ASPI | Afarand Scholarly Publishing Institute; Turkey
ISSN: 2538-4384; Geographical Research. 2023;38(4):511-521 10.58209/geores.38.4.511

Strategic Plan for Tourism Development of Makhunik Village Using David Model

ARTICLE INFO

Article Type
Original Research

Authors
Choobdari S.[1] *MA*
Estelajhi A.[1]* *PhD*
Ranjbar M.[1] *PhD*

How to cite this article
Choobdari S, Estelajhi A, Ranjbar M. Strategic Plan for Tourism Development of Makhunik Village Using David Model. Geographical Research. 2023;38(4):511-521.

[1]Department of Geography & Rural Planning, Yadegar Imam Khomeini Branch, Islamic Azad Univesity, Tehran, Iran

***Correspondence**
Address: Islamic Azad University of Yadegar Imam, Khalij-e-Fars Highway, Tehran, Iran. Postal Code: 1815163111
Phone: +98 (21) 55229200
Fax: +98 (21) 55229259
al_estelaji@yahoo.com

Article History
Received: November 6, 2023
Accepted: December 9, 2023
ePublished: December 20, 2023

ABSTRACT

Aims Rural tourism development is of great importance in rural development and plays an important role in diversifying the rural economy to provide more opportunities in such regions. The identification of the strengths, weaknesses, opportunities, and threats for the advancement of rural tourism in Makhunik village, situated in South Khorasan province, was accomplished through the utilization of strategic planning employing the David model.

Methodology This is an applied study carried out in 2021 in Makhunik village. The study population consisted of two groups: rural households residing in Makhunik village and tourists as well as officials from institutions associated with the village. Data were collected through both library research and fieldwork methods. The questionnaire was developed based on a thorough examination of scholarly sources and interviews with officials from organizations affiliated with rural tourism. A comprehensive list of recommended strategies was formulated, and the factors were subsequently incorporated into a 47-item questionnaire utilizing a 5-point Likert scale. The strategies were determined in accordance with David's model, which is based on the SWOT framework.

Findings The assessment of internal factors (total final score 2.29) demonstrates that the weaknesses of tourism in Makhunik village outnumber its strengths, necessitating the formulation of strategies to address these weaknesses. The evaluation matrix of external factors (total final score 2.47) reveals that the region's tourism opportunities surpass the threats it faces. Consequently, macro strategies should be devised to capitalize on these opportunities for the region's tourism.

Conclusion The proposed strategies for rural tourism planning encompass conservative (WO), defensive (SO), offensive (SO), and competitive (ST) strategies, respectively. These strategies have been presented with the aim of enhancing tourist visits to the village and fostering tourism development through their accurate and timely implementation.

Keywords Tourism; Rural Tourism; Strategic Tourism Planning; Tourism Target Villages; Mahunik Village; David's Strategic Planning Model

CITATION LINKS

[Arabi & Razmjoy, 2006] Appropriate models in integrating strategic management ...; [Crouch, 1994] The study of international tourism demand: A survey ...; [Darvishi *et al.*, 2014] Prioritization of rural tourism development strategies from the ...; [Dwyer, 1994] Customer diversity and the future demand for ...; [Ebrahimzadeh & Aghasizadeh, 2009] The analysis of effective factors in the expansion of coastal region of Chabahar ...; [Eidi *et al.*, 2023] Strategic planning of sustainable tourism development in tourism ...; [Eftekhari & Ghaderi, 2002] The role of rural tourism in rural ...; [Ghafari & Torki Harchakani, 2009] The role of tourism in the socio-economic development of rural ...; [Ghalami Cheraghtapeh *et al.*, 2022] Identifying and analyzing the drivers of rural ...; [Ghasempour *et al.*, 2019] Strategic planning of tourism development with emphasizing the ...; [Ibanescu *et al.*, 2018] The impact of tourism on sustainable development ...; [Jalalian *et al.*, 2018] Explanation of a rural tourism system model by using the Chaos ...; [Jaafar *et al.*, 2015] Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development ...; [Jia *et al.*, 2023] Rural tourism development between community involvement and residents' ...; [Jomepoor, 2005] The process of sustainable development and the role of participation ...; [Korani, 2020] Explaining of scenario, strategies and solutions for development of ...; [Liu *et al.*, 2023] The benefits of tourism for rural ...; [Lopez Sanz *et al.*, 2021] Rural tourism and the sustainable development ...; [Mohammadi, 2011] Rural development and tourism ...; [Mousavand *et al.*, 2013] Development of rural tourism in the direction of sustainable development ...; [Najafi Kani & Najafi, 2021] Rural tourism capacity measurement and its role in the spatial and ...; [Nikbin & Karami, 2012] Examination of social-cultural sustainability of tourism ...; [Oppermann, 1996] Rural tourism in Southern ...; [Rahimi, 2021] The importance of the cultural landscape of Makuonik village in the ...; [Reichel *et al.*, 2000] Rural tourism in Israel: Service quality and ...; [Shuai *et al.*, 2022] Analysis on the change of tourists' leisure agricultural tourism behavior and the ...; [Szabo, 2005] Rural tourism as alternative income source for rural areas ...

Copyright© 2023, the Authors | Publishing Rights, ASPI. This open-access article is published under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License which permits Share (copy and redistribute the material in any medium or format) and Adapt (remix, transform, and build upon the material) under the Attribution-NonCommercial terms.

برنامه راهبردی روستای هدف گردشگری ماخونیک براساس مدل دیوید

سمانه چوبداری MA
گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد یادگار امام خمینی(ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
علیرضا استعلاجی* PhD
گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد یادگار امام خمینی(ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
محسن رنجبر PhD
گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد یادگار امام خمینی(ره)، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

چکیده

مقدمه: گسترش گردشگری روستایی به عنوان بخشی از بازار گردشگری ابزار مهمی برای توسعه همه‌جانبه جوامع روستایی است که می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی ایفا کند و زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های جدیدی در این نواحی باشد. در مقاله حاضر با استفاده از مدل برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید به تعیین نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدیدهای موجود برای توسعه روستای هدف گردشگری ماخونیک واقع در استان خراسان جنوبی پرداخته شد.

روش‌شناسی: این پژوهش از نوع کاربردی بوده و در سال ۱۴۰۰ در روستای ماخونیک انجام شد. جامعه آماری دو گروه از خانوارهای روستایی ساکن در روستای ماخونیک و گردشگران و مسئولان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با روستا بودند. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شد. برای تهیه پرسش‌نامه به مطالعه منابع علمی، مصاحبه با مسئولان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری روستایی و نیز وضعیت منطقه مورد مطالعه از نظر توسعه گردشگری روستایی پرداخته شد. لیستی از استراتژی‌های پیشنهادی تهیه شد و این عوامل در قالب یک پرسش‌نامه ۴۷ گویه‌ای با استفاده از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت تنظیم شد. برای تعیین راهبردها از مدل دیوید مبتنی بر مدل SWOT استفاده شد.

یافته‌ها: ارزیابی عوامل داخلی (مجموع نمره نهایی ۲/۲۹) بیانگر آن بود که نقاط ضعف گردشگری روستای ماخونیک از نقاط قوت گردشگری آن بیشتر بوده و راهبردهای کلان باید به گونه‌ای تدوین شود که بتوان این نقاط ضعف را برطرف نمود. استنتاج ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (مجموع نمره نهایی ۲/۴۷) بیانگر این بود که فرصت‌های فراروی گردشگری منطقه، بیشتر از تهدیدات پیرامون آن بوده و در نتیجه راهبردهای کلان برای گردشگری منطقه باید به گونه‌ای تدوین شود که بتوان از فرصت‌های محیطی به‌نحو احسن استفاده نمود.

نتیجه‌گیری: راهبردهای پیشنهادی برنامه‌ریزی گردشگری روستای ماخونیک به‌ترتیب شامل محافظه‌کارانه (WO)، تدافعی (WT)، تهاجمی (SO) و راهبردهای رقابتی (ST) هستند و برنامه‌ها و طرح‌های موثر در رسیدن به این استراتژی‌ها ارایه شد تا با اجرای درست و به‌موقع این برنامه‌ها شاهد افزایش گردشگر به روستا و توسعه آن شویم و سهم مهمی در اقتصاد استان را شاهد باشیم.

کلیدواژگان: گردشگری، گردشگری روستایی، برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری، روستاهای هدف گردشگری، روستای ماخونیک، مدل برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۱۵
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۱۸

*نویسنده مسئول: al_estelaji@yahoo.com

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در دنیا یکی از منابع مهم درآمد بوده و به عنوان گسترده‌ترین صنعت خدماتی جهان دارای جایگاه ویژه‌ای است [Nikbin & Karami, 2012]. پژوهشگران بر این باورند که گردشگری یکی از مهم‌ترین سرمشق‌های توسعه است. گردشگری روستایی نیز بخشی از بازار گردشگری بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی اجتماعی و اکولوژیک جوامع روستایی قلمداد کرد [Szabo, 2005]. از جمله اثرات مثبت اقتصادی گردشگری روستایی می‌توان به ایجاد اشتغال و درآمد، کمک به فراهم‌شدن خدمات زیربنایی، تشویق و تحریک رشد سایر بخش‌ها و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی در روستاها اشاره کرد [Dwyer, 1994]. در یک مفهوم کلی، می‌توان گردشگری روستایی را فعالیت گردشگری در حوزه غیرشهری تعریف کرد که فعالیت‌های انسانی در آن غالباً در بخش کشاورزی است [Opperman, 1996; Jia *et al.*, 2023]. توسعه گردشگری در مناطق روستایی یکی از راه‌های نجات روستاها از فقر، مهاجرت و مشکلات اجتماعی و اقتصادی به‌شمار می‌رود. در اکثر نواحی روستایی، به دلیل غایب‌بودن اقتصاد کشاورزی و آسیب‌پذیری آن، توجه به دیگر فعالیت‌های توسعه‌ای نظیر گردشگری به عنوان مکمل این بخش می‌تواند از جنبه‌های مختلف، تضمینی در بهبود شرایط زندگی روستاییان باشد [Shuai *et al.*, 2022]. امروزه این مساله لازمه رسیدن به توسعه، توجه به روستاها و بخش روستایی به عنوان بخش پایه است. با توجه به اینکه عمده جمعیت فقیر جهان در مناطق و بافت‌های روستایی کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند، فقر یکی از مهم‌ترین موضوعات در حیطه توسعه روستایی محسوب می‌شود [Liu *et al.*, 2023]. در حالی که متخصصان تلاش کرده‌اند تا شرایط روستایی از طریق رویکردهایی مانند بهبود حاصل‌خیزی خاک، اصلاحات اراضی و فناوری پیشرفته بهبود بخشند، رویکردهای توسعه سنتی که عمدتاً بر مسایل اقتصادی تمرکز داشتند در کاهش فقر روستایی موفقیت چندانی به‌دنبال نداشته و منجر به مهاجرت از روستا به شهر شده است [Jomepoor, 2005; Ghalami Cheraghtapeh *et al.*, 2022]. ماهیت صنعت گردشگری ایجاد اشتغال و درآمد، تنوع‌سازی اقتصاد، مشارکت اجتماعی و استفاده از منابع محلی است. از آنجا که بخش اعظم مشکلات عقب‌ماندگی و توسعه‌نیافتگی روستایی ناشی از فقدان این صنعت است، گردشگری روستایی با حل مسایل و مشکلات مذکور می‌تواند به توسعه روستایی کمک کند. گردشگری روستایی منبع مهم و جدید درآمد برای جوامع روستایی به‌شمار می‌آید. تاثیر اقتصادی گردشگری در مناطق روستایی می‌توانند منفی یا مثبت باشد. گردشگری روستایی یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری، از یک سو می‌تواند به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت‌های روستایی بینجامد و از سوی دیگر با جذب مازاد نیروی انسانی به ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای ساکنان روستاها کمک کند. بدین ترتیب فرصتی برای توسعه همه‌جانبه قلمداد می‌شود [Ghafari & Harchakani, 2009;

[Lopez Sanz *et al.*, 2021]. از آنجا که شواهد نشان می‌دهد در بسیاری از مقاصد گردشگری کشور پایداری در سطح پایینی قرار دارد و چنین فرآیندی اساس توسعه پایدار جوامع این روستاها را به خطر خواهد انداخت [Ibanescu *et al.*, 2018].

براساس نتایج حاصل از پژوهش‌های *ابراهیم‌زاده* و *آقاسی‌زاده* [Ebrahimzadeh & Aghasizadeh, 2009]، *افتخاری* و *قادری* [Eftekhari & Ghaderi, 2002] و *جلالیان* و همکاران [Jalalian *et al.*, 2018] صنعت گردشگری روستایی به طور عمده در اغلب مناطق روستایی، به هدف توسعه‌ای خود دست نیافته است و سطح آسیب‌پذیری و تهدیدهای درونی و بیرونی در آنها بالا است؛ که این امر با توجه به سرعت تغییرات و تحولات در جهان امروزی و نیز در صنعت گردشگری، بازنگری در الگوها و برنامه‌های موجود را ضروری ساخته و تدوین برنامه راهبردی جدید به همراه راهبردها و راهکارهای مناسب برای دستیابی به توسعه گردشگری در مناطق روستایی را دو چندان کرده است. در کشور ایران، گردشگری روستایی در دو دهه اخیر مورد توجه مجریان حکومتی و برنامه‌ریزان در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی قرار گرفته است. اولین گام در این فرآیند، شناسایی روستاهای هدف گردشگری است که از نظر طبیعی، تاریخی کشاورزی و غیره مورد توجه و علاقه گردشگران هستند. این مساله باعث شده که در سال‌های اخیر توسعه روستایی با مسایل و چالش‌های متعددی مواجه شود، زیرا راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی نتوانسته است مسایلی چون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی، پایداری محیط زیست و مهاجرت را تامین کند. با وجود این، توسعه این فعالیت بدون داشتن برنامه راهبردی مشخص، عدم توزیع آن در مناطق و بهره‌برداری بیش از حد منابع و امکانات، آثار زیان‌بخش و نامطلوبی را به بار می‌آورد. با توجه به اینکه گردشگری فعالیت پیچیده‌ای است و با سایر بخش‌های جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد، می‌بایست در فرآیند برنامه‌ریزی، تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار بگیرد [Crouch, 1994]. این امر مستلزم وجود برنامه مشخص برای نیل به این امر اساسی است که در بلندمدت منجر به رضایت گردشگران و مردم محلی می‌شود و از زیان‌های احتمالی نیز جلوگیری می‌کند. با توجه به اینکه ایران از جنبه جاذبه‌های گوناگون فرهنگی، هنری، محیطی و تنوع روستایی، در زمره ده کشور برتر جهان در زمینه جاذبه‌های گردشگری است، بررسی‌های اولیه نشان می‌دهد که با گذشت بیش از یک دهه از زمان تصویب اولین روستاهای هدف گردشگری که قرار بود منجر به توسعه روستایی در کشور شود با وجود اقدامات صورت‌گرفته در روستاها فقط بخش‌های کالبدی برخی از روستاهای هدف تغییر یافته است و مفاهیم توسعه گردشگری در آنها مطلوب نبوده و با اهداف مورد نظر فاصله زیادی دارد.

روستای ماخونیک علی‌رغم ظرفیت‌های بالقوه، سهم ناچیزی در اقتصاد گردشگری دارد و جایگاه درخوری ندارد. در حالی که گسترش گردشگری روستایی به عنوان یک راهبرد جدید در زمینه توسعه نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد روستا دارد و زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های جدیدی برای جذب گردشگر و کاهش مهاجرت به شهر می‌شود [Rahimi, 2021; Najafi Kani & Najafi, 2021]. لذا ضرورت دارد ضمن بازبینی و بررسی نتایج اقدامات صورت‌گرفته، برنامه راهبردی تاثیرگذار متناسب با ظرفیت روستا برای دستیابی به مولفه‌های توسعه پایدار در منطقه مورد مطالعه ارایه شود.

در این پژوهش، ضمن بررسی روستای ماخونیک با توجه به پتانسیل‌های منطقه در چارچوب یک برنامه مناسب و سازگار با شرایط منطقه، به تدوین برنامه راهبردی در چارچوب توسعه گردشگری روستا با استفاده از مدل برنامه‌ریزی دیوید اقدام شد. هدف اصلی این پژوهش، فراهم‌کردن زمینه توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه و ایجاد ارتباط بین جاذبه‌های گردشگری، فعالیت‌ها، امکانات، خدمات و بازارهای گردشگری از یک سو و بسترسازی برای توسعه روستایی همه‌جانبه است.

روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و در سال ۱۴۰۰ در روستای ماخونیک به شیوه پیمایشی انجام شد. روستای ماخونیک در فاصله ۱۴۵کیلومتری جنوب غربی بیرجند، مرکز استان خراسان جنوبی قرار دارد. روستا در طول جغرافیایی شرقی ۲۴´ و ۶۰° و عرض جغرافیایی شمالی ۳۲´ و ۲۷° واقع شده است. روستای ماخونیک در بخش مرکزی شهرستان سربیشه و در دهستان درح، در شرق شهر سربیشه قرار دارد. ارتفاع آن از سطح دریا ۱۶۴۰ متر است. آب و هوای آن در بهار و پاییز ملایم و دلپذیر، در زمستان‌ها سرد و در تابستان‌ها گرم و خشک است. متوسط بارندگی سالانه آن ۱۶۸/۶ میلی‌لیتر است و متوسط دمای سالانه منطقه ۱۴/۰۸ درجه سانتیگراد است. جمعیت آن براساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵ شامل ۵۴ خانوار و ۲۳۱ نفر است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش را دو گروه تشکیل دادند که عبارتند از خانوارهای روستایی ساکن در روستای ماخونیک و گردشگران و مسئولان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با روستا. برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و نیز روش میدانی استفاده شد. برای تهیه پرسش‌نامه به مطالعه منابع علمی، مصاحبه با مسئولان دستگاه‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری روستایی و نیز وضعیت منطقه مورد مطالعه از نظر توسعه گردشگری روستایی پرداخته شد. بدین منظور، ۲۰ نفر از مسئولین مربوطه با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند برای مصاحبه انتخاب شدند. پس از مصاحبه، با توجه به وضعیت منطقه مورد مطالعه از نظر گردشگری روستایی، برنامه‌های تاثیرگذار و نیز استراتژی‌های پیشنهادی به تهیه لیستی از عوامل اقدام شد و این عوامل در قالب یک پرسش‌نامه ۴۷ گویه‌ای با استفاده از طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت (بسیار مطلوب، مطلوب، متوسط، نامطلوب و بسیار نامطلوب) تنظیم شدند. پس از بازنگری مجدد سوالات با استفاده از توزیع پرسش‌نامه در میان نمونه پیشین، عوامل مشابه حذف شد و تعداد گویه‌ها به ۴۱ مورد تقلیل یافت. روایی صوری سوالات با استفاده از توزیع پرسش‌نامه در میان ۱۵ نفر از اساتید حوزه گردشگری که از طریق نمونه‌گیری هدفمند انتخاب

شدند، بررسی شد. برای سنجش پایایی از روش آلفای کرونباخ استفاده شد که پایایی پرسش‌نامه با استفاده از این روش در سطح ۰/۸۱ تایید شد. سپس پرسش‌نامه در میان ۲۰۰ نفر از ساکنین خانوارهای روستایی ساکن در روستای ماخونیک و نیز نمونه ۲۰نفری از اساتید حوزه گردشگری توزیع شد. این افراد با استفاده از نمونه‌گیری اتفاقی انتخاب شدند. یافته‌های حاصل از پرسش‌نامه با استفاده از مدل دیوید تجزیه و تحلیل شد.

