

برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشاورزی جامعه‌محور با استفاده از چارچوب مشارکتی SOAR

مورد مطالعه: روستای دیزج شاهرود

محمد نجار زاده^۱، ذبیح‌الله ترابی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۹/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۲۶

چکیده

گردشگری جامعه‌محور بر مشارکت بالای جوامع محلی با توجه به اصول توسعه پایدار تأکید دارد. چارچوب مشارکتی سوار (SOAR) سعی در جلب مشارکت فعال همه دست‌اندرکاران در طول فرایند برنامه‌ریزی دارد؛ بنابراین در این پژوهش سعی شده، برای برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی جامعه‌محور، از چارچوب مشارکتی سوار استفاده شود. اطلاعات از طریق برگزاری جلسات بحث سه گروه شش نفره دست‌اندرکار (کشاورزان و دامداران، نخبگان و مدیران محلی و شهرستانی) گردآوری شده است. دست‌اندرکاران به همراه مدیران گروه‌ها در نقش تسهیلگر- در چهار مرحله به بررسی قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج اجرایی توسعه گردشگری کشاورزی پرداخته‌اند. در نهایت دست‌اندرکاران به این راهکارهای اجرایی در جهت توسعه گردشگری کشاورزی روستای دیزج دست یافتند: بسته‌بندی محصولات؛ حمایت از کارآفرینان؛ برگزاری کلاس‌های آموزشی؛ برگزاری مستمر جشنواره‌های انگور؛ هم‌افزایی بیشتر بین دست‌اندرکاران؛ تقسیم کار بین دست‌اندرکاران با توجه به توان و مسئولیت آن‌ها.

واژه‌های کلیدی: گردشگری کشاورزی، مشارکت، روستای دیزج، چارچوب سوار (SOAR)

۱ نویسنده مسئول: استادیار دانشکده گردشگری دانشگاه سمنان، سمنان، ایران (mnajjarzadeh@semnan.ac.ir)

۲ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه

در سال‌های اخیر، تغییرات عمده‌ای که جهانی‌شدن و توسعه فناوری در محیط‌های اجتماعی - اقتصادی ایجاد کرده، برنامه‌ریزان را به ایجاد تحولاتی مهم در برنامه‌های خود، به‌منظور انطباق و تداوم با این دنیای نوین، وادار ساخته است (Ashley, 2002; Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000; Ashley & Mitchell, 2009; Ashley & Roe, 2002; Ashley, Roe, & Goodwin, 2001). از این‌رو متنوع‌سازی فعالیت‌های مزرعه به‌منزله پاسخی به بازسازی ساختار حیات روستایی، در مواجهه با خواسته‌ها و الزامات دنیای نوین، صورت گرفته است (Nancy Gard McGehee, 2007; Nancy G McGehee, Kim, & Jennings, 2007). متنوع‌سازی فعالیت‌های مزرعه را می‌توان راهبردی برای به رسمیت شناختن کارکردهای غیرتولیدی مزارع در افزایش پایایی اقتصادی کشاورزان تبیین کرد (Weaver & Fennell, 1997). ورمزیاری (۱۳۹۲) معتقد است کشاورزان در ایران منابع گوناگونی برای متنوع‌سازی مزرعه به‌منظور دستیابی به درآمد بیشتر دارند، ولی به‌علت ناآگاهی از کشاورزی چندکارکرده و توان‌مند نبودن در آن، ناتوان از شکوفاسازی بوده‌اند (ورمزیاری و همکاران، ۱۳۹۲)؛ بنابراین برنامه‌ریزان گردشگری را یکی از رهیافت‌های مؤثر برای متنوع‌سازی فعالیت‌ها در مزرعه معرفی کرده‌اند (Bagi & Reeder, 2012; Nancy Gard McGehee, 2007; Nancy G McGehee & Kim, 2004). دستیابی به توسعه گردشگری کشاورزی پایدار، مشروط به همکاری جامعه محلی است (Barbieri, 2013)؛ زیرا مشارکت جوامع محلی نقش کلیدی در توسعه گردشگری دارد (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲). برد (۲۰۰۷) معتقد است در فرایند دستیابی به توسعه گردشگری پایدار، مشارکت همه دست‌اندرکاران ضروری است (Byrd, 2007). چراکه بدون حمایت ذی‌نفعان، توسعه گردشگری پایدار تقریباً غیرممکن است (Byrd, 2007). از این‌رو گردشگری کشاورزی زمانی می‌تواند پایدار باشد که جدای از بدنه جامعه نباشد (Barbieri, 2013; Barbieri & Mshenga, 2008). از این‌رو به نقش گردشگری و نقش جامعه، باید به‌طور هم‌زمان توجه کرد. برای رسیدن به این هدف، اندیشمندان گردشگری جامعه‌محور را پیشنهاد می‌دهند (George, Nedelea, & Antony, 2007; Reed, 1997). گردشگری جامعه‌محور، یکی از رویکردهای گردشگری جایگزین (Russell, 2000) و گونه‌ای از گردشگری است که موجب به‌هم‌پیوستن و مشارکت در زیر چتر پایداری می‌شود (George et al., 2007; Reed, 1997). بنابراین با توجه به معیارهای گردشگری جامعه‌محور، گردشگری کشاورزی با مشارکت جامعه محلی، علاوه بر ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، می‌تواند هم‌افزایی و ارزش‌های اجتماعی - فرهنگی را در مزارع ارتقا دهد و درآمد اضافی برای کشاورزان به ارمغان آورد (Barbieri, 2013; Valdivia & Barbieri, 2014). از سوی دیگر، می‌تواند تجربه گردشگری مزرعه‌محور را برای بازدیدکنندگانی فراهم کند که به دنبال مهمان‌نوازی سنتی روستایی و دسترسی به طبیعت، گشت‌وگذار و تجارب فرهنگی‌اند (کریمی، ۹۳). در واقع گردشگری کشاورزی جامعه‌محور، از یک‌سو می‌تواند به کشاورزان در حفظ پویایی و دوام تولیدات کشاورزی کمک کند، درعین حال که مشارکت اجتماعی دارند و اقتصاد خود را نیز، متنوع

می‌سازند (Veeck, Che, & Veeck, 2006) و از سوی دیگر می‌تواند حس معنوی گردشگران را با مشارکت در فعالیت‌های مزرعه برانگیزد (Sharpley & Jepson, 2011).

هدف این پژوهش معرفی چارچوب سوار در نقش ابزاری برای تحقق اهداف گردشگری کشاورزی جامعه‌محور است؛ بنابراین سعی شده، با محوریت مشارکت حداکثری جامعه محلی و با نگاهی مثبت به آینده، همه دست‌اندرکاران کلیدی گردشگری کشاورزی روستای دیزج - که قابلیت‌های فراوانی برای توسعه گردشگری کشاورزی دارد - را در برنامه‌ریزی و اجرای طرح‌های توسعه گردشگری کشاورزی درگیر کند؛ همچنین با مشارکت همه دست‌اندرکاران در طول فرایند برنامه‌ریزی، مانند: شناسایی نقاط قوت و فرصت‌ها، تدوین چشم‌اندازها، ارائه نتایج اجرایی و در نهایت مشارکت در اجرا، آنان را باتوجه به معیارهای گردشگری جامعه‌محور از پوسته بی‌حرکی خارج کند.

ادبیات تحقیق

قبل از دهه ۱۹۸۰، برنامه‌های توسعه گردشگری رویکردی از بالا به پایین داشته و انعطاف‌ناپذیر بوده است (Sharpley & Telfer, 2014; Uysal, Perdue, & Sirgy, 2012). این برنامه‌ها، به علت نادیده انگاشتن خواسته‌های جامعه محلی (Scheyvens, 2002, 2007) و ناسازگاری با شرایط اجتماعی - فرهنگی آن و باتوجه به فراوانی گردشگر، همواره با شکست نسبی همراه بوده است (Uysal et al., 2012). اگرچه با رونق گردشگری پول و خدمات به این مناطق وارد می‌شد، تخصیص این منابع با منافع اقتصادی گروه‌های مسلط وابسته بود (Brohman, 1996) و در اغلب موارد به منافع اقتصادی جامعه محلی توجه چندانی نمی‌شد (Richter, 2001) بنابراین بعد از تردیدهای فراوان درباره دسترسی جامعه محلی به منافع حاصل از توسعه گردشگری (Scheyvens, 2007)، اسمیت (۱۹۹۲) بیان کرد که اگر راهکارهای جایگزینی برای گردشگری انبوه اتخاذ شود، گردشگری می‌تواند جوامع محلی را توسعه دهد (Smith, 1992). لازمه این هدف آن بود که جامعه محلی در برنامه‌های توسعه گردشگری خود نقش فعال‌تری برعهده گیرد (Sharpley & Telfer, 2014). لذا یکی از راهکارهای جایگزین، که بر مشارکت جامعه محلی تمرکز دارد، گردشگری جامعه‌محور است (Jurowski, 2016; Russell, 2000). این رویکرد قصد دارد تا هرآنچه گردشگری انبوه بدان بی‌توجه بوده در اولویت خود قرار دهد (Tolkach & King, 2015; Van Breugel, 2013)؛ بنابراین گردشگری را فعالیتی در نظر می‌گیرد که جامعه محلی می‌تواند درجه توسعه آن مشارکت کند (Hall, 2007; Jain, Lama, & Lepcha, 1999). باید توجه داشت که جامعه محلی جماعت یا گروهی است که دارای وجوه مشترک است (Berkes, 1989; Russell, 2000). لذا آنچه در برنامه‌ریزی تأکید می‌شود ارزش‌ها، نگرش‌ها، پیوندها و الگوهای رفتاری جامعه محلی است که می‌تواند در موفقیت برنامه‌ها و دستیابی به اهداف جمعی مؤثر باشد (Berkes, 1989; George et al., 2007; Norris & Stevens, 2007; Russell, 2000; Van Breugel, 2013) برنامه‌های جامعه محلی با هدف توان‌مندسازی و برطرف کردن مشکلات آن جامعه طراحی می‌شود (Rocharungsat, 2005; Zhao, 2009) تا فرایند مردم‌محوری در مقصدهای

گردشگری تقویت شود (Goodwin & Santilli, 2009). از این رو، اصل به کارگیری مشارکت افراد مورد نیاز است (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares, & Pavón, 2011). در واقع تلاش‌ها برای بهبود درآمدها، افزایش فرصت‌های شغلی و افزایش کیفیت زندگی و آموزش در جامعه محلی، در پاسخ به ناکارآمدی برنامه‌های لیبرالیستی / نئولیبرالیستی در پایداری مقصدهای گردشگری است (Sharpley & Telfer, 2014; Uysal et al., 2012).

گردشگری کشاورزی نیز، بر تفریح و آموزش برای بازدیدکنندگان استوار است (Lobo et al., 1999) تا درآمد کشاورزان را تکمیل کند و سبک زندگی کشاورزی آنان را ارتقا دهد (ورمزیاری، ۱۳۹۲). گردشگری کشاورزی، با مزیتی نسبی که در درآمدزایی و ایجاد اشتغال دارد، گزینه‌ای برای بهبود سبک‌های زندگی روستایی و ایجاد تغییرات مثبت در توزیع درآمد در مناطق محروم و دارای مزایای اقتصادی و اجتماعی به‌شمار می‌آید (Barbieri, 2013; Nancy G McGehee et al., 2007). بنابراین گردشگری کشاورزی جامعه‌محور، به دلیل ارائه مجموعه‌ای از سطوح پایداری در دو سوی عرضه و تقاضا (ورمزیاری، ۱۳۹۳) با تمرکز بر مشارکت جامعه محلی، در بعد اجتماعی - فرهنگی به افزایش قدرت مشارکت نهاد خانواده در مزرعه، حفظ میراث روستایی و رسوم اقلیت‌ها و سبک‌های معماری سنتی، افزایش غرور و ارتقای موقعیت کشاورزان، توان‌مندسازی زنان روستایی و ایجاد روابط در سراسر گروه‌های فرهنگی منجر می‌شود (Ollenburg & Buckley, 2007; Yang, 2012). در بعد زیست‌محیطی، گردشگری کشاورزی به حفاظت از زیست‌بوم‌های طبیعی و اکوسیستم‌ها و حفظ منابع آب کمک می‌کند؛ همچنین آسیب‌های زیست‌محیطی را کاهش می‌دهد و مناظر اطراف روستا را بهبود می‌بخشد (Carlsen, Getz, & Ali-Knight, 2001; Fontanella et al., 2011). در بعد اقتصادی نیز، گردشگری کشاورزی جامعه‌محور منجر به افزایش شغل، سود کشاورزی و درآمد خانواده و همچنین سبب بازاریابی دیگر محصولات مزرعه می‌شود (Veeck et al, 2006). Nancy G McGehee et al, 2007; Yang, 2012). بنابراین گردشگری کشاورزی، با رعایت اصول و قواعد رویکرد جامعه‌محور، به کشاورزان کمک می‌کند تا خود را با محیط نوین سازگار کنند و آن را تحت سلطه خود درآورند و به واسطه تغییر رفتار، در جهت سازش با شرایط در حال تغییر، به کارکنانی مولد و توانا تبدیل شوند (Annes & Wright, 2015; Hashimoto & TEFLER, 2011; Zirham & Palomba, 2016). به طوری که سیاست‌های اصلی گردشگری جامعه‌محور، یعنی افزایش فرصت، امنیت و توان‌مندسازی جامعه محلی، با توجه به ابعاد توسعه پایدار در مناطق روستایی نهادینه شود (Zhao, 2009; Zhao, 2009). در نهایت این امر رضایت درونی، افزایش سطح انگیزه و اعتماد به نفس، و خودشکوفایی در بین جامعه محلی روستایی در پی خواهد داشت. (Barbieri & Mshenga, 2008; Nancy Gard McGehee, 2007; Nancy G McGehee et al., 2007; Valdivia & Barbieri, 2014; Veeck et al, 2006; Yang, 2012).

روش پژوهش

هدف این پژوهش برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشاورزی در روستای دیزج شاهرود در قالب چارچوب

مشارکتی سوار است. این چارچوب متشکل از چهار بخش بررسی قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و نتایج اجرایی است.

در این پژوهش سعی شده با استفاده از اصول و مبانی تئوری دست‌اندرکاران، که بر مشارکت و توافق گروه‌ها در طرح‌های توسعه‌ای تأکید دارد، دست‌اندرکارانی را که به هر نحو بر توسعه گردشگری کشاورزی تأثیرگذارند، با نگاهی روشن به آینده، درگیر کند.

پژوهش حاضر، کیفی است. اطلاعات از طریق برگزاری جلسات گروه‌های بحث (از سه گروه دست‌اندرکار: نخبگان، کشاورزان و دامداران، و مدیران) در دی و بهمن ۱۳۹۵ به‌دست آمده است. انتخاب نمونه‌ها از طریق روش نمونه‌گیری هدفمند بوده است. تعداد مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شش نفر از هر گروه دست‌اندرکار بوده است. وجه تمایز این چارچوب با روش‌های پیشین، مشارکت دست‌اندرکاران در تدوین و همچنین اجرای برنامه‌ها و استفاده از رویکرد مثبت‌اندیشی است؛ بنابراین در جلسات، وظایف براساس اثرگذاری و اهمیت بین آن‌ها تقسیم شد. جلسات به‌صورت جداگانه در ساعت مقرر برگزار شد (هر جلسه ۲/۵ ساعت) و به‌منظور کنترل و هدایت جلسات، سؤالات به‌صورت نیمه‌ساختاریافته مطرح شد. اجرای این چارچوب شامل مراحل زیر است:

مرحله اول: در این مرحله برای شناسایی دست‌اندرکاران از ماتریس اهمیت/ تأثیر استفاده شد (Bryson, 2003). در آغاز گروه تسهیلگر^۱ برای شناسایی دست‌اندرکاران به بحث و گفت‌وگو پرداختند؛ پس از پاسخ به سؤالاتی از قبیل: چه گروه‌هایی در داخل و خارج روستا از انجام فعالیت‌های گردشگری کشاورزی، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم، نفع خواهند برد؟ قوانین و آئین‌نامه‌های کدام سازمان و نهاد ممکن است برنامه‌های توسعه گردشگری کشاورزی و مشارکت حداکثری جامعه در روستای مورد مطالعه را تحت‌الشعاع قرار دهد؟ همکاری با کدام گروه‌ها و نهادها کیفیت فعالیت‌ها و نتایج برنامه پیشنهادی را ارتقا خواهد داد؟ فهرستی از تمام گروه‌های ذی‌نفع داخلی و خارجی تهیه شد. در ادامه با بهره‌گیری از نظر هفت کارشناس، پرسش‌نامه مختصر و چندسؤالی تهیه و میزان اهمیت/ تأثیر گروه‌های دست‌اندرکار در توسعه روستای مورد مطالعه بررسی شد. با توجه به نتایج به‌دست آمده، جایگاه هر یک از دست‌اندرکاران در ماتریس اهمیت/ تأثیر مشخص شد. براساس تحلیل دست‌اندرکاران در این ماتریس، دست‌اندرکارانی که در ربع پایین سمت چپ ماتریس قرار می‌گیرند کمترین اهمیت و تأثیرگذاری را در طرح‌های توسعه‌ای دارند؛ به‌عبارت‌دیگر، در این چارچوب مشارکتی به کمترین تلاش مدیریتی نیازمندند. دست‌اندرکارانی که در ربع بالای سمت چپ قرار می‌گیرند، با توجه به قدرتی که در پیش‌برد برنامه‌ها دارند، باید راضی نگه‌داشته شوند. به دست‌اندرکارانی که در ربع پایین سمت راست قرار می‌گیرند باید، به‌طور متناوب، اطلاعات کافی از وضعیت و پیشرفت برنامه داده شود. در نهایت دست‌اندرکارانی که در ربع بالا سمت راست قرار می‌گیرند، بازیگران کلیدی‌اند و باید در تمام سطوح این چارچوب مشارکتی سهیم و درگیر شوند.

۱. تسهیلگر شخصی است که در مراحل آغازین نشست‌ها در جامعه محلی مانع پیاده‌سازی سیاست‌های پارتیزانی است و بر این موارد نظارت دارد: حضور تمام ذینفعان و لذا ممانعت از غالب شدن یک گروه در بحث؛ کمک به اعضای نشست از طریق مدیریت تعارض با هدف دستیابی به اهداف مشترک؛ اطلاع‌رسانی به جامعه در صورت لزوم؛ کمک به یادگیری فنون آموزش مشارکتی

مرحله دوم: گام دوم شناسایی قوت‌ها و فرصت‌های پیش‌روی توسعه گردشگری کشاورزی روستاست. از اعضای هر گروه خواسته شد نقاط قوت و فرصت‌های پیش‌روی توسعه گردشگری کشاورزی را مطرح کنند و به بحث و گفت‌وگو بپردازند. به منظور کنترل و هدایت جلسات، این سؤالات به صورت نیمه ساختاریافته مطرح شد: در روستای مورد مطالعه چه فعالیت‌هایی به نحو احسن صورت می‌گیرد؟ چه فعالیت‌هایی در داخل روستا وجود دارد که باعث افتخار ما می‌شود؟ چگونه تهدیدات موجود را به فرصت تبدیل کنیم؟ با چه فعالیت‌هایی می‌توان سرمایه‌ها را در روستای مورد مطالعه جذب کرد؟ چه فرصت‌هایی پیش‌روی ماست که باعث توسعه گردشگری کشاورزی روستای مورد مطالعه می‌شود؟ در این مرحله، براساس مدل سوار (SOAR¹)، از دست‌اندرکاران خواسته شد نظر خود را با تأکید بر رویکرد مثبت‌اندیشی بیان کنند. رویکرد مثبت‌اندیشی (AI²) در برنامه‌ریزی، به جای تمرکز بر مشکلات و ضعف‌ها و تهدیدات، به شناسایی نقاط قوت کنونی و ایجاد فرصت‌های سودبخش می‌پردازد. به طور کلی، چارچوب سوار به جای تأکید بر ضعف‌ها و تهدیدها تمام تمرکز خود را بر فرصت‌ها و قوت‌های موجود در روستا قرار می‌دهد. در واقع سعی بر آن است که قوت‌ها و فرصت‌ها را تا حدی رشد دهیم که ضعف‌ها و تهدیدها را پوشش دهد (این مرحله حدود یک ساعت و سی دقیقه به طول انجامید).

مرحله سوم: گام سوم آرمان‌گرایی است. بعد از بررسی و نقد نظرها درباره نقاط قوت و فرصت‌ها، از دست‌اندرکاران خواسته شد تا آرمان‌ها یا چشم‌اندازهای منطقی را باتوجه به دستاوردهای مرحله قبل بیان کنند (این مرحله حدود یک ساعت به طول انجامید).

مرحله چهارم: در این مرحله باتوجه به شناسایی قوت‌ها و فرصت‌ها و چشم‌اندازها، سعی در جمع‌بندی و حتی تجدیدنظر و درنهایت ارائه نتایج اجرایی با کمک دست‌اندرکاران می‌شود. در واقع در این گام در پی آنیم که چگونه می‌توان چشم‌اندازهای به دست آمده را به سمت راهکارهای اجرایی سوق داد.

مرحله پنجم: مرحله اجرا گام پایانی در این چارچوب مشارکتی است. این گام خارج از اختیارات این پژوهش است و صرفاً برای معرفی مطرح شده است؛ به نوعