

روستا و توسعه، سال ۲۵، شماره ۹۷، بهار ۱۴۰۱

DOI: 10.30490/RVT.2021.351447.1255

مقاله پژوهشی

راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از تحلیل ترکیبی SWOT – QSPM (مورد مطالعه: روستای فهرج استان یزد)

مهسا امینی کرج آبادی^۱، مهدیه زحمتکش سردوراهی^۲، محمد سیادتان^۳، محمدمیر اویسی^۴،
لیلا اویسی^۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۵/۲۱

چکیده

گردشگری روستایی به عنوان فرایندی در توسعه روستایی قلمداد می شود که با ایجاد فعالیت های مکمل کشاورزی، می تواند زمینه توسعه اقتصادی و زیست محیطی روستایی را در

۱ - نویسنده مسئول و دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد قشم، ایران.

(Mahsa.amini109@gmail.com)

۲- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی دانشگاه علم و هنر یزد، ایران.

۳- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی دانشگاه علم و هنر یزد، ایران.

۴- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی دانشگاه علم و هنر یزد، ایران.

۵- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی گرایش بازاریابی دانشگاه علم و هنر یزد، ایران.

زمینه افزایش درآمد، اشتغال‌زایی و معیشت پایدار روستایی فراهم کند و بهبود کیفیت زندگی و توزیع متعادل و مناسب خدمات و تسهیلات را در چارچوب توسعه منطقه‌ای و محلی به همراه دارد. هدف از انجام این پژوهش، شناسایی عوامل درونی و بیرونی و ارائه استراتژی‌های مناسب با توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج است. در این راستا از تحلیل ترکیبی SWOT و QSPM استفاده شد که یک روش توصیفی - تحلیلی است. در ابتدا به کمک پرسشنامه، اطلاعات مورد نیاز از گردشگران گردآوری شد. در فرایند تحلیل، از ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی استفاده شد که نشان‌دهنده وضعیت نامساعد عوامل درونی است و همچنین ماتریس ارزیابی عوامل خارجی که نشان می‌دهد گردشگری روستایی به خوبی توانسته از فرصت‌ها بهره برده و از تهدیدها دوریگزیند. سپس بهترین استراتژی با استفاده از ماتریس عوامل داخلی - خارجی، استراتژی‌های گروه WO شناخته شد. در نهایت از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی استفاده که استراتژی‌های گروه WO را اولویت‌بندی نمود.

کلیدواژه‌ها: راهبرد، توسعه گردشگری روستایی، روستای فهرج، تحلیل SWOT، تحلیل QSPM.

مقدمه

صنعت خدماتی گردشگری به ابزاری اصلی برای کیفیت بالای زندگی (Zargham Broujeni and Shalbfafian, 2013) و به یکی از نیروهای شکل‌دهنده جهان امروز در قرن بیست و یکم تبدیل شده است (Higgins-Desbiolles, 2006) و با سهم ۹ درصد از تولید ناخالص داخلی (GDP) و ۸ درصد از کل اشتغال دنیا در سال ۲۰۱۰ یکی از بزرگترین صنایع دنیاست (El Hanandeh, 2013). امروزه مناطق روستایی در کشورهای در حال توسعه و جهان سوم از مناطق توسعه‌نیافته محسوب می‌شوند؛ که ضعف بنیه برنامه‌ریزی در این گونه کشورها دلیل این عقب‌ماندگی است و نتایج زیان‌باری از جمله: مهاجرت، رشد انگلی شهرها، حاشیه‌نشینی و... را به همراه دارد، اما می‌توان با پرداختن به گردشگری و فعال کردن این صنعت در روستا با عنوان گردشگری روستایی، راهبردی برای توسعه روستاها در این گونه کشورها گامی در جهت توسعه برداشت (Nasri and et al., 2010). از این‌رو، امروزه

گردشگری روستایی در کشورهای توسعه یافته، به عنوان یکی از راهبردهای برون رفت مشکلات زیستی در بسیاری از نواحی روستایی و یکی از عوامل راهبردی در توسعه محسوب می شود (Gladstone and et al., 2013; Ramazan Nejad and Roknaddin Eftekhari, 2019).

توسعه گردشگری روستایی در مقایسه با سایر فعالیت های اقتصادی محیط روستا، پدیده ای نوین و راهکاری اساسی برای ایجاد درآمد برای روستاییان و ماندن آنها در روستا و خارج کردن روستاها از حالت انزواست (Dyer and et al., 2007; Nowruzi Fard and Khorasani, 2016). امروزه گرایش ساکنان شهرها برای گردشگری در روستاها افزایش چشمگیری یافته است (Tulayi and et al., 2013). روستاها و ساکنین آن از دو جهت با صنعت گردشگری در ارتباط هستند. یکی این که محیط روستایی به عنوان فضا و مکان ییلاقی محل مناسبی برای گذران اوقات فراغت گردشگران به شمار می آید و دیگر این که تولیدات آنها اعم از مواد خوراکی و صنایع دستی به گردشگران عرضه شده و از این طریق به اقتصاد معیشتی آنها کمک می کند (Ghaderi and et al., 2010). همچنین با توجه به اهمیت گردشگری روستایی و توسعه آن، دولت ها در سیاست گذاری های خود به این موضوع توجه ویژه ای دارند.

روستای تاریخی فهرج در شهرستان یزد در مسیر جاده یزد - بافق واقع شده است. قدمت این روستا به ۵۰۰۰ سال می رسد. به علت نزدیکی این روستا به شهر یزد آمارهای مرتبط با عناصر اقلیمی این شهر به روستای فهرج قابل تعمیم است. اغلب مردم روستا (۵۶٪) شغل آزاد از قبیل رانندگی و سایر مشاغل خدماتی دارند. ۲۷٪ از مردم روستا کشاورزانی هستند که در گلخانه ها مشغول به کارند. کم آبی و خشکسالی که بین سال های ۱۳۶۵ و ۱۳۷۵ در روستا اتفاق افتاد منجر به مهاجرت روستاییان به مناطق شهری و کاهش جمعیت روستا شد. تأسیس گلخانه ها و آبیاری به روش قطره ای در سال های بعد منجر به بازگشت روستاییانی شد که روستا را ترک کرده بودند و جمعیت روستا بین سال های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۶ افزایش یافت.