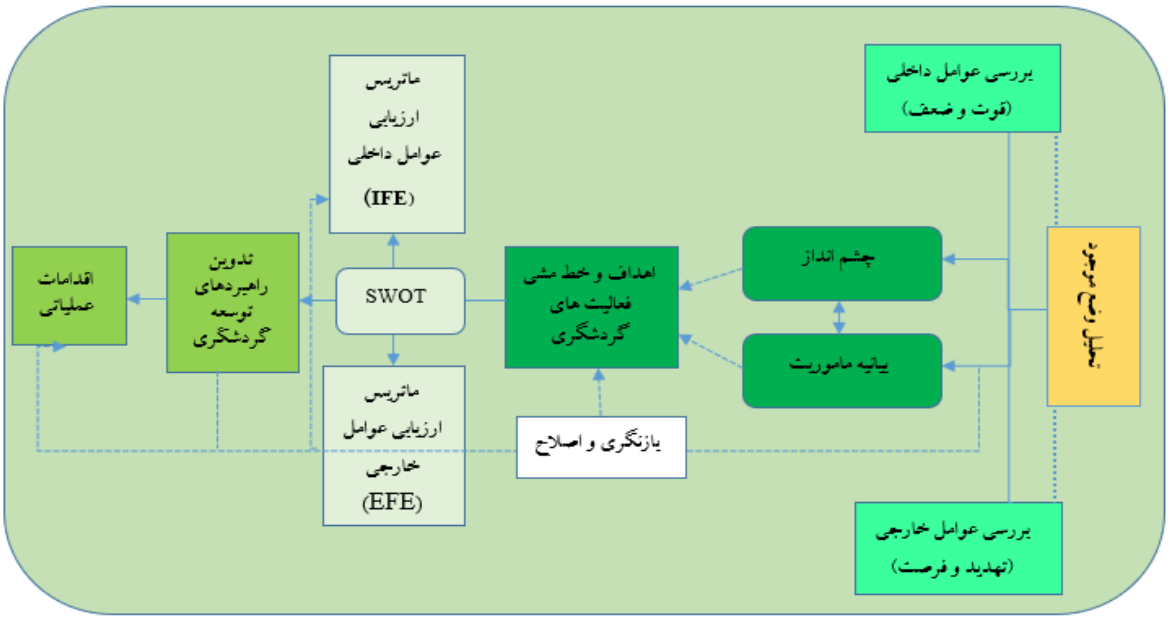
مدل‌های متنوعی برای تدوین برنامه‌ریزی راهبردی وجود دارند. برای اجرای پژوهش حاضر از میان مدل‌های موجود، مدل ارایه‌شده توسط دیوید استفاده شد. مدل برنامه‌ریزی راهبردی دیوید که از مدل‌های معتبر و مبتنی بر تحلیل SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threads) است، برای تعیین عوامل بیرونی و درونی کارآیی بسیار خوبی دارد. طبق بررسی‌های انجام‌شده، مدل دیوید بهترین مدلی است که با تحلیل سوات همخوانی دارد. این مدل با هدف و مفهوم کاربردی که براساس فرآیند و محتوا طراحی شده، می‌تواند در سطوح و ساختارهای متفاوت برنامه‌ریزی به‌کار رود. مراحل تدوین برنامه راهبردی براساس مدل دیوید به شرح زیر است:

مرحله صفر: الف) تعیین چشم‌انداز و ماموریت؛ ب) تدوین اهداف.

مرحله ورودی: الف) بررسی عوامل داخلی و تشکیل ماتریس (Internal Factor Evaluation: IFE) با ضرایب و رتبه‌بندی؛ ب) بررسی عوامل خارجی و تشکیل ماتریس (External Factor Evaluation: EFE) با ضرایب و رتبه‌بندی.

مرحله مقایسه: الف) تشکیل ماتریس تهدیدها، فرصت‌ها، نقاط قوت و ضعف (SWOT)؛ ب) تشکیل ماتریس داخلی و خارجی (Internal-External: IE).

مرحله تصمیم‌گیری: اولویت‌بندی راهبردهای استخراج‌شده (شکل ۱).



شکل ۱) فرآیند برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری در قالب مدل دیوید

یافته‌ها

ارایه الگوی برنامه‌ریزی راهبردی گردشگری پایدار روستایی

در این بخش الگوی راهبردی پیشنهادی ارایه شده و مورد تحلیل قرار گرفت. گفتنی است که در راستای مطالب مذکور و با توجه به اهمیت تعیین چشم‌انداز، با بهره‌گیری از نظرات متخصصین، چشم‌انداز روستای هدف گردشگری ماخونیک به شرح زیر تدوین شد: ارتقای گردشگری روستایی بر مبنای توسعه گردشگری پایدار و تبدیل گردشگر به موتور محرکه اقتصادی منطقه برای بهبود کیفیت زندگی روستاییان.

فرآیند راهبرد

این جزء شامل تبیین و تعریف موقعیت راهبردی است که در آن چشم‌انداز، بیانیه ماموریت اهداف و مقاصد در سطح ناحیه (کلان) و در سطح روستا (خرد) تحلیل شده و وضعیت موجود ارزیابی شد. برای تعریف وضعیت موجود، عوامل محیط داخلی و خارجی تجزیه و تحلیل شدند. اجزا و عناصر این فرآیند عبارتند از:

مرحله صفر (شروع): تعیین چشم‌انداز، ماموریت و اهداف روستای هدف گردشگری ماخونیک. آرمان یا چشم‌انداز دربردارنده هدف غایی و دورنمای توسعه گردشگری یک منطقه است. تعیین چشم‌انداز برای یک منطقه گردشگری از آن جهت ضروری است که به شیوه‌ای اثربخش، موجب انگیزه و تحرک افراد برای دستیابی به آینده‌ای مطلوب می‌شود. چشم‌انداز بیانگر آماجها و مطلوب‌های یک منطقه گردشگری در آینده است. با تعیین چشم‌انداز، افق پیش رو شفاف شده و همه فعالیت‌ها در راستای آن رهنمون خواهد شد که در نهایت توفیق منطقه در دستیابی به مطلوب‌ها را در پی دارد.

۱- مرحله صفر

شناسایی ماموریت روستای ماخونیک

بیانیه ماموریت مفهومی است که قید زمانی و مکانی خاصی نداشته و ممکن است در عرض چند روز تغییر کند یا برای مدتی طولانی

بدون تغییر باقی بماند. مسلم است که تغییر یا عدم تغییر ماموریت سازمان، به گردانندگان سازمان و عوامل داخلی و خارجی اثرگذار بستگی دارد [Arabi, 2006].

ماموریت با استفاده از ۹ جزء زیر تدوین شد:

مشتریان: مشتریان مقصد گردشگری چه کسانی هستند؟

محصولات یا خدمات: محصولات و خدمات اصلی منطقه گردشگری چیست؟

بازارها: از نظر جغرافیایی منطقه گردشگری در کجا رقابت می‌کند؟

فنّاوری: آیا منطقه گردشگری از پیشرفته‌ترین فناوری‌ها استفاده می‌کند؟

توجه به بقا، رشد و سودآوری: آیا منطقه گردشگری برای رشد و سلامت مالی از تعهد لازم برخوردار است؟

فلسفه: باورها، ارزش‌ها و اولویت‌های اخلاقی اصلی منطقه چیست؟

ویژگی ممتاز: منطقه گردشگری دارای چه مزیت رقابتی یا شایستگی ممتاز است؟

توجه به تصور مردم: آیا منطقه گردشگری نسبت به مسایل اجتماعی جامعه و محیط واکنش مناسب نشان می‌دهد؟

توجه به منابع انسانی: آیا منابع انسانی به عنوان یک دارایی ارزشمند برای منطقه گردشگری به‌حساب می‌آیند؟

با توجه به موارد فوق، ماموریت روستای هدف گردشگری ماخونیک به شرح زیر در دو بخش منطقه‌ای و محلی تدوین شد:

در سطح منطقه: توسعه استان خراسان جنوبی به عنوان یک مقصد گردشگری مطلوب برای افزایش درآمد، افزایش اشتغال و رشد اقتصادی برای رسیدن به توسعه پایدار.

در سطح محلی: ایجاد یک صنعت گردشگری سودآور با استفاده از معماری متمایز و آداب و رسوم ویژه روستا و توسعه گردشگران درون‌استانی به برون‌استانی برای سودآوری و تداوم حیات در آن.

اهداف

اهداف کلان: توسعه گردشگری از طریق حفظ، تداوم و احیای فرهنگ، سنن، رسوم و معماری روستای ماخونیک.

اهداف خرد: افزایش میانگین مدت اقامت و هزینه گردشگران وارده به محدوده؛ استفاده از پتانسیل بازارهای گردشگری به منظور اشتغال‌زایی و افزایش درآمد ساکنان محلی؛ افزایش و بهره‌گیری بیشتر از منافع اقتصادی حاصل از فعالیت‌های گردشگری؛ ارتقای کیفیت خدمات به گردشگران از مناطق تاریخی-فرهنگی؛ کاهش مخاطرات اکولوژیکی و زیست‌محیطی؛ کمک به رونق‌بخشی صنعت گردشگری استان؛ شناخت موانع و محدودیت‌های توسعه گردشگری؛ استفاده از نیروی انسانی ماهر و خبره در منطقه مورد مطالعه.

۲- مرحله ورودی

تعیین عوامل داخلی و خارجی موثر بر تدوین راهبردهای کلان

این مرحله شامل ارزیابی محیط خارجی و محیط داخلی بود. در این مرحله، عوامل خارجی و عوامل داخلی موثر بر منطقه با استفاده از دو تکنیک ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE) و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) شناسایی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۱) نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها (SWOT)

نقاط	توضیح
تهدیدها (T)	۱. احتمال افزایش تکدی‌گری جامعه میزبان در صورت توسعه نامناسب گردشگری منطقه؛ ۲. امکان تاثیر منفی فرهنگ گردشگران بر فرهنگ بومی و سنتی روستاییان؛ ۳.برنامه‌ریزی بخشی و نامناسب در زمینه فعالیت‌های گردشگری؛ ٤. وجود وندالیسم در فعالیت‌های گردشگری و تاثیر منفی آن بر اکوسیستم‌ها؛ ٥. عدم آشنایی طبیعت‌گردان و گردشگران با اصول گردشگری و طبیعت‌گردی پایدار؛ ٦. عدم توجه کافی به اصول حفاظت محیط زیست در تهیه اسناد، گزارشات و طرح‌های گردشگری کشور؛ ۷. سهم بسیار پایین هزینه‌های مرتبط با مسافرت در سبد هزینه‌های خانوار شهری و روستایی؛ ۸. پایین‌بودن سطح درآمد ساکنین و عدم توانایی سرمایه‌گذاری افراد بومی منطقه؛ ۹. افزایش هزینه‌های خانوار طی سال‌های اخیر؛ ۱۰. سهمیه‌بندی بنزین و کاهش تعداد مسافرت‌های با مسافت زیاد؛ ۱۱. محدودبودن تنوع ارتباطی منطقه با نواحی پیرامونی؛ ۱۲. افزایش قیمت خدمات در بخش پذیرایی، حمل‌ونقل و تفریحات و سرگرمی در بازار بالقوه؛ ۱۳. فصلی‌بودن تقاضای گردشگری؛ ١٤. نزدیکی روستا به مرز افغانستان و وجود ناامنی در آن کشور
فرصت‌ها (O)	۱. افزایش احتمال بازگشت مهاجرین بخش با توسعه بخش گردشگری در منطقه؛ ۲. وجود کدهای اخلاقی WTO در زمینه گردشگری؛ ۳. فرصت تبادل فرهنگ‌ها و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف با ورود گردشگران؛ ٤. افزایش راه‌های ارتباطی استان در سال‌های اخیر؛ ٥. تاکید بر اهمیت گردشگری به عنوان گزینه‌ای برای توسعه استان در سند ملّی توسعه استان؛ ٦. رشد گردشگری داخلی نسبت به سال‌های قبل؛ ۷. علاقه‌مندی روزافزون به گردشگری روستایی و طبیعت‌گردی در بین گردشگران؛ ۸. اعلام تمایل جامعه میزبان در سرمایه‌گذاری و مشارکت در بخش‌های مختلف توسعه گردشگری؛ ۹. جوان‌بودن گردشگران ورودی به منطقه (به عنوان تقاضای قابل توجه بازار)؛ ۱۰. وجود تسهیلات بانکی کم‌بهره برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری؛ ۱۱. عزم مسئولین و متولیان صنعت گردشگری برای ارتقای و توسعه گردشگری منطقه
نقاط ضعف (W)	۱. قرارگیری در مناطق با خطر لرزه‌ای متوسط تا نسبتاً زیاد؛ ۲. بافت بیش از ۷۰٪ از بناهای روستا نیمه‌بادوام است؛ ۳. فقدان شبکه فاضلاب مکانیزه؛ ٤. دفع فاضلاب از طریق چاه‌های جذبی و رهاکردن فاضلاب در کوچه‌ها؛ ٥. رهاسازی زباله‌ها در گوشه و کنار کوچه‌های روستا و عدم وجود محل دفن زباله؛ ٦. اغتشاش و ناهمگونی منظر و سیمای بصری روستا توسط تیرهای چراغ برق و سیم‌کشی‌ها؛ ۷. عدم گازکشی روستا؛ ۸. شایع‌شدن فرهنگ تکدی‌گری برخی از مردم محلی به هنگام ورود گردشگران؛ ۹. کیفیت نامطلوب معابر روستایی و خاکی‌بودن اکثر آنها؛ ۱۰. مشکلات بهداشتی ناشی از دفع نامناسب وعدم دفع آب‌های سطحی؛ ۱۱. کمبود امکانات بین جاده‌ای در راه‌های منتهی به روستای مورد مطالعه؛ ۱۲. عدم وجود بانک در روستا؛ ۱۳. نبود محلی برای استراحت و خواب گردشگران؛ ١٤. نبود فروشگاه به منظور رفع نیازمندی‌های گردشگران؛ ۱۵. دوربودن روستا از مرکز استان و دیگر مراکز مهم گردشگری؛ ١٦. کاهش منابع آب زیرزمینی و کاهش سطح تولیدات کشاورزی؛ ۱۷. تقاضای پایین برای بازدید از منطقه در شرایط بالقوه
نقاط قوت (S)	۱. امکان بهره‌گیری از گردشگری مبتنی بر مردم‌شناسی/معماری در روستای ماخونیک؛ ۲. انجام مطالعات و پژوهش‌های مردم‌شناسی و معماری روستا؛ ۳. پذیرش مردم محلی با گردشگران و استقبال از آنها؛ ٤. تمایل نسبتاً مناسب جامعه میزبان به توسعه فعالیت‌های گردشگری؛ ٥. توسعه برخی از زیرساخت‌های اصلی روستا (آب، برق، تلفن ثابت، خدمات بهداشتی)؛ ٦. انتخاب مسیر بیرجند-ماخونیک به عنوان یکی از مسیرهای عمومی گردشگری؛ ۷. وجود صنایع دستی متنوع؛ ۸. بافت تاریخی و معماری خاص روستا؛ ۹. به عنوان سرزمین آدم کوچولوها (لی‌لی‌پوت) ایران

تحلیل وضع موجود

در مرحله تجزیه و تحلیل از روش تجزیه و تحلیل SWOT (نقاط قوت و ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها) استفاده شد و در ادامه، عوامل بیرونی (نقاط قوت و ضعف) و درونی (فرصت‌ها و تهدیدها) شناسایی شد. هدف اساسی آن است که برنامه‌ریزی با شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها و سپس ارایه راهبردها و با بهره‌جستن از فرصت‌های خارجی و پرهیز از اثرات ناشی از تهدیدات خارجی یا کاهش‌دادن آنها مثمر ثمر واقع شود. در جدول ۱ عوامل داخلی و خارجی موثر قید شده است.

ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)

هر مقصد گردشگری در محدوده خود دارای نقاط قوت و نقاط ضعفی است. هدف از تدوین راهبردها در یک مقصد گردشگری این است که آن مقصد بتواند به‌خوبی از نقاط قوت خود استفاده نموده و نقاط ضعف خود را از بین ببرد.

تعیین عوامل موثر داخلی: عوامل داخلی تاثیرگذار بر منطقه طبق نظر گروه دلفی به شرح زیر انتخاب شد (جدول ۲).

جدول ۲) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی حاکم بر گردشگری روستای ماخونیک

	عوامل داخلی	ضریب	رتبه	امتیاز
	نقاط قوت			
S1	امکان بهره‌گیری از گردشگری مبتنی بر مردم‌شناسی/معماری در روستای ماخونیک	۰/۰۳	٤	۰/۱۲
S2	انجام مطالعات و پژوهش‌های مردم‌شناسی و معماری روستایی	۰/۰٤	٤	۰/۱٦
S3	پذیرش مردم محلی با گردشگران و استقبال از آنها	۰/۰۳	٤	۰/۱۲
S4	تمایل نسبتاً مناسب جامعه میزبان به توسعه فعالیت‌های گردشگری	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S5	توسعه برخی از زیرساخت‌های اصلی روستا (آب، برق، تلفن ثابت، خدمات بهداشتی)	۰/۰٤	٤	۰/۱٦
S6	انتخاب مسیر بیرجند-ماخونیک به عنوان یکی از مسیرهای عمومی گردشگری	۰/۰۲	۳	۰/۰٦
S7	وجود صنایع دستی متنوع	۰/۰۵	٤	۰/۲
S8	بافت تاریخی و معماری خاص روستا	۰/۰٤	۳	۰/۱۲
S9	معرفی به عنوان سرزمین آدم کوچولوها (لی‌لی‌پوت) ایران	۰/۰۲	٤	۰/۰۸
	نقاط ضعف			
W1	قرارگیری در مناطق با خطر لرزه‌ای متوسط تا نسبتاً زیاد	۰/۰۳	۲	۰/۰٦
W2	بافت بیش از ۷۰٪ از بناهای روستا نیمه‌بادوام بوده است	۰/۰۵	۲	۰/۱
W3	فاقد شبکه فاضلاب مکانیزه	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W4	دفع فاضلاب از طریق چاه‌های جذبی و رهاکردن فاضلاب در کوچه‌ها	۰/۰٤	۲	۰/۰۸
W5	رهاسازی زباله‌ها در گوشه و کنار کوچه‌های روستا و عدم وجود محل دفن زباله	۰/۰۵	۲	۰/۱
W6	اغتشاش و ناهمگونی منظر و سیمای بصری روستا توسط تیرهای چراغ برق و سیم‌کشی‌ها	۰/۰٤	۲	۰/۰۸
W7	عدم گازکشی روستا	۰/۰۵	۱	۰/۰۵
W8	فرهنگ ضعیف مردم و عدم پذیرش گردشگر	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W9	کیفیت نامطلوب معابر روستایی و خاکی‌بودن اکثر آنها	۰/۰٤	۲	۰/۰۸
W10	مشکلات بهداشتی ناشی از دفع نامناسب و عدم دفع آب‌های سطحی	۰/۰۵	۲	۰/۱
W11	کمبود امکانات بین جاده‌ای در راه‌های منتهی به روستای مورد مطالعه	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W12	عدم وجود بانک در روستا	۰/۰٤	۲	۰/۰۸
W13	نبود محلی برای استراحت و خواب گردشگران	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W14	نبود فروشگاه به منظور رفع نیازمندی‌های گردشگران	۰/۰۳	۲	۰/۰٦
W15	دوربودن روستا از مرکز استان و دیگر مراکز مهم گردشگری	۰/۰۵	۲	۰/۱
W16	کاهش منابع آب زیرزمینی و کاهش سطح تولیدات کشاورزی	۰/۰٦	۲	۰/۱۲
W17	تقاضای پایین برای بازدید از منطقه در شرایط بالقوه	۰/۰۵	۱	۰/۰۵

ارزیابی عوامل داخلی (مجموع نمره نهایی ۲/۲۹) بیانگر آن بود که نقاط ضعف گردشگری روستای ماخونیک از نقاط قوت گردشگری آن بیشتر بوده و راهبردهای کلان باید به گونه‌ای تدوین شود که بتوان این نقاط ضعف را برطرف نمود.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

مقصود از فرصت‌ها و تهدیدات خارجی، رویدادها و روندهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، بوم‌شناسی، محیطی، سیاسی، رقابتی، کالبدی و غیره است که می‌توانند به میزان زیادی در آینده به منطقه منفعت یا زیان برسانند. فرصت‌ها و تهدیدها به میزان زیادی خارج از کنترل است، از این رو از واژه "خارجی" یا "بیرونی" برای آنها استفاده می‌کنند.

تعیین عوامل موثر خارجی: عوامل خارجی تاثیرگذار بر منطقه طبق نظر گروه دلفی به شرح زیر انتخاب شد (جدول ۳).

استنتاج نهایی از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (مجموع نمره نهایی ۲/۴۷) بیانگر این بود که فرصت‌های فراروی گردشگری منطقه، بیشتر از تهدیدات پیرامون آن بوده و در نتیجه راهبردهای کلان برای گردشگری منطقه باید به گونه‌ای تدوین شود که بتوان از فرصت‌های محیطی به نحو احسن استفاده نمود.

جدول ۳) ماتریس ارزیابی عوامل خارجی حاکم بر گردشگری روستای ماخونیک

	عوامل خارجی	ضریب	رتبه	امتیاز
	فرصت‌ها			
O1	افزایش احتمال بازگشت مهاجرین بخش با توسعه بخش گردشگری در منطقه	۰/۰٤	۳	۰/۱۲
O2	وجود کدهای اخلاقی WTO در زمینه گردشگری	۰/۰۲	۳	۰/۰٦
O3	فرصت تبادل فرهنگ‌ها و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف با ورود گردشگران	۰/۰۵	٤	۰/۰۲
O4	افزایش راه‌های ارتباطی استان در سال‌های اخیر	۰/۰٤	٤	۰/۱٦
O5	تاکید بر اهمیت گردشگری به عنوان گزینه‌ای برای توسعه استان در سند ملّی توسعه استان	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
O6	رشد گردشگری داخلی نسبت به سال‌های قبل	۰/۰۳	٤	۰/۱۲
O7	علاقه‌مندی روزافزون به گردشگری روستایی و طبیعت‌گردی در بین گردشگران	۰/۰۵	٤	۰/۲
O8	اعلام تمایل جامعه میزبان در سرمایه‌گذاری و مشارکت در بخش‌های مختلف توسعه گردشگری	۰/۰٤	٤	۰/۱٦
O9	جوان‌بودن گردشگران ورودی به منطقه (به عنوان تقاضای قابل توجه بازار)	۰/۰٤	۳	۰/۱۲
O10	وجود تسهیلات بانکی کم‌بهره برای سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰٤	۳	۰/۱۲
O11	عزم مسئولین و متولیان صنعت گردشگری برای ارتقا و توسعه گردشگری منطقه	۰/۰۵	٤	۰/۲
	تهدیدها			
T1	احتمال افزایش تکدی‌گری جامعه میزبان در صورت توسعه نامناسب گردشگری منطقه	۰/۰۸	۲	۰/۱٦
T2	امکان تاثیر منفی فرهنگ گردشگران بر فرهنگ بومی و سنتی روستاییان	۰/۰۵	۲	۰/۱
T3	برنامه‌ریزی بخشی و نامناسب در زمینه فعالیت‌های گردشگری	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T4	وجود وندالیسم در فعالیت‌های گردشگری و تاثیر منفی آن بر اکوسیستم‌ها	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T5	عدم آشنایی طبیعت‌گردان و گردشگران با اصول گردشگری و طبیعت‌گردی پایدار	۰/۰٤	۲	۰/۰۸
T6	عدم توجه کافی به اصول حفاظت محیط زیست در تهیه اسناد و طرح‌های گردشگری کشور	۰/۰۵	۲	۰/۱
T7	سهم بسیار پایین هزینه‌های مرتبط با مسافرت در سبد هزینه‌های خانوار شهری و روستایی	۰/۰۲	۱	۰/۰۲
T8	پایین‌بودن سطح درآمد ساکنین و عدم توانایی سرمایه‌گذاری افراد بومی منطقه	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T9	افزایش هزینه‌های خانوار طی سال‌های اخیر	۰/۰۲	۱	۰/۰۲
T10	سهمیه‌بندی بنزین و کاهش تعداد مسافرت‌های با مسافت زیاد	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
T11	محدودبودن تنوع ارتباطی منطقه با نواحی پیرامونی	۰/۰٤	۲	۰/۰۸
T12	افزایش قیمت خدمات در بخش پذیرایی، حمل‌ونقل و تفریحات و سرگرمی در بازار بالقوه	۰/۰۲	۱	۰/۰۲
T13	فصلی‌بودن تقاضای گردشگری	۰/۰٦	۲	۰/۱۲
T14	نزدیکی روستا به مرز افغانستان و وجود ناامنی در آن کشور	۰/۰۵	۲	۰/۱

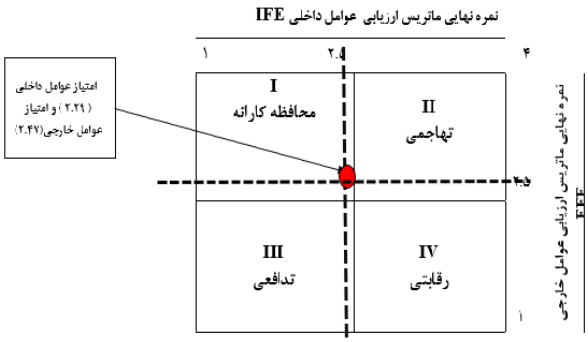
مرحله مقایسه

گام بعدی در تدوین استراتژی‌ها، شناسایی و تعیین استراتژی‌های قابل قبول است. بدیهی است متناسب‌بودن یک استراتژی به میزان توانایی آن در بهره‌گیری از نقاط قوت و فرصت‌ها و غلبه بر نقاط ضعف و تهدیدها بستگی دارد. نهایتاً استفاده از نقاط قوت و فرصت‌ها و اجتناب از ضعف‌ها و محدودیت‌ها باید تحقق ماموریت‌های سیستم را ممکن سازد.

در تدوین استراتژی‌های کلان روستای ماخونیک از ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت SWOT استفاده شد. با استفاده از ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط ضعف و نقاط قوت کلیه استراتژی‌ها تدوین شد و سپس با استفاده از موقعیت قرارگیری روستا در نمودار IE نوع استراتژی متناسب منطقه انتخاب شد.

برای ارزیابی عوامل داخلی و خارجی در این طرح از ماتریس چهار خانه‌ای که در شکل ۲ نمایان است استفاده شد. در این ماتریس اگر موقعیت منطقه با توجه به جمع نمرات عوامل داخلی و خارجی در محدوده I باشد استراتژی محافظه‌کارانه (نگهداری-حمایت درونی)، اگر در محدوده II باشد استراتژی تهاجمی (رشد و توسعه)، در محدوده III استراتژی تدافعی (برداشت، واگذاری، کاهش، انحلال) و در محدوده IV استراتژی رقابتی (نگهداری-حمایت بیرونی) توصیه می‌شود.

نتایج حاصل از ترسیم اطلاعات به‌دست‌آمده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ۲/۲۹ و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی ۲/۴۷ بود. این بدان معنا است که روستای هدف گردشگری ماخونیک در محدوده I قرار گرفته که می‌بایست استراتژی محافظه‌کارانه (نگهداری-حمایت درونی) اتخاذ شود (شکل ۲).



