیامدهای منفی بسیاری به‌ویژه در بُعد زیست‌محیطی به همراه

دارد از این‌رو هم‌زمان با توسعه انواع گردشگری، بررسی و سنجش، تحقق و امکان‌سنجی آن در راستای رسیدن به توسعه پایدار لازم و ضروری است.

پژوهش حاضر به‌منظور امکان‌سنجی و تحقق بخشی گردشگری کشاورزی در توسعه پایدار سکونتگاه‌های ناحیه‌ای شهرستان ساوه با استفاده از راهبرد استراتژیک سوات (SWOT) انجام گرفت. حجم نمونه تحقیق حاضر ۱۸ نفر از متخصصان و مدیران مرتبط با حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی شهری می‌باشد که با استفاده روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده است. با توجه به تحلیل‌ها و بررسی‌های صورت گرفته در مورد امکان‌سنجی و تحقق چشم‌انداز گردشگری کشاورزی و اثرات آن بر پایداری ناحیه‌ای و بر اساس نظرات نخبگان چنین استنباط می‌شود که شهرستان ساوه به‌طور عام و شهر ساوه به‌طور خاص دارای نقاط قوت و فرصتی می‌باشد؛ ولی به‌منظور رسیدن به الگوی سیستم مدیریتی - یکپارچه بر پایه توسعه پایدار شهری؛ در سطح ناحیه‌ای و استانی نیازمند برنامه‌ریزی راهبردی ساختاری و عملکردی در زیرساخت‌ها و سایر بخش‌های روساختی و خدماتی می‌باشد؛ و در این راستا استفاده از نقطه نظرات نخبگان و همچنین مشارکت تمامی مسئولان مربوطه و ذینفعان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تلقی می‌گردد.

بر اساس نظر ذینفعان و جدول نهایی مدل سوات SWOT نتایج حاکی از آن است که مهم‌ترین نقاط قوت (S)، ضعف (W)، فرصت‌ها (O) و تهدیدهای (T) موجود در راستای تحقق بخشی این الگوواره و ارائه راهبرد کلان در منطقه مورد مطالعه و با توجه به نتایج ماتریس کمی راهبردی QSPM می‌توان راهبردهای ذیل را به منظور مدیریت هر چه مؤثرتر گردشگری کشاورزی در نظر گرفت به ترتیب عبارت‌اند از: عواملی نظیر وسعت زمین‌ها و تنوع محصولات کشاورزی و باغی، برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کشاورزی، توسعه و تجهیز امکانات رفاهی، کیفیت خدمات و زیرساخت‌ها؛ همکاری ضعیف تعاونی‌ها، چالش‌های تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی، نبود جایگاه و مکان مناسب جهت استقرار محصولات؛ مستعد بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی، موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی ویژگی‌های زمین‌شناختی منطقه، ارتقاء و بهره‌گیری و تقویت خرده فرهنگ‌ها؛ و در نهایت عدم همکاری و تعاملات بین بخشی، عدم تمایل افراد به تولید محصولات کشاورزی، فقدان استراتژی و برنامه‌ریزی‌های بلندمدت، کمبود منابع آبی می‌باشند.

به‌طور کلی توسعه پایدار در صنعت گردشگری اثراتش را در تمام بخش‌های اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی به‌سرعت نشان خواهد داد که موجب شکوفایی اقتصادی خواهد شد و در نهایت منجر به اشتغال‌زایی، بهره‌وری صنایع محلی، افزایش توان اقتصادی شهر و به‌تبع آن افزایش درآمد سازمان‌های اداره‌کننده شهر (شهرداری‌ها و شوراهای شهر و روستا) برای اداره هر چه بهتر منطقه گردد. بنابراین گردشگری کشاورزی در کشور ایران یکی از طرح‌هایی است که باید در اولویت طرح جامع گردشگری استان‌ها با توجه به محصولات معروف آن‌ها قرار گرفته و حتی به لحاظ اهمیتی که نقش انگیزه گردشگران در انتخاب مقصد دارد باید به‌صورت طرح جامع گردشگری کشاورزان ارائه شود و برای هر یک از این محصولات کشاورزی یک شناسنامه و کُد در نظر گرفته شود تا بتوان آن محصول