مسجد جامع فهرج که قدیمی ترین مسجد ساخته شده در ایران است مهم ترین عامل جذب گردشگر در روستا محسوب می شود. فصل گردشگری روستا اواخر زمستان و اوایل بهار

است که ماه‌های اسفند و فروردین (ایام نوروز) را دربرمی‌گیرد. تا به حال روندهای گردشگری در روستا مدیریت نشده و بدون برنامه‌ریزی است. استراتژی‌های پیشنهادشده در برنامه استراتژیک منطقه نمونه گردشگری فهرج که توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد انجام شده است به مرحله اجرا درنیامده‌اند. به‌عنوان نمونه تدابیری از قبیل تأسیس کارگاه‌های صنایع دستی و بازارهایی جهت فروش محصولات کشاورزی جهت تشویق افراد محلی به‌منظور مشارکت در توسعه گردشگری روستا اندیشیده شده است که تاکنون اجرایی نشده‌اند. برنامه‌های توسعه‌ای دیگری از قبیل برنامه پارک روستایی و کمپ گردشگری نیز تدوین شده‌اند که در مراحل اولیه بودجه‌گیری هستند. بازسازی منطقه تاریخی روستا که در آن قلعه مسجد انبار و خانه‌های قدیمی قرار گرفته‌اند توسط سازمان‌های دولتی ذی‌ربط انجام شده است. قبرهای قدیمی که در ۲ کیلومتری روستا واقع شده‌اند به علت وجود اشیاء عتیقه مورد دست‌برد قرار گرفته‌اند. با وجود این که چشم‌انداز روستا بیابانی است مناطق بیابانی اطراف روستا به‌ندرت مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرند. قنات‌های روستا که خشکیده‌اند و خانه‌های تاریخی روستا از جمله جاذبه‌های تاریخی روستا هستند که بدون استفاده رها شده و بازدید نمی‌شوند (Aghazamani and Ghaderi, 2013).

همچنین روستای فهرج از نظر گردشگری دارای جاذبه و قابلیت‌هایی فراوانی است که می‌توان به آب انبار حسینه، مجموعه تاریخی و دیدنی شهدای فهرج، مسجد علاقندی (علی قوندی)، کمپ کویری فهرج، تکیه علاقمندی، قلعه فهرج، کاروانسرای بن ده، حمام بن ده، چاه چهل دختران و قلعه معاذ اشاره کرد. بر همین اساس هدف این پژوهش شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و ارائه استراتژی‌های توسعه‌ای مناسب برای توسعه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: روستای فهرج استان یزد) است.

تاکنون تحقیقات بسیاری در زمینه گردشگری روستایی انجام گرفته است که در زیر چند مورد از آن‌ها آورده شده است. نتایج پژوهش صالح‌پور و همکارانش (Salehpour and et al., 2019) که به قابلیت‌سنجی توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر رویکرد توسعه پایدار

راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از.....

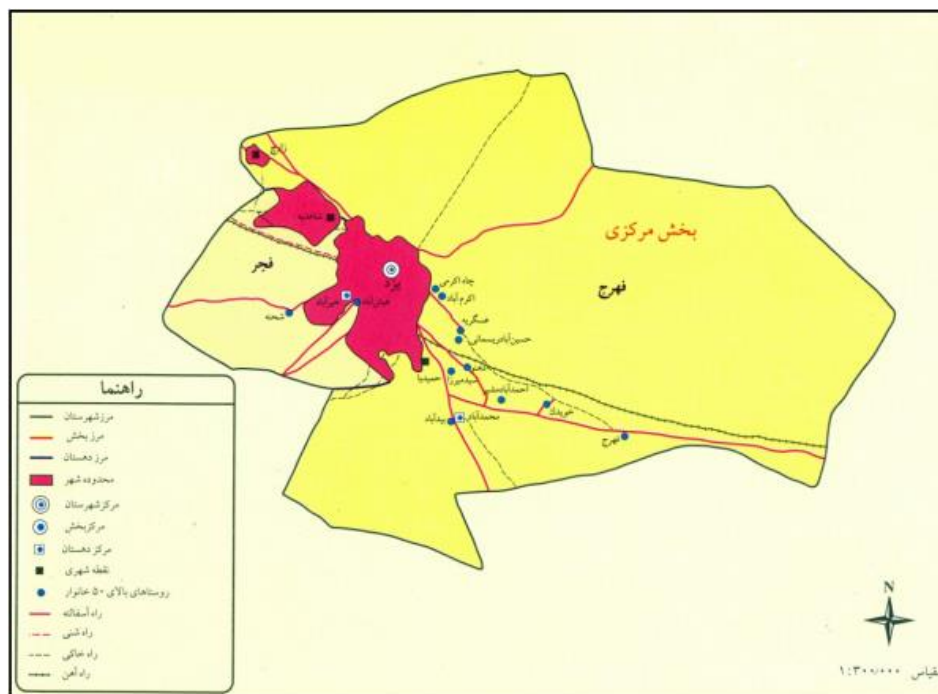
در منطقه تخت سلیمان تکاب پرداختند، نشان می‌دهد که مناسب‌ترین راهبرد برای توسعه گردشگری روستایی در محدوده مورد مطالعه، راهبرد تدافعی (WT) با امتیاز ۰/۶۱۴۳ است. بر این اساس لازم است اقداماتی نظیر تدوین مقررات جدید برای نگهداشت محیط زیست، آثار تاریخی و جلوگیری از برهم خوردن تعادل اکولوژیکی منطقه، بسترسازی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی در صنعت گردشگری و ایجاد زیرساخت‌ها و تسهیلات مناسب، توسعه و ترویج برنامه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی به ساکنان بومی در زمینه گردشگری، آموزش افراد متخصص برای استفاده بهینه از سرمایه‌های طبیعی و انسانی، بازاریابی و تبلیغات پتانسیل‌های گردشگری در سطح محلی، ملی و فراملی انجام شود. نتایج پژوهشی دیگر از رزاقی بورخانی و محمدی (Razzaqi Borkhani and Mohammadi, 2018) نشان دادند که در تدوین راهبردها در دو شهرستان سوادکوه و سوادکوه شمالی مازندران، مهم‌ترین راهبردهای مدل TOWS، به ترتیب اولویت شامل راهبردهای حداکثر - حداکثر (SO)، حداقل - حداکثر (WO)، حداکثر - حداقل (ST) و حداقل - حداقل (WT) برای توسعه گردشگری روستایی تبیین گردیده است. همچنین یافته‌های پژوهشی آقازمانی و قادری (Aghazamani and Ghaderi, 2013) حاکی از آن است که روستای فهرج پتانسیل‌های لازم جهت توسعه گردشگری را دارد؛ اما به دلیل عدم بهره‌برداری از این قابلیت‌ها، زمینه توسعه پایدار روستایی در این منطقه فراهم نشده است. با به کارگیری مدل باتلر مشخص شد که این روستا در مرحله اکتشافی قرار گرفته است و از اغلب منابع گردشگری روستا استفاده نشده است. در این مطالعه اثرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی گردشگری بر روستا و همچنین میزان رضایت جامعه میزبان بررسی شده است؛ علی‌رغم این که گردشگری در روستا اثرات مثبت اجتماعی - فرهنگی نظیر افزایش غرور روستاییان، افزایش آگاهی آن‌ها از آثار تاریخی، بازسازی مکان‌های تاریخی و حفاظت از آن‌ها را در پی داشته است، جامعه میزبان نتوانسته از مزایای اقتصادی آن بهره‌مند شود. با این حال گردشگری از بعد زیست‌محیطی با مراقبت بیشتر روستاییان در زمینه تمیز ماندن روستا همراه بوده است.

نتایج فوتیادیس و همکاران (Fostiadis and et al., 2019) نشان داد که در مرحله اول، کمک‌های مالی، رهبری و همکاری از طرف جامعه میزبان به‌عنوان عوامل مهم توسعه گردشگری روستایی تلقی می‌شوند. در مرحله دوم، حمایت‌ها، اندازه و شرایط اقتصادی پیرامونی بر دیدگاه میزبانان گردشگری روستایی تأثیر می‌گذارد که از عوامل موفقیت‌آمیز کسب و کارهای های روستایی هستند. لیو (Liu, 2019) به تجزیه و تحلیل مشخص از مشکلات موجود در توسعه گردشگری روستایی در هاینان پرداخت. وی به این نتیجه دست یافت که هاینان مرجع خوبی برای فضای معاصر روستایی، برنامه‌ریزی و طراحی، جلوگیری از اتلاف و توسعه بیش از حد عناصر منابع در روند ساخت و توسعه فضای روستایی، و استفاده بهینه از منابع گردشگری را ترویج می‌کند. گردشگری روستایی هاینان شروع به نوسازی کرد و موجب تعدیل ساختار صنعتی هاینان شد.

همچنین با استناد به مرکز اسناد و کتابخانه میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد، تحقیقات و پژوهش‌های مهمی در منطقه فهرج در زمینه موضوعاتی مانند حفاری‌های پژوهشی، طرح ساماندهی فهرج و مسجد جامع فهرج انجام شده است. با توجه به بررسی پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته و اهمیت روستای فهرج، انجام تحقیقی که به بررسی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج پردازد، لازم و ضروری است.

روش‌شناسی تحقیق

روش پژوهش، روش توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز، از منابع کتابخانه‌ای (برای مبانی نظری) و از پرسشنامه (برای پژوهش عملی) استفاده شده است. نخست پرسشنامه‌هایی بین گردشگران روستایی توزیع شد و سپس نقاط ضعف، قوت، فرصت‌ها و تهدیدهای توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج استان یزد از آن‌ها استخراج شد. شکل ۱ نشان‌دهنده موقعیت جغرافیایی روستای فهرج در استان یزد است.



شکل ۱: نقشه موقعیت جغرافیایی روستای فهرج استان یزد

با درهم آمیزی اطلاعات پرسشنامه‌های گردشگران، داده‌های مدل SWOT، فراهم شد. اطلاعات به دست آمده توسط مدل فوق، تحلیل شد و در پایان نیز استراتژی‌هایی برای توسعه گردشگری روستایی تدوین شد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تصادفی استفاده شد و نمونه‌گیری توسط فرمول کوکران انجام گرفت. تعداد نمونه ۳۲۲ نفر پیشنهاد شد که تعداد ۳۳۰ پرسشنامه در میان جامعه آماری توزیع شد. مدل کاربردی تحقیق، مدل ترکیبی تحلیل استراتژیک SWOT و مدل برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM است. ابتدا وضع موجود صنعت گردشگری روستایی در روستای فهرج استان یزد بررسی شد. سپس بر اساس مدل‌ها و الگوهای مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژیک، عوامل محیطی و داخلی، بررسی شد. سپس با تعیین نقاط قوت و ضعف و تهدیدها و فرصت‌ها، به تجزیه و تحلیل یافته‌ها با استفاده از مدل

SWOT و ماتریس‌های مربوط به آن شامل ماتریس ارزیابی عوامل خارجی، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس تلفیق عوامل داخلی و خارجی و در نهایت ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM پرداخته شد.

مدل SWOT، روش تحلیل قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها و ابزاری برای تحلیل محیط‌های درونی و بیرونی است که با ایجاد یک نگرش سیستمی از نحوه تصمیم‌گیری پشتیبانی می‌کند (Kahraman and et al., 2007).

روند تحلیل توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج استان یزد از شناسایی عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) آغاز می‌شود و سپس به ارزیابی عوامل درونی (IFE) و عوامل بیرونی (EFE)، تدوین استراتژی توسط مدل SWOT می‌پردازد. در ادامه، با بهره‌گیری از ماتریس ارزیابی درونی - بیرونی IE، مشخص می‌شود که گردشگری روستایی در روستای فهرج استان یزد در چه موقعیتی قرار دارد. سرانجام، با بهره‌گیری از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM، مشخص می‌شود که اولویت با کدام استراتژی تدوین شده است.

نتایج و بحث

ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)، برای بررسی عوامل داخلی است. این ماتریس نقاط قوت و ضعف اصلی گردشگری روستایی در روستای فهرج را تدوین و ارزیابی می‌کند و همچنین برای شناسایی و ارزیابی روابط بین آن‌ها راه‌هایی ارائه می‌نماید. این ماتریس در پنج مرحله زیر شکل می‌گیرد: ۱- پس از به دست آوردن نقاط قوت و ضعف، این عوامل به ترتیب نقاط قوت و ضعف، نوشته می‌شود. ۲- به هر یک از نقاط قوت و ضعف از صفر (اهمیت ندارد) تا ۱ (بسیار مهم است)، ضریب داده می‌شود. ضریب هر عامل، بیانگر اهمیت نسبی آن عامل است. مجموع این ضرایب باید برابر یک شود. ۳- به هر یک از عامل‌ها (نقاط قوت و ضعف) نمره ۱ تا ۴ داده می‌شود. نمره ۱ بیانگر ضعف اساسی، نمره ۲ ضعف کم، نمره ۳ بیانگر

راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از.....

نقطه قوت و نمره ۴ نشانگر قوت بسیار بالای عامل مورد نظر است (نمره ۱ و ۲ مخصوص نقاط ضعف، و نمره ۳ و ۴، مخصوص نقاط قوت است). ۴- ضریب هر عامل، در نمره آن ضریب، ضرب می‌شود. ۵- مجموع نمره‌های نهایی هر عامل محاسبه می‌شود. اگر نمره نهایی، کمتر از ۲/۵ باشد، به این معناست که گردشگری روستایی از نظر عوامل داخلی دچار ضعف است. اگر نمره نهایی بیشتر از ۲/۵ باشد، به این معناست که گردشگری روستایی از نظر عوامل درونی دارای قوت است.

جدول ۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (نقاط قوت) توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج

ردیف	قوت‌ها	ضریب	نمره نهایی
۱	وجود راه‌های دسترسی مناسب	۰/۰۲۴	۳
۲	نزدیکی به شهر مرکزی	۰/۰۱۲	۳
۳	وجود جاذبه‌های فرهنگی (آداب و رسوم، فرهنگ محلی، جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی)	۰/۰۵۰	۴
۴	قدمت تاریخی روستای فهرج	۰/۰۶۳	۴
۵	داشتن محیط آرام برای استراحت و تفریح گردشگران	۰/۰۵۲	۴
۶	ایجاد اشتغال و افزایش درآمد روستاییان	۰/۰۳۲	۳
۷	کاهش مهاجرت به شهر	۰/۰۲۱	۳
۸	داشتن پتانسیل لازم برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی	۰/۰۴۵	۳
۹	وجود وضعیت بالای آگاهی و سواد در بین جوانان روستایی و ایجاد حس همکاری و مشارکت در آنان	۰/۰۱۲	۳
۱۰	وجود زیرساخت‌ها و اماکن لازم همچون آب شهری، برق، گاز و ... در روستا	۰/۰۲۰	۳
۱۱	وجود امکانات پزشکی در روستا	۰/۰۱۳	۳
۱۲	وجود پتانسیل لازم برای ایجاد خدمات اقامتی و پذیرایی	۰/۰۲۵	۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۲. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (نقاط ضعف) توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج

ردیف	ضعف‌ها	ضریب	نمره	نمره نهایی
۱	کمبود آب	۰/۰۸۶	۱	۰/۰۸۶
۲	شرایط اقلیمی نامناسب و کویری	۰/۰۸۳	۱	۰/۰۸۳
۳	تهدیدهای زیست‌محیطی و ایجاد خسارت به آثار فرهنگی و تاریخی	۰/۰۵۴	۱	۰/۰۵۴
۴	نبود خدمات فرهنگی و تفریحی مناسب در روستا	۰/۰۶۲	۱	۰/۰۶۲
۵	کمبود وسایل نقلیه مناسب از مراکز شهری به مقاصد گردشگری	۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱
۶	کمبود نیروی متخصص و آشنا به گردشگری	۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷
۷	عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولت در روستا	۰/۰۵۳	۱	۰/۰۵۳
۸	ناکافی بودن تسهیلات و امکانات اقامتی در روستا	۰/۰۶	۱	۰/۰۶
۹	توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال	۰/۰۷۴	۱	۰/۰۷۴
۱۰	نبود تبلیغات و بی‌اطلاعی گردشگران	۰/۰۶۱	۱	۰/۰۶۱
۱۱	تعارض میان فرهنگ گردشگران و ساکنین محلی روستا	۰/۰۲۰	۲	۰/۰۴
	جمع	۱	-	۱/۹۲۳
	میانگین	-	۱/۵۴	-

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۲ نشان می‌دهد که مجموع نمره نهایی نقاط قوت و ضعف برابر ۱/۹۲۳ شده است که این عدد فاصله زیادی تا میانگین مورد نظر (۲/۵) دارد. نتیجه آنکه گردشگری روستایی در روستای فهرج دارای شرایط نابسامان درونی است به طوری که روستای فهرج از نظر عوامل داخلی دچار ضعف است.

ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

برای ارزیابی عوامل خارجی از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) استفاده می‌شود. مراحل کار با این ماتریس، همانند ماتریس ارزیابی عوامل داخلی است با این تفاوت که این بار فرصت‌ها و تهدیدها فهرست می‌شوند. تفاوت دیگر آن، در مفهوم نمره دادن به عوامل است.

راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از.....

در این ماتریس همانند ماتریس عوامل داخلی به عوامل نمره ۱ تا ۴ داده می‌شود به طوری که این نمره‌ها نشانگر فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی گردشگری روستایی در روستای فهرج هستند. نمره ۴ نشانگر نمره عالی، نمره ۳ نشانگر از حد متوسط بالاتر، نمره ۲ در حد متوسط و نمره ۱ حد ضعیف آن عامل را نشان می‌دهد. هر یک از فرصت‌ها و تهدیدها می‌توانند هر یک از این نمرات را به خود اختصاص دهند. میانگین مجموع نمرات نیز برابر ۲/۵ است. اگر این میانگین به عدد ۴ برسد، یعنی عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در زمینه گردشگری روستایی بسیار عالی هستند. عدد یک نیز بیانگر این است که گردشگری روستایی نتوانسته از فرصت‌های موجود بهره‌برداری کند و یا از عواملی که موجب تهدید آن شده است، دوری نماید.

جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (فرصت‌ها) توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج

ردیف	فرصت‌ها	ضریب	نمره	نمره نهایی
۱	بستر مناسب برای افزودن جاذبه انسان‌ساخت به جاذبه‌های موجود	۰/۰۶۴	۳	۰/۱۹۲
۲	حفظ فرهنگ بومی	۰/۰۸۱	۴	۰/۳۲۴
۳	افزایش کیفیت زندگی ساکنان محلی با توسعه گردشگری	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
۴	امکان توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری	۰/۰۹۲	۴	۰/۳۶۸
۵	افزایش انگیزه در جذب سرمایه‌گذار خصوصی در صورت ارائه خدمات و تسهیلات به آن‌ها	۰/۰۸۳	۴	۰/۳۳۲
۶	افزایش توجه دولت و مسئولان برای ایجاد اشتغال و جلوگیری از مهاجرت روستاییان	۰/۰۵۱	۳	۰/۱۵۳
۷	آموزش و آگاهی‌بخشی به مردم در جهت حفظ محیط زیست	۰/۰۳۶	۳	۰/۱۰۸
۸	رونق صنایع دستی	۰/۰۵۹	۳	۰/۱۷۷
۹	تبادلات فرهنگی مردم روستا با گردشگران	۰/۰۱۱	۲	۰/۰۲۲
۱۰	کاهش نرخ بیکاری و افزایش نقدینگی	۰/۰۳۲	۲	۰/۰۶۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش

جدول ۴. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (تهدیدها) توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج

ردیف	تهدیدها	ضریب	نمره	نمره نهایی
۱	از بین رفتن فرهنگ سنتی مردم روستا در اثر افزایش گردشگران	۰/۰۲	۱	۰/۰۲
۲	عدم صدور مجوز و تسهیلات از سوی دولت جهت گسترش خدمات و تسهیلات گردشگری	۰/۰۴۶	۳	۰/۱۳۸
۳	نداشتن تنوع در ارائه خدمات و محصولات گردشگری	۰/۰۶۸	۴	۰/۲۷۲
۴	تراکم بیش از حد جمعیت در فصول خاص که موجب آسیب به طبیعت و آثار تاریخی - فرهنگی می شود	۰/۰۳۵	۳	۰/۱۰۵
۵	گرایش ساکنان به تبدیل منازل و زمین ها به اماکن اقامتی و از بین رفتن معماری بومی	۰/۰۱۹	۲	۰/۰۳۸
۶	تخریب مزارع و زمین های کشاورزی	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۶۸
۷	افزایش جرم و تخلفات اجتماعی با افزایش تعداد گردشگران	۰/۰۲۱	۲	۰/۰۴۲
۸	نیاز به زمان کم بازدید که موجب ایجاد انگیزه در گردشگران به منظور اقامت در مقاصد رقیب که دارای خدمات بالاتر با جاذبه های متنوع تر می شود	۰/۰۸۶	۳	۰/۲۵۸
۹	نبود تبلیغات و بازاریابی مناسب جهت جذب گردشگران	۰/۰۷۲	۳	۰/۲۱۶
	جمع	۱	-	۳/۲۵۷
	میانگین	-	۲/۸۹	-

مأخذ: یافته های پژوهش

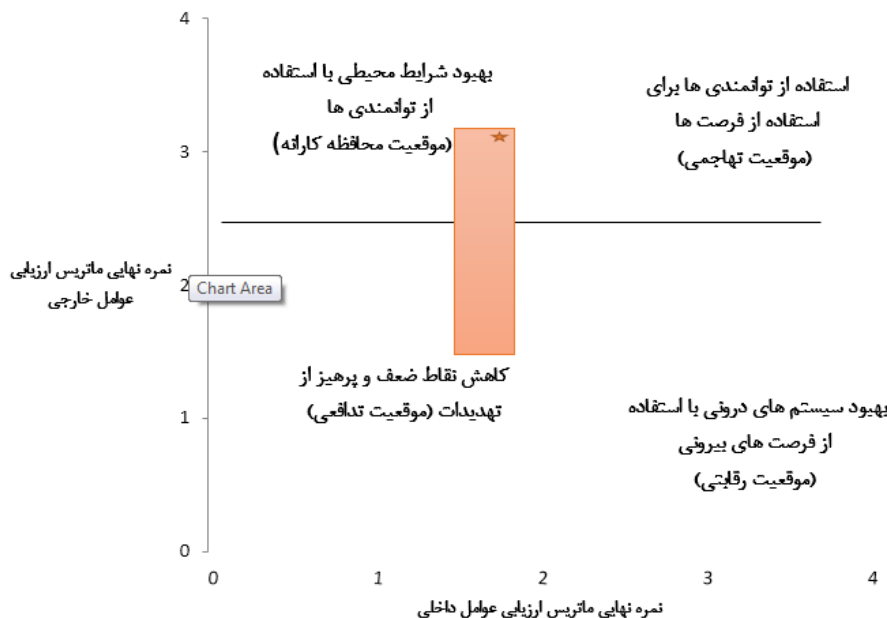
جدول ۴ نشان می دهد که مجموع نمره نهایی فرصت ها و تهدیدها برابر ۳/۲۵۷ شده است که این عدد فاصله زیادی تا میانگین مورد نظر (۲/۵) دارد. نتیجه آنکه گردشگری روستایی در روستای فهرج در زمینه عوامل بیرونی خوب عمل کرده است.

تحلیل ماتریس داخلی و خارجی (IE)

پس از شناسایی قوت ها، ضعف ها، فرصت ها و تهدیدها و پس از اینکه ماتریس های EFE و IFE انجام گرفت، تحلیل ماتریس IE یا همان ماتریس تحلیل عوامل خارجی - داخلی صورت گرفت. پاسخی که این ماتریس می دهد، پاسخی است درخور این پرسش که، اولویت با کدام گروه از استراتژی ها (SO، WO، ST، WT) است. در ماتریس IFE، نمره نهایی برابر

راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از.....

۱/۹۲۳ و میانگین نمرات برابر ۱/۵۴ به دست آمد. در ماتریس EFE نمره نهایی برابر ۳/۲۵۷ و میانگین نمرات برابر ۲/۸۹ به دست آمد. ماتریس IE نیز بر اساس همین یافته‌ها تشکیل شده است (شکل ۲). ناحیه‌ای که محل تقاطع دو خط نقطه چین را نشان می‌دهد، متعلق به گروه استراتژی‌های همین داده شکل گرفته است. نخست جمع نمرات نهایی ماتریس EFE روی محور مربوط به EFE مشخص شد و عمود بر آن، خطی به موازات محور IFE کشیده شد. ناحیه‌ای که این دو خط در آن به هم برخورد کرده‌اند، استراتژی‌هایی را نشان می‌دهد که همان استراتژی‌های گروه WO هستند.



شکل ۲. ماتریس داخلی و خارجی (IE) توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج

تحلیل ضعف‌ها، قوت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT)

ماتریس IE نشان داد که استراتژی WO در اولویت اول قرار دارند. اکنون جدول ۶، پاسخ این پرسش است که استراتژی‌های گروه محافظه کارانه (WO) کدامند؟
با توجه به بررسی راهبردهای توسعه گردشگری روستای فهرج که توسط سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان یزد انجام گرفته است، تاکنون اقدامات بسیاری در

جهت توسعه گردشگری روستای فهرج از قبیل مرمت و بازسازی ابنیه، ایجاد کمپ گردشگری بادیه و ایجاد تعدادی بوم گردی در منطقه انجام شده است. با توجه به نقش مهم این روستا از نظر قدمت و نزدیکی به شهر یزد که مورد توجه بسیاری از گردشگران داخلی و خارجی و همچنین ساکنان شهر یزد به این روستا است، لازم است تا اقدامات بیشتری برای توسعه گردشگری روستایی در فهرج انجام گیرد که از جمله راهبردهای سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان می‌توان به بهبود و اصلاح زیرساخت‌های گردشگری که نیازمند توجه و حمایت دولت است، بهبود راه‌های دسترسی به روستا، ایجاد کمپ‌های بیشتر و لزوم توسعه زیرساختی و تسهیلاتی روستا، نیاز به سرمایه‌گذاری خارجی به دلیل عدم توانایی ساکنان روستا در زمینه سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، برگزاری بیشتر جشنواره‌های فصلی و ... اشاره کرد که در جدول زیر، تعدادی از این استراتژی‌ها آورده شده است.

جدول ۵. استراتژی‌ها

گروه	استراتژی
SO	بهره‌مندی از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و دولتی برای بهبود زیرساخت‌ها و افزایش کیفیت زندگی ساکنان استفاده از نیروهای جوان باسواد و ایجاد شغل برای آنان ساخت و گسترش جاذبه‌های انسان‌ساخت به منظور ترغیب بیشتر گردشگران و افراد شهری و سفر به روستا بهره‌مندی از توجه دولت به منظور ارتقای تسهیلات و خدمات رفاهی، اقامتی و بهداشتی
WO	بهره‌مندی از حمایت دولت به منظور بهبود کیفیت حمل و نقل و تسریع دسترسی از نقاط مختلف به روستای فهرج استفاده از فرهنگ بومی، صنایع دستی و ... به منظور انجام تبلیغات و بازاریابی و ترغیب گردشگران به بازدید از روستای فهرج برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولت در ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ساکنان برنامه‌ریزی دولت جهت ایجاد تسهیلات و زیرساخت‌های باکیفیت و ایجاد جاذبه‌های گوناگون از قبیل جشنواره-های گوناگون در فصول مختلف سال
ST	اصلاح قوانین توسط دولت و صدور مجوز به منظور بهبود زیرساخت‌ها و تسهیلات گردشگری اعطای مجوز به تغییر کاربری به شرط رعایت معماری بومی و تخریب اماکن اقامتی که متناسب با فرهنگ بومی ما نیستند صدور مجوز برای تغییر کاربری مزارعی که قابل کشت نیستند بهره‌گیری از موقعیت دسترسی، جاذبه‌ها، قدمت روستا و سایر پتانسیل‌ها برای انجام فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات
WT	برنامه‌ریزی برای بازدید گردشگران از آثار تاریخی و طبیعت به منظور حفظ ابنیه و آثار تاریخی و محیط زیست آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم در نحوه برخورد با گردشگر به منظور جلوگیری از تعارض بین گردشگران و مردم

مأخذ: یافته‌های پژوهش

ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

- اکنون پرسش اینجاست که کدام یک از استراتژی‌های گروه WO که عبارتند از:
- ۱- بهره‌مندی از حمایت دولت به منظور بهبود کیفیت حمل و نقل و تسریع دسترسی از نقاط مختلف به روستای فهرج، ۲- استفاده از فرهنگ بومی، صنایع دستی و ... به منظور انجام تبلیغات و بازاریابی و ترغیب گردشگران به بازدید از روستای فهرج، ۳- برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولت در ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ساکنان، ۴- برنامه‌ریزی دولت جهت ایجاد تسهیلات و زیرساخت‌های باکیفیت و ایجاد جاذبه‌های گوناگون از قبیل جشنواره‌های گوناگون در فصول مختلف سال، باید در اولویت قرار گیرند؟ ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) که در شش مرحله زیر شکل گرفت، به این پرسش پاسخ خواهد داد.
 - ۱- فرصت‌ها و تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌ها در یک ستون نوشته می‌شوند.
 - ۲- به هر یک از فرصت‌ها، تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌ها که در توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج نقش عمده دارند، ضریب داده می‌شود.
 - ۳- استراتژی‌هایی که باید اولویت‌بندی شوند، در ردیف بالای ماتریس نوشته می‌شوند.
 - ۴- نمره‌های جذابیت مشخص می‌شوند، آن‌ها مقدار عددی هستند که جذابیت هر استراتژی را در یک مجموعه از استراتژی‌ها نشان می‌دهد. برای تعیین نمره جذابیت باید عوامل داخلی و خارجی را که در موفقیت شرکت نقش عمده دارند، بررسی کرد. نمره جذابیت به این شکل است: ۱= بدون جذابیت، ۲= تا حدی جذاب، ۳= دارای جذابیت معقول، ۴= بسیار جذاب.
 - ۵- جمع نمرات جذابیت محاسبه می‌شود. مقصود از جمع نمره‌های جذابیت یعنی حاصل ضرب ضریب در نمره‌های جذابیت.
 - ۶- مجموع نمرات جذابیت محاسبه می‌شود. مجموع نمرات جذابیت نشان می‌دهد که در هر مجموعه، کدام استراتژی از بیشترین جذابیت برخوردار است.

جدول ۶. ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)

عوامل تعیین‌کننده موفقیت	ضریب اهمیت	استراتژی ۱		استراتژی ۲		استراتژی ۳		استراتژی ۴	
		نمره جذابیت	جمع	نمره جذابیت	جمع	نمره‌های جذابیت	جمع	نمره‌های جذابیت	جمع
نقاط قوت									
S1	۰/۰۲۴	۴	۰/۰۹۶	۳	۰/۰۷۲	۲	۰/۰۴۸	۴	۰/۰۹۶
S2	۰/۰۱۲	۴	۰/۰۴۸	۴	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۲۴	۴	۰/۰۴۸
S3	۰/۰۵۰	۴	۰/۲	۴	۰/۲	۴	۰/۲	۴	۰/۲
S4	۰/۰۶۳	۱	۰/۰۶۳	۴	۰/۲۵۲	۴	۰/۲۵۲	۴	۰/۲۵۲
S5	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲	۴	۰/۲۰۸	۴	۰/۲۰۸	۴	۰/۲۰۸
S6	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۸	۴	۰/۱۲۸	۴	۰/۱۲۸
S7	۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۴	۰/۰۸۴	۴	۰/۰۸۴	۴	۰/۰۸۴
S8	۰/۰۴۵	۳	۰/۱۳۵	۴	۰/۱۸	۴	۰/۱۸	۴	۰/۱۸
S9	۰/۰۱۲	۱	۰/۰۱۲	۴	۰/۰۴۸	۴	۰/۰۴۸	۴	۰/۰۴۸
S10	۰/۰۲۰	۴	۰/۰۸	۴	۰/۰۸	۴	۰/۰۸	۴	۰/۰۸
S11	۰/۰۱۳	۴	۰/۰۵۲	۴	۰/۰۵۲	۴	۰/۰۵۲	۴	۰/۰۵۲
S12	۰/۰۲۵	۴	۰/۱	۴	۰/۱	۴	۰/۱	۴	۰/۱
نقاط ضعف									
W1	۰/۰۸۶	۱	۰/۰۸۶	۱	۰/۰۸۶	۱	۰/۰۸۶	۱	۰/۰۸۶
W2	۰/۰۸۳	۱	۰/۰۸۳	۱	۰/۰۸۳	۱	۰/۰۸۳	۱	۰/۰۸۳
W3	۰/۰۵۴	۲	۰/۱۰۸	۱	۰/۰۵۴	۲	۰/۱۰۸	۱	۰/۰۵۴
W4	۰/۰۶۲	۱	۰/۰۶۲	۱	۰/۰۶۲	۴	۰/۲۴۸	۳	۰/۱۸۶
W5	۰/۰۴۱	۴	۰/۱۶۴	۱	۰/۰۴۱	۱	۰/۰۴۱	۲	۰/۰۸۲
W6	۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷	۱	۰/۰۳۷	۲	۰/۰۷۴	۳	۰/۱۱۱
W7	۰/۰۵۳	۳	۰/۱۵۹	۱	۰/۰۵۳	۳	۰/۱۵۹	۳	۰/۱۵۹
W8	۰/۰۶	۲	۰/۱۲	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
W9	۰/۰۷۴	۳	۰/۲۲۲	۱	۰/۰۷۴	۱	۰/۰۷۴	۱	۰/۰۷۴
W10	۰/۰۶۱	۴	۰/۲۴۴	۱	۰/۰۶۱	۱	۰/۰۶۱	۱	۰/۰۶۱

راهبردهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از.....

استراتژی ۴		استراتژی ۳		استراتژی ۲		استراتژی ۱		ضریب اهمیت	عوامل تعیین کننده موفقیت
نمره های جذابیت جمع	جذابیت	نمره های جذابیت جمع	جذابیت	نمره های جذابیت جمع	نمره جذابیت	نمره های جذابیت جمع	نمره جذابیت		
۰/۰۲۰	۱	۰/۰۲۰	۱	۰/۰۲۰	۱	۰/۰۲۰	۱	۰/۰۲۰	W11
فرصت‌ها									
۰/۲۵۶	۴	۰/۲۵۶	۴	۰/۲۵۶	۴	۰/۲۵۶	۴	۰/۰۶۴	O1
۰/۳۲۴	۴	۰/۰۸۱	۱	۰/۳۲۴	۴	۰/۰۸۱	۱	۰/۰۸۱	O2
۰/۳۶	۴	۰/۳۶	۴	۰/۳۶	۴	۰/۳۶	۴	۰/۰۹	O3
۰/۳۶۸	۴	۰/۳۶۸	۴	۰/۳۶۸	۴	۰/۳۶۸	۴	۰/۰۹۲	O4
۰/۳۳۲	۴	۰/۳۳۲	۴	۰/۳۳۲	۴	۰/۳۳۲	۴	۰/۰۸۳	O5
۰/۲۰۴	۴	۰/۲۰۴	۴	۰/۲۰۴	۴	۰/۱۵۳	۳	۰/۰۵۱	O6
۰/۱۴۴	۴	۰/۱۴۴	۴	۰/۱۴۴	۴	۰/۰۳۶	۱	۰/۰۳۶	O7
۰/۲۳۶	۴	۰/۲۳۶	۴	۰/۲۳۶	۴	۰/۰۵۹	۱	۰/۰۵۹	O8
۰/۰۴۴	۴	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۱۱	۱	۰/۰۱۱	O9
۰/۱۲۸	۴	۰/۱۲۸	۴	۰/۱۲۸	۴	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲	O10
تهدیدات									
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۱	۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۱	۰/۰۲	T1
۰/۱۳۸	۳	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۳۸	۳	۰/۱۸۴	۴	۰/۰۴۶	T2
۰/۲۰۴	۳	۰/۲۷۲	۴	۰/۰۶۸	۱	۰/۱۳۶	۲	۰/۰۶۸	T3
۰/۰۳۵	۱	۰/۰۷	۲	۰/۱۰۵	۳	۰/۱۰۵	۳	۰/۰۳۵	T4
۰/۰۱۹	۱	۰/۰۳۸	۲	۰/۰۳۸	۲	۰/۰۱۹	۱	۰/۰۱۹	T5
۰/۰۳۴	۱	۰/۱۰۲	۳	۰/۰۳۴	۱	۰/۰۳۴	۱	۰/۰۳۴	T6
۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	۱	۰/۰۲۱	T7
۰/۱۷۲	۲	۰/۰۸۶	۱	۰/۰۸۶	۱	۰/۳۴۴	۴	۰/۰۸۶	T8
۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	۱	۰/۰۷۲	۱	۰/۲۱۶	۳	۰/۰۷۲	T9
۵/۷۶۷	-	۵/۳۳۳	-	۵/۰۷	-	۴/۹۶۳	-	مجموع نمره‌های جذابیت	

مأخذ: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که یافته‌های جدول ۶ نشان می‌دهند استراتژی چهارم یعنی برنامه‌ریزی دولت جهت ایجاد تسهیلات و زیرساخت‌های باکیفیت و ایجاد جاذبه‌های گوناگون از قبیل جشنواره‌های گوناگون در فصول مختلف سال با مقدار ۵/۷۶۷ دارای اولویت اول، استراتژی سوم که همان برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولت در ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ساکنان است با مقدار ۵/۳۳۳ در اولویت دوم و استراتژی دوم که استفاده از فرهنگ بومی، صنایع دستی و... به‌منظور انجام تبلیغات و بازاریابی و ترغیب گردشگران به بازدید از روستای فهرج است با مقدار ۵/۰۷ در اولویت سوم و استراتژی اول که بهره‌مندی از حمایت دولت به‌منظور بهبود کیفیت حمل و نقل و تسریع دسترسی از نقاط مختلف به روستای فهرج است با مقدار ۴/۹۶۳ در اولویت چهارم این پژوهش قرار گرفتند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌ها نشان داد که توسعه گردشگری روستایی در روستای فهرج، با نقاط ضعف و تهدیدهای عمده‌ای روبرو است و همچنین قوت‌ها و فرصت‌هایی را هم دارد. در راستای توسعه گردشگری روستایی، از یک سو، ماتریس ارزیابی عوامل درونی (IFE) نشان داد که مجموع نمره نهایی نقاط قوت و ضعف، برابر ۱/۹۲۳ شد که این عدد فاصله زیادی تا میانگین مورد نظر (۲/۵) دارد. نتیجه آنکه گردشگری روستایی در روستای فهرج دارای شرایط نابسامان درونی است به‌طوری‌که روستای فهرج از نظر عوامل داخلی دچار ضعف است. از طرف دیگر ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی (EFE) نشان داد که گردشگری روستایی در روستای فهرج به خوبی توانسته از فرصت‌های موجود بهره‌برد و تا حد امکان از تهدیدها دوری‌گزیند (به علت اینکه واکنش خوبی نسبت به عوامل بیرونی نشان داده و دارای نمره بالای میانگین یعنی ۳/۲۵۷ است). نتایج به دست آمده از ماتریس ارزیابی عوامل درونی - بیرونی (IE) نشان از آن دارد که مناسب‌ترین استراتژی مطابق با تحلیل ماتریس ارزیابی عوامل درونی و بیرونی،

استراتژی‌های گروه WO است. تجزیه و تحلیل SWOT نیز نشان داد که استراتژی‌های محافظه-کارانه عبارتند از:

۱- بهره‌مندی از حمایت دولت به منظور بهبود کیفیت حمل و نقل و تسریع دسترسی از نقاط مختلف به روستای فهرج.

۲- استفاده از فرهنگ بومی، صنایع دستی و ... به منظور انجام تبلیغات و بازاریابی و ترغیب گردشگران به بازدید از روستای فهرج.

۳- برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولت در ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ساکنان.

۴- برنامه‌ریزی دولت جهت ایجاد تسهیلات و زیرساخت‌های باکیفیت و ایجاد جاذبه‌های گوناگون از قبیل جشنواره‌های گوناگون در فصول مختلف سال.

ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی QSPM نیز نشان داد که از چهار استراتژی فوق، اولویت اول با استراتژی برنامه‌ریزی دولت جهت ایجاد تسهیلات و زیرساخت‌های باکیفیت و ایجاد جاذبه‌های گوناگون از قبیل جشنواره‌های گوناگون در فصول مختلف سال با مقدار ۵/۷۶۷ است که با یافته‌های ماندیک و همکاران (Mandic and et al., 2018) هم‌راستا است. برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولت در ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ساکنان با مقدار ۵/۳۳۳ در رتبه دوم قرار دارد که با نتایج پژوهش شیونز و هیوز (Scheyvens and Hughes, 2019) همسو است. استفاده از فرهنگ بومی، صنایع دستی و ... به منظور انجام تبلیغات و بازاریابی و ترغیب گردشگران به بازدید از روستای فهرج با مقدار ۵/۰۷ در رتبه سوم است که با یافته‌های حاصل از پژوهش هاربر و هانت (Harbor and Hunt, 2020) مطابقت دارد. بهره‌مندی از حمایت دولت به منظور بهبود کیفیت حمل و نقل و تسریع دسترسی از نقاط مختلف به روستای فهرج با مقدار ۴/۹۶۳ در رتبه چهارم قرار گرفته است که با یافته‌های مناف و همکاران (Manaf and et al., 2018) همسو است.

منابع

1. Aghazmani, Y. and Ghaderi, I. (2013). Tourism, a strategy for sustainable development of villages in desert areas of Iran, a case study of Fahraj village, Yazd province. *Geographical Tourism Area*, 2(8): 37-58. (Persian)
2. Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B. and Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2): 409-422.
3. El Hanandeh, A. (2013). Quantifying the carbon footprint of religious tourism: the case of Hajj. *Journal of Cleaner Production*, 52: 53-60.
4. Fotiadis, A., Nuryyev, G., Achyldurdyeva, J. and Spyridou, A. (2019). The impact of EU sponsorship, size, and geographic characteristics on rural tourism development. *Sustainability*, 11(8): 1-15.
5. Ghaderi, I., Ezzati, E. and Hosseinpour, S. (2010). Investigation of rural tourism development in Asara section of Karaj city. *Geographical Land*, 8(1): 17-30. (Persian)
6. Gladstone, W., Curley, B. and Shokri, M. R. (2013). Environmental impacts of tourism in the Gulf and the Red Sea. *Marine pollution bulletin*, 72(2): 375-388.
7. Harbor, L. C. and Hunt, C. A. (2020). Indigenous tourism and cultural justice in a Tz'utujil Maya community, Guatemala. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3): 1-20.
8. Higgins-Desbiolles, F. (2006). More than an "industry": the forgotten power of tourism as a social force. *Tourism Management*, 27(6): 1192-1208.
9. Kahraman, C., Demirel, N. Ç. and Demirel, T. (2007). Prioritization of e-Government strategies using a SWOT-AHP analysis: the case of Turkey. *European Journal of Information Systems*, 16(3): 284-298.
10. Liu, S. (2019). Development Model and Spatial Reconstruction of Rural Tourism in Hainan from the Perspective of Agricultural Sustainable Development. *Revista de la Facultad de Agronomia de la Universidad Del Zulia*, 36(2): 262-272.
11. Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N. and Astuti, W. (2018). Community-based rural tourism in inter-organizational collaboration: How does it work sustainably? Lessons learned from Nglanggeran Tourism Village, Gunungkidul Regency, Yogyakarta, Indonesia. *Sustainability*, 10(7): 1-18.
12. Mandić, A., Mrnjavac, Ž. and Kordić, L. (2018). Tourism infrastructure, recreational facilities and tourism development. *Tourism and hospitality management*, 24(1): 41-62.

13. Nasri, M., Kazemzadeh Ardestani, A. and Daraish, R. (2011). Evaluation of rural tourism in Ardestan city using SWOT model. *Zagros Vision Geographical Quaterly*, 3(9): 61-79. (Persian)
14. Nowruzi Fard, H. and Khorasani, M.A. (2016). Strategic planning of rural tourism development in rural areas of Izeh city Case study: Shivand village. *Geography and Urban Planning Regional*, 6(18): 119-134. (Persian)
15. Ramazan Nejad, Y. and Rokanuddin Eftekhari, A. (2019). Strategies for the development of rural coastal tourism in Guilan province. *Human Settlement Planning Studies*, 14(1): 19-34. (Persian)
16. Razzaqi Borkhani, F. and Mohammadi, Y. (2018). Development of TOWS strategic model in the development of agricultural and rural tourism in Mazandaran province. *Iranian Agricultural Economics and Development Research*, 49(3): 509-525. (Persian)
17. Salehpour, S., Riahi, V., Azizi, A. and Fathizadeh, F. (2019). Feasibility study of rural tourism development with emphasis on sustainable development approach (Case study: Takht-e Soleiman section of Takab. *Human Settlement Planning Studies*, 14(1): 111-127. (Persian)
18. Scheyvens, R. and Hughes, E. (2019). Can tourism help to “end poverty in all its forms everywhere”? The challenge of tourism addressing SDG1. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7): 1061-1079.
19. Tulayi, S., Riahi, V., Afrakhteh, H. and Shabani, A. (2013). Investigating the capabilities and strategies for rural tourism development in Kahak section of Qom province. *Human Geography Research*, 45(4): 103-118. (Persian)
20. Zargham Borujeni, H. and Shalbafian, A.A. (2013). *Tourism policies of countries (comparative study)*. Tehran: Mahkameh. (Persian)