شکل ۲) ماتریس راهبردها و اولویت‌های اجرایی

مرحله تصمیم‌گیری

در این مرحله، مقایسه بین اطلاعات به‌دست‌آمده در ماتریس SWOT و ماتریس IE انجام پذیرفت. در ماتریس SWOT چهار دسته راهبرد متناسب با وضعیت داخلی و خارجی مشخص شد و

در ماتریس IE مشخص شد که موقعیت روستا در جدول چهار خانه‌ای IE در بخش محافظه‌کارانه قرار داشت و راهبردهای تدافعی در اولویت بعدی قرار داشتند. بنابراین با توجه به مطالب فوق، راهبردهای قابل قبول برای توسعه روستا به‌ترتیب راهبردهای محافظه‌کارانه یا استراتژی‌های WO شامل راهبردهای WO1 تا WO5، راهبردهای تدافعی یا استراتژی‌های WT شامل راهبردهای WT1 و WT2، راهبردهای تهاجمی یا استراتژی‌های SO شامل SO1 و SO2 و در نهایت راهبردهای رقابتی یا استراتژی‌های ST شامل راهبردهای ST1 و ST2 می‌شدند (جدول ۴).

با توجه به راهبردهای شناسایی‌شده، اهداف در سه بازه زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت برای توسعه گردشگری روستا پیگیری شد. در برنامه راهبردی گردشگری در روستای ماخونیک، به طور خلاصه اهداف در سه دوره کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت در ابعاد هفت‌گانه توسعه روستا که عبارتند از: ۱- جغرافیایی-زیست‌محیطی؛ ۲- اقتصادی-اجتماعی؛ ۳- زیربنایی-کالبدی؛ ۴- جاذبه‌های گردشگری؛ ۵- تاسیسات و تجهیزات گردشگری؛ ۶- جنبه‌های اجتماعی آسیب‌ها و مزایای گردشگری؛ ۷- ضعف‌ها و تهدیدهای گردشگری روستا ارایه شد (جدول ۵).

جدول ۴) ماتریس تهدیدات، فرصت‌ها، نقاط قوت و نقاط ضعف (SWOT) روستای ماخونیک

عوامل داخلی IFE / عوامل خارجی EFE	نقاط قوت (S) (موارد S1 تا S9 در جدول ۲)	نقاط ضعف (W) (موارد W1 تا W17 در جدول ۲)
فرصت‌ها (O) (موارد O1 تا O11 در جدول ۳)	راهبردهای تهاجمی (استراتژی‌های SO): SO1: توسعه گردشگری تاریخی و فرهنگی روستا، با تاکید بر معماری مردم‌شناسی آداب و رسوم مطلوب آن؛ SO2: حمایت از سرمایه‌گذاران در قالب بسته‌های تشویقی و ارایه تسهیلات مناسب به آنها.	راهبردهای محافظه‌کارانه (استراتژی‌های WO): WO1: آموزش‌های همه‌جانبه به میزبان و کم‌رنگ‌شدن فرهنگ تکدی‌گری برخی اهالی WO2: مشارکت بخش دولتی برای سرمایه‌گذاری و ترغیب بخش خصوصی؛ WO3: بهبود تقاضای گردشگری به منظور افزایش جذب و ماندگاری گردشگران؛ WO4: آموزش نیروی انسانی توانمند برای فعالیت‌های گردشگری؛ WO5: توسعه، تجهیز و تکمیل زیرساخت‌های روستا.
تهدیدات (T) (موارد T1 تا T14 در جدول ۳)	راهبردهای رقابتی (استراتژی‌های ST): ST1: جلوگیری از گسترش احتمالی ناامنی موجود در مرزهای شرقی در محدوده روستا؛ ST2: تاکید بر توسعه فعالیت‌های گردشگری منطقه منطبق بر گردشگری پایدار.	راهبردهای تدافعی (استراتژی های WT): WT1: پرهیز از ساخت‌وساز در مناطق سیل‌خیز، محدوده‌های گسلی و غیره؛ WT2: اجتناب از هر نوع فعالیت گردشگری بدون مشارکت ساکنان روستا.

جدول ۵) اهداف بلندمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت توسعه گردشگری روستایی روستای ماخونیک

اهداف	ابعاد هفت‌گانه	راهبرد
بلندمدت	جغرافیایی-زیست‌محیطی	حفاظت از محیط طبیعی روستا
	اقتصادی-اجتماعی	ارتقای رفاه اجتماعی ساکنان از طریق گردشگری
	زیربنایی-کالبدی	تجهیز و نگهداری
	جاذبه‌های گردشگری	تجهیز و نگهداری از جاذبه‌های روستا
	تاسیسات و تجهیزات گردشگری	توسعه و نگهداری
	جنبه‌های اجتماعی آسیب‌ها و مزایای گردشگری	شکل‌گیری تعامل و برخورد گردشگران و ساکنان در غالب میهمان-میزبان در روستا
	ضعف‌ها و تهدیدهای گردشگری روستا	آمادگی برای رفع هرگونه نقطه ضعف و پاسخ مناسب به هرگونه تهدید
میان‌مدت	جغرافیایی-زیست‌محیطی	حفاظت و ایجاد تعادل بین محیط زیست و فعالیت‌های گردشگری
	اقتصادی-اجتماعی	۱- بهبود وضع اقتصادی روستاییان،۲- جلوگیری از مهاجرت جوانان به شهرها
	زیربنایی-کالبدی	تجهیز و نگهداری
	جاذبه‌های گردشگری	۱- تجهیز و نگهداری از جاذبه‌های روستا، ۲- فعالیت‌های بازاریابی در راستای شناساندن جاذبه‌های روستا
	تاسیسات و تجهیزات گردشگری	تجهیز و نگهداری
	جنبه‌های اجتماعی آسیب‌ها و مزایای گردشگری	افزایش مشارکت ساکنان در طرح‌های گردشگری و حداقل‌سازی مشکلات میان گردشگران و ساکنان
	ضعف‌ها و تهدیدهای گردشگری روستا	۱-تبدیل نقاط ضعف به نقاط قوت، ۲- کاهش تهدیدهای توسعه گردشگری در روستا
کوتاه‌مدت	جغرافیایی-زیست‌محیطی	۱- آگاهی‌بخشی ساکنین و گردشگران نسبت به مسایل زیست‌محیطی، ۲- برطرف‌سازی مشکلات و معضلات زیست‌محیطی در روستا
	اقتصادی-اجتماعی	۱- تنوع‌بخشی به منابع درآمدی ساکنان، ۲- اشتغال‌زایی برای جوانان و بانوان روستا، ۳- کمک به فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی روستا
	زیربنایی-کالبدی	رفع مشکلات شناسایی‌شده در حوزه زیرساخت‌های روستا اعم از راه، سطح زباله، پارکینگ و غیره
	جاذبه‌های گردشگری	۱- مرمت و بازسازی بافت تاریخی روستا، ۲- بهسازی مسیرهای دسترسی به جاذبه‌ها، ۳- معرفی جاذبه‌های روستا
	تاسیسات و تجهیزات گردشگری	۱- ایجاد مراکز اقامتی و پذیرایی در روستا، ۲- ایجاد مجتمع تفریحی-گردشگری، ۳- ایجاد اقامت‌های بوم‌گردی
	جنبه‌های اجتماعی آسیب‌ها و مزایای گردشگری	۱- مشارکت ساکنین در طرح‌های گردشگری، ۲- آگاهی‌بخشی در زمینه هویت روستا، آداب و رسوم، ارزش‌های اعتقادی و اجتماعی روستاییان
	ضعف‌ها و تهدیدهای گردشگری روستا	۱- برطرف‌سازی ضعف‌های موجود، ۲- شناسایی تهدیدهای توسعه گردشگری در روستا

برنامه‌ها، طرح‌ها و پروژه‌های پیشنهادی

مهم‌ترین گام در طرح‌های جامع گردشگری، عملیاتی‌کردن راهبردها و تدوین طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی است. این مرحله پیوستگی کاملی با مرحله دوم یعنی مرحله تدوین اهداف و راهبردها داشته و تمام طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی با توجه به راهبردهای توسعه گردشگری منطقه تدوین می‌شوند. این امر جهت‌گیری صحیح طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی را تضمین نموده و افزایش بهره‌وری فعالیت‌های گردشگری منطقه را با ترکیب دو عنصر اثربخشی (که از فرآیند مناسب و علمی تدوین استراتژی‌ها در مرحله قبل محقق شده) و کارایی (که با تدوین طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی مناسب در این مرحله حاصل می‌شود) محقق خواهد ساخت.

طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی بازاریابی و هدایت تقاضای گردشگری

تهیه اقلام تبلیغی از قبیل لوح فشرده، بروشور و پوستر از جاذبه‌ها و چشم‌انداز منطقه؛ معرفی روستای هدف گردشگری ماخونیک و قابلیت‌های آن با نگاهی واقع‌بینانه؛ نشان‌دادن قابلیت‌های گردشگری منطقه در جشنواره‌های گردشگری ملی و استانی؛ برگزاری تور آشناسازی دانشگاهی و مدیران دفاتر خدمات مسافرتی فعال در بخش طبیعت‌گردی در سطح ملی و استانی از قابلیت‌های گردشگری منطقه؛ ساخت مستند از بافت معماری شاخص روستا، نوع معیشت و آداب و رسوم آنها.

طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی توسعه جاذبه‌ها و محصولات گردشگری

به منظور حداکثر استفاده از منابع و جاذبه‌های گردشگری به‌ویژه جاذبه‌ها و امکانات طبیعی، تنوع‌بخشی به محصولات و گسترش بازار گردشگری و سرانجام ایجاد تعادل و توازن فضایی، طرح‌ها و پروژه‌های عملیاتی زیر برای توسعه منابع و جذابیت‌های گردشگری منطقه ارایه شد.

عملیاتی همچون تکمیل طرح مرمت و بازسازی بافت تاریخی تعیین‌شده در ماخونیک، تعیین حریم سنگ‌نگاره در قالب ایجاد یک حصار و نورپردازی محوطه آن به منظور افزایش جذابیت، طرح مطالعات و کاوش‌های باستان‌شناسی برای تعیین قدمت جاذبه‌های منطقه، طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی توسعه و سامان‌دهی تسهیلات و خدمات گردشگری، ایجاد کلبه‌های اقامتی-پذیرایی در خانه‌های مرمت‌شده بافت تاریخی روستا با حفظ اِلمان‌های سنتی روستا به عنوان خانه‌های هدف گردشگری، احداث یک جایگاه برای عرضه غذاهای محلی روستا و آشناسازی گردشگران با مصنوعات فرهنگی روستا، طرح‌ها و برنامه‌های عملیاتی توسعه و سامان‌دهی زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگری، پاک‌سازی کامل زباله‌های موجود در محدوده روستا با درنظرگرفتن مسایل زیست‌محیطی، توسعه و تجهیز مراکز بهداشتی-درمانی روستا و توانمندسازی آنها در زمینه ارایه خدمات پزشکی، ایجاد پارکینگ‌های عمومی، نصب تابلوها و علایم راهنمای گردشگران در سطح منطقه و تابلوها و علایم فنی جاده‌ای، ایجاد سرویس‌های بهداشتی در کانون‌های گردشگری، بازسازی شبکه معابر روستا برمبنای پیشنهادات ارایه‌شده در طرح هادی، جذب نیروهای متخصص و تحصیل‌کرده گردشگری برای مباحث تدریس و آموزش به جامعه محلی، ارتقای آگاهی گردشگران از قوانین زیست‌محیطی و رعایت محیط زیست در قالب آموزش رسانه‌ای، شناسایی و آموزش راهنمایان بومی گردشگری در سطح منطقه، برنامه‌ریزی تشکیلاتی و مدیریتی، تعیین یک مدیریت واحد و منسجم برای روستا در زمینه‌های تصمیم‌گیری و اجرا، استفاده از توان مدیریتی نیروهای بومی در مدیریت گردشگری منطقه، برگزاری جلسات هم‌اندیشی و هماهنگی بین سازمان و هسته مدیریت گردشگری، تشکیل انجمن‌های فعال بخش گردشگری باید برای توسعه گردشگری روستاها صورت پذیرند.

بحث

در این پژوهش، ضمن بررسی روستای ماخونیک با توجه به پتانسیل‌های منطقه در چارچوب یک برنامه مناسب و سازگار با شرایط منطقه، به تدوین برنامه راهبردی در چارچوب توسعه گردشگری روستا با استفاده از مدل برنامه‌ریزی دیوید اقدام شد.

در چند دهه اخیر، گردشگری به عنوان ابزاری برای کمک به توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی مورد توجه بسیاری از متخصصان توسعه روستایی و دولت‌ها قرار گرفته است. گردشگری روستایی، هویت و ماهیت مناطق روستایی را از مکانی صرفاً برای تولید غذا به مکانی برای عرضه امکانات و تسهیلات روستایی تغییر داده است [Jaafar *et al.*, 2015]. طی چند دهه گذشته، تجربه توسعه گردشگری روستایی در کشورهای توسعه‌یافته از یک طرف و شکنندگی بالای اقتصادی نواحی روستایی، افزایش نرخ بیکاری و خروج نسل جوان از اجتماعات روستایی به دلیل نبود فرصت‌های شغلی در بخش کشاورزی و فقدان زمینه اشتغال در سایر بخش‌های اقتصادی از طرف دیگر باعث‌شده تا دولت جمهوری اسلامی ایران به منظور رفع محرومیت و ایجاد محرک‌های توسعه، در راستای تحقق اهداف تعیین‌شده در سند چشم‌انداز بیست‌ساله کشور، بهره‌گیری از توان‌های گردشگری مناطق محروم به‌ویژه روستاها را در دستور کار خود قرار دهد؛ به گونه‌ای که در برنامه چهارم توسعه، سیاست‌های دولت برای توسعه گردشگری در نواحی روستایی منتج به تشکیل کمیته‌های گردشگری روستایی و عشایری و کارگروه عملیاتی روستاهای هدف گردشگری شد [Ghasempour *et al.*, 2019]. در شرایطی که بخش کشاورزی و معیشت سنتی بیشتر نواحی روستایی با رکود مواجه شده، متنوع‌سازی اقتصاد نواحی روستایی از طریق گسترش انواع فعالیت‌ها از جمله توسعه هدفمند و برنامه‌ریزی‌شده گردشگری می‌تواند با ایجاد روندهای مثبت در ابعاد مختلف، زمینه بازساخت مطلوب نواحی روستایی به منظور توسعه پایدار را فراهم سازد. کسب‌وکارهای کوچک بر چشم‌انداز اقتصادی روستایی تسلط دارند. در جوامع سنتی، فعالیت‌های اقتصادی و طبیعت اغلب با هم همزیستی می‌کنند، همان‌طور که برای قرن‌ها بدین شکل بوده، و توسعه اقتصادی از طریق سرمایه محلی ذاتاً به کندی پیش می‌رود. در نتیجه، ظرفیت فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی مطابق با منابع محلی متفاوت است.

گردشگری روستایی با افزایش تقاضا برای پاسخ‌گویی به تقاضا، بازار ایده‌آلی را برای مشاغل کوچک ارایه می‌دهد و به طور مستقیم و غیرمستقیم مزایای اقتصادی را برای مشاغل محلی به ارمغان می‌آورد و توسعه مشاغل کوچک مرتبط را تشویق می‌کند. گردشگری همچنین با خدمت به عنوان انگیزه‌ای برای توسعه، که اغلب صنایع سنتی در آستانه انقراض را احیا می‌کند، به مناطق روستایی و منزوی کمک می‌کند. علاوه بر این، *ریچل* و همکاران استدلال کرده‌اند که مکان‌های دورافتاده و صعب‌العبور توسط گردشگران به دلیل منزوی‌بودن ویژگی‌های خاصی دارند مانند زیبایی طبیعی، سکوت و منحصربه‌فرد بودن. در نتیجه، تقاضا برای جاذبه‌های توریستی در مناطق روستایی اغلب به تحریک ایجاد مشاغل کوچک کمک می‌کند. گردشگری روستایی از موضوعات مهم و رو به رشد از نظر کمّی و کیفی در پژوهش‌ها و نیز مورد توجه برنامه‌ریزان و مدیران قرار گرفته است؛ اما با این وجود مطالعات و اقدامات انجام‌شده منجر به کاهش مهاجرت و توسعه روستاها و شکوفایی اقتصاد روستا نشده است [Reichel *et al.*, 2000].

با توجه به تنوع قلمرو جغرافیای روستایی ایران و برخورداری از پتانسیل و ظرفیت مناسب در این زمینه، شایسته است که جایگاه مناسب به موضوع گردشگری روستایی در سطوح برنامه‌ریزی‌های کلان ملّی، منطقه‌ای و محلی همگام با دیگر برنامه‌های توسعه پایدار روستایی، اختصاص یابد و برنامه‌های توسعه گردشگری روستایی در سطوح مختلف (ملّی و منطقه‌ای و محلی) مورد توجه قرار گیرد؛ تا از این ظرفیت در توسعه روستا و شکوفایی اقتصاد و مهاجرت‌پذیری معکوس به روستا را شاهد باشیم و در نتیجه منجر به افزایش تولید و رشد اقتصادی در سطح ملّی و بین‌المللی شود.

برنامه ارایه‌شده در روستای ماخونیک با استفاده از تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی موثر بر توسعه آن با استفاده از ماتریس SWOT و بر اساس مدل برنامه‌ریزی استراتژیک دیوید تعیین و مشخص شد و سپس راهبردهای مربوطه به‌ترتیب محافظه‌کارانه (WO)، تدافعی (WT)، تهاجمی (SO) و در اولویت آخر راهبردهای رقابتی (ST) ارایه شد و برنامه‌ها و طرح‌های موثر در رسیدن به این استراتژی‌ها ارایه شد تا با اجرای درست و به‌موقع این برنامه‌ها شاهد افزایش گردشگر به روستا و توسعه آن شویم و سهم مهمی در اقتصاد استان را شاهد باشیم. مشابه با روش مطالعه حاضر، *کرانی* [Korani, 2020] در ماتریس عوامل داخلی، نقاط ضعف و در ماتریس عوامل خارجی، تهدیدها غلبه داشته‌اند و الگوی تدافعی برای توسعه گردشگری روستایی در منطقه ریجاب از اولویت بالاتری برخوردار بوده است. به طور کلی گردشگری روستایی با توجه به توانمندی‌ها و جاذبه‌های فراوان بوم‌گردشگری با توسعه صنعت گردشگری، می‌تواند بستر مناسبی برای اشتغال گروه بزرگ بیکاران روستاها و توسعه روزافزون این نواحی را فراهم کند. منطبق با یافته‌های این پژوهش، *موسی‌وند* و همکاران [Mousavand *et al.*, 2013] بیان داشته‌اند که با برنامه‌ریزی صحیح و اصولی، ایجاد خدمات زیربنایی، بهبود تسهیلات و امکانات اقامتگاهی و تبلیغاتی و تبلیغات بیشتر در زمینه گردشگری روستایی می‌توان وضعیت اقتصاد روستاها را متحول کرد و گردشگری را به عنوان فعالیت مکمل در کنار سایر فعالیت‌های اقتصادی وارد منطقه کرد تا به تبع آن، وضعیت اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی روستاها بهبود یابد. *در پژوهش محمدی* [Mohammadi, 2011] مشخص شده است که بهره‌برداری بهینه از توان‌های گردشگری روستاها به عنوان راهبرد مکمل توسعه روستایی می‌تواند گامی مطمین برای ترقی و توسعه فضاهای روستایی کشور در تمام ابعاد اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی قلمداد شود. در حالی که *درویشی* و همکاران [Darvishi *et al.*, 2014] استراتژی تهاجمی (حداکثر-حداکثر) را به عنوان استراتژی مطلوب برای نیل و دستیابی به توسعه گردشگری روستای گایکان معرفی کرده‌اند.

فقدان سیاست‌های راهبردی و ساختاری مناسب در طرح‌ها و برنامه‌های توسعه استانی در روستای ماخونیک به چشم می‌خورد و لازم است در طرح گردشگری کلان روستایی کشور بازبینی لازم صورت پذیرفته و برنامه‌های توسعه با توجه به هر منطقه و روستا با مشارکت مردم محلی و جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به منظور توسعه روستاها و جذب گردشگران صورت پذیرد. همراستا با این نتایج، *عیدی* و همکاران نیز در پژوهش خود اذعان داشته‌اند که به دلیل عدم توجه و رسیدگی، بسیاری از توانمندی‌ها و کارکردهای روستاهای هدف از بین رفته است. اگر مسئولان برنامه‌ریزی صحیحی داشته باشند، این توانمندی‌ها و کارکردهای از بین‌رفته قابل بازگشت است [Eidi *et al.*, 2023]. بدین منظور، پیشنهاداتی به منظور توسعه پایدار گردشگری روستایی ارایه می‌شود:

- بازبینی روستاهای هدف گردشگری تدوین‌شده براساس شاخص‌های جدید؛
- مطالعه وضع موجود و شناسایی قابلیت‌ها و تنگناهای روستا؛
- برنامه‌ریزی مناسب با توجه به هر روستا؛
- توسعه کسب‌وکارهای محلی گردشگری و حمایت آنها با ارایه تسهیلات و مشوق‌ها؛
- تکمیل و توسعه زیرساخت‌های گردشگری روستایی، جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و ارایه مشوق‌های لازم به آنان؛
- برنامه‌ریزی برای توانمندسازی مردم محلی و تشکل‌های مردم‌نهاد و بهره‌گیری از آنها به منظور توسعه گردشگری روستایی؛
- حفاظت و صیانت از منابع محیطی، فرهنگی و جاذبه‌ها (دستیابی به پایداری منابع)؛
- بازنگری در قوانین و مقررات برای کنترل ساخت‌وسازهای غیراصولی در زمینه‌های کشاورزی و حریم رودخانه و استفاده بهینه از جاذبه‌های گردشگری و جلوگیری از تخریب، آلودگی و از بین‌رفتن این منابع.

نتیجه‌گیری

با وجود اینکه نقاط ضعف گردشگری در منطقه مورد مطالعه از نقاط قوت آن بیشتر بود اما از طرف دیگر فرصت‌های فراوری گردشگری

منطقه، بیشتر از تهدیدات پیرامون آن است.از این رو راهبردهای قابل قبول برای توسعه روستا به‌ترتیب راهبردهای محافظه‌کارانه، راهبردهای تدافعی، راهبردهای تهاجمی و در نهایت راهبردهای رقابتی هستند.

تشکر و قدردانی: نویسندگان بدین وسیله از کلیه افرادی که در این پژوهش همکاری کردند تشکر و قدردانی می‌کنند.

تاییدیه اخلاقی: موردی از طرف نویسندگان گزارش نشده است.

تعارض منافع: موردی از طرف نویسندگان گزارش نشده است.

سهم نویسندگان: سمانه چوبداری (نویسنده اول)، نگارنده مقدمه/پژوهشگر اصلی/نگارنده بحث (۵۰٪)؛ علیرضا استعلاجی (نویسنده دوم)، نگارنده مقدمه (۳۰٪)؛ محسن رنجبر (نویسنده سوم)، روش‌شناس/تحلیلگر آماری (۲۰٪)

منابع مالی: تمامی هزینه‌ها توسط نگارنده پرداخت شده و اسپانسر یا شریک مالی وجود نداشته است.

منابع

- Arabi SM, Razmjoy M (2006). Appropriate models in integrating strategic management models and meeting the goals of the vision document. Strategic Defense Studies. 28. [Persian]
- Crouch GI (1994). The study of international tourism demand: A survey of practice. Journal of Travel Research. 32(4):41-55.
- Darvishi H, Beyranvandzadeh M, Naderi Deghani Alwar SA, Ahmadi S (2014). Prioritization of rural tourism development strategies from the aspect of spatial planning: A case study of Gaykan-Aligoodarz county. Rural Development Strategies. 1(2):69-84. [Persian]
- Dwyer JF (1994). Customer diversity and the future demand for outdoor recreation. Fort Collins: U.S. Department of Agriculture.
- Ebrahimzadeh I, Aghasizadeh A (2009). The analysis of effective factors in the expansion of coastal region of Chabahar tourism through SWOT model. Urban Regional Studies and Research. 1(1):107-128. [Persian]
- Eidi A, Shokati Amghani M, Kazemiyeh F (2023). Strategic planning of sustainable tourism development in tourism target villages of East Azarbaijan province. Village & Development. [Persian]
- Eftekhari AR, Ghaderi E (2002). The role of rural tourism in rural development. Modarres Human Sciences. 6(2):23-40. [Persian]
- Ghafari R, Torki Harchakani M (2009). The role of tourism in the socio-economic development of rural areas of chaharmahal and Bakhtaran province, case study of Saman section. Village and Development. 12(2): Unknown pages.
- Ghalami Cheraghtapeh M, Darban Astaneh A, Khorasani M (2022). Identifying and analyzing the drivers of rural tourism development (case study: Urmia city). Journal of Iran Futures Studies. 6(2):221-244. [Persian]
- Ghasempour H, Ghafarinia R, Khalili K (2019). Strategic planning of tourism development with emphasizing the Colm village target tourism in Ilam province. Studies of Human Settlements Planning. 14(1):199-217. [Persian]
- Ibanescu BC, Stoleriu OM, Munteanu A, Iatu C (2018). The impact of tourism on sustainable development of rural areas: Evidence from Romania. Sustainbility. 10(10):3529.
- Jalalian H, Rezvani MR, Tahmasbi A, Orouji H (2018). Explanation of a rural tourism system model by using the Chaos theory and the Butler model: A case study of Mesr village, Khur-biabank county. Rural Research. 9(2):222-235. [Persian]
- Jaafar M, Rasoolimanesh SM, Lonik KAT (2015). Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. Tourism Management Perspectives. 14:17-24.
- Jia Y, Liu R, Li A, Sun F, Yeh R (2023). Rural tourism development between community involvement and residents' life satisfaction: Tourism Agenda 2030. Tourism Review. 78(2):561-579.
- Jomepoor M (2005). The process of sustainable development and the role of participation in the management and exploitation of natural resources. Tehran: Organization of forests and pastures of the country.
- Korani Z (2020). Explaining of scenario, strategies and solutions for development of rural tourism (the case study: Rijab tourism area). Journal of Agricultural Extension and Education Research. 13(3):27-46. [Persian]
- Liu YL, Chiang JT, Ko PF (2023). The benefits of tourism for rural community development. Humanities and Social Sciences Communications. 10(137).
- Lopez Sanz JM, Penelas Leguia A, Gutierrez Rodriguez P, Cuesta Valino P (2021). Rural tourism and the sustainable development goals. A study of the variables that most influence the behavior of the tourist. Organizational Psychology. 12:722973.
- Mohammadi S (2011). Rural development and tourism development. Sepehr. 20(78):93-100. [Persian]
- Mousavand J, Mahmudi SM, Cheraghi R (2013). Development of rural tourism in the direction of sustainable development (study example: Sorin village of Baneh city). Tourism Space. 2(8):81-98. [Persian]
- Najafi Kani AA, Najafi K (2021). Rural tourism capacity measurement and its role in the spatial and economic development in mountain areas. Case study: Villages in the central district of Damavand township. Space Economy & Rural Development. 10(35):69-90. [Persian]
- Nikbin M, Karami M (2012). Examination of social-cultural sustainability of tourism development, case of Kish Island. Iranian Cultural Research Quarterly. 5(2):137-158. [Persian]
- Oppermann M (1996). Rural tourism in Southern Germany. Annals of Tourism Research. 23(1):86-102.
- Rahimi T (2021). The importance of the cultural landscape of Makuonik village in the development of sustainable tourism. The 7th national congress on civil engineering, architecture and urban development. Tehran: ICSAU. [Persian]
- Reichel A, Lowengart O, Milman A (2000). Rural tourism in Israel: Service quality and orientation. Tourism Management. 21(5):451-459.
- Shuai M, Liu C, Ahmed F, Wang R (2022). Analysis on the change of tourists' leisure agricultural tourism behavior and the influence of individual intrinsic characteristics. Asia Pacific Management Review. 27(2):115-119.
- Szabo B (2005). Rural tourism as alternative income source for rural areas along the hortobagy. Jahrbunch der Osterreichischen Gesellschaft for Agrarokonomic. 12:179-190.