را از لحاظ موقعیت جغرافیایی و خصوصیات ژنتیکی به طور دقیق شناسایی کرد و برای تک تک این محصولات فعالیت‌های تبلیغاتی، بازاریابی و فعالیت‌های علمی تحقیقاتی مناسبی صورت گیرد. به نظر می‌رسد توجه به اهداف و اصول توسعه پایدار گردشگری نیازمند همکاری بخش‌ها و نهادهای گوناگون مسئول در تحقق بخشیدن به الگوواره مورد مطالعه است، شناسایی منابع و عوامل مؤثر در توسعه گردشگری و استفاده بهینه از آن‌هاست که در راستای تأمین نیازهای فراغتی جامعه محلی و گردشگران، در مقیاس محلی، ملی و فراملی به کار می‌رود. عوامل کلیدی استراتژیک حاصل از پژوهش حاضر می‌تواند در کانون توجه مدیران و برنامه ریزان محلی و منطقه‌ای قرار گرفته، امکانی مناسب برای توسعه پایدار شهری بر پایه گردشگری کشاورزی پدید آورده، موجب دستیابی منطقه به موقعیت مطلوب در زمینه گردشگری پایدار و رقابتی در عرصه داخلی و بین‌المللی شوند.

منابع و مآخذ:

- ۱- اعرابی، م. ۱۳۸۹. درسنامه برنامه ریزی استراتژیک. دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ سوم: ص ۶۳.
- ۲- امیری، ص.، احسانی فر، ت.، نادری، ن.، رستمی، ف. ۱۳۹۵. ارائه یک مدل مفهومی به‌منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی، ۳(۱): ۱-۱۵.
- ۳- ترکچورن، ط. ۱۳۸۹. تأثیر گردشگری کشاورزی بر اقتصاد محلی و کارآفرینی (منطقه مورد مطالعه: دهستان کترا شهرستان تنکابن). پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی، دانشگاه هنر اصفهان، اسفند ماه ۸۹.
- ۴- خانی، ف.، قاسمی، ا.، قنبری، ع. ۱۳۸۸. بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای چمخاله شهرستان لنگرود). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۱(۴): ۶۴-۵۱.
- ۵- سالنامه آماری، سرشماری نفوس و مسکن (۱۳۹۵). استانداری مرکزی.
- ۶- فرجی دارابخانی، م. ۱۴۰۰. تحلیل نقش گردشگری مذهبی اربعین در توسعه پایدار شهرهای گذرگاهی مرزی (مطالعه موردی: شهر مهران). مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای، ۲(۲): ۱-۲۴.
- ۷- مطیعی لنگرودی، ح.، حیدری، ز. ۱۳۹۵. تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: دهستان بلده شهرستان تنکابن). فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۱(۳): ۲۳-۱.
- ۸- منتصری، ز.، شاطریان، م.، کیانی، ص.، غلامی، ی. ۱۳۹۷. سطح‌بندی توسعه گردشگری روستاهای بخش برزک در شهرستان کاشان. پایان‌نامه کارشناس ارشد اکوتوریسم، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۸(۲): ۹۵-۱۱۴.
- 9- Abdullaev, A. 2006. Ecotourism: the search for an operational definition. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(2): 109-130.
- 10- Ansari, M., Biranvandzadeh, M., Arefi, A. 2020. Investigating the role of stakeholders in the development of naturebased sports tourism in lorestan province. *The Third International Conference on the Development of Geography and Tourism and Sustainable Development of Iran*.
- 11- Ardestani, M. 2008. Principles of rural tourism, the Ministry of Culture and Islamic Guidance. Printing & Publishing Organization.
- 12- Baggy, F.S., Reeder, R.J. 2012. Factors affecting farmer participation in agritourism. *Agricultural and Resource Economics Review*, 41(2): 189-199.
- 13- Barbieri, C. 2013. Assessing the Sustainability of Agritourism in the Us: A Comparison between Agritourism and Other Farm Entrepreneurial Ventures. *Journal of sustainable tourism*, 21(2): 252-70.

- 14- Bondoc, I. 2009. Finding Fun in Food Farming Characteristics of US Agritourism Industry, a master's thesis, University of Florida.
- 15- Byrd, E.T. 2007. Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62(2): 6- 13.
- 16- Demonja, D., Bacac, R. 2011. Agritourism Development in Croatia. *Studies in Physical Culture and Tourism*, 18(4): 361-370.
- 17- Francesca, D. A. 2016. Green Building for a Green Tourism. A new model of ecofriendly Agritourism. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8: 201 – 210.
- 18- Gao, J., Barbieri, C., Valdivia, C. 2013. Agricultural landscape preferences: Implications for agritourism development, *Journal of Travel Research*, 53(3): 366-379.
- 19- Lupi, C., Claudio, V., Mastronardi, L., giannelli, A., Scardera, A. 2017. Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy. *Land Use Policy*, 64: 383-390.
- 20- Malkanthi, S. H. P., Rotary, J. K. 2011. Potential for agritourism development: evidence from srilanka. *The Journal of Agricultural Sciences*, 6 (1): 44-58.
- 21- Movahed, A., Javdan, M., Ghanipour, M. 2020. Analysis of Stakeholders' Perceptions of Tourism Impacts Sustainability in Lahijan. *Urban tourism*, 7(1): 1-15. doi: 10.22059/ jut.2020.290588.733.
- 22- Nechar, M. C., Roma'n G. M., Guerrero M. O., Bustamante L. E. T. 2015. Endogenous practices Aculco agritourism, Mexico, based on the valuation of the cultural patrimony of their plantations (Haciendas). *Tourism in Latin America*, Chapter 10: 175-190.
- 23- Petromana, I., Vargaa, M., Constantinb, E., Petromana, C., Momira, B., Turca, B., Mercea, I. (2016). Agritourism: An Educational Tool for the Students with Agro-Food Profile. *Procedia Economics and Finance*, 39: 83 – 87.
- 24- Polucha, I., Omer elkatib, A., Zukovskis, J. 2011. Organizational aspects of the arrangement and design of green space and infrastructure in the agro – tourism farms: the case study from North-Eastern Poland. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development. Research Papers*, 1 (25): 200 - 207.
- 25- Rogerson, Ch., Rogerson, J.M. 2014. Agritourism and Local Economic Development in South Africa. *Bulletin of Geography. Socioeconomi Series*, 26(26): 93-106.

- 26- Salami, H., Mafi, H., Ansari, V., Peykani, Gh., Mohtashami, T. 2019. Prioritizing the development of agricultural activities with the goal of employment growth. *Agricultural Economics*, 17 (4): 149-173.
- 27- Sznajder, M., Przezbórska, L., Scrimgeour, F. 2009. *Agritourism*, UK: Cabi.
- 28- Varmazyari, H., Asadi, A., Rahimi, A., Faghehi, D. 2016. The Motivation Analysis for Tourists Choice of Agritourism Destination: A Case Study of East Alamut, Iran. *Journal of Rural Research*, 7(4): 644 - 657.
- 29- Veeck, G., Deborah, Ch., Veeck, A. 2006. America's Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan. *The Professional Geographer*, 58(3): 235- 48.
- 30- Yang, L. 2012. Impacts and Challenges in Agri-tourism Development in Yunnan, China. *Tourism Planning & Development*, 9(4): 369-81.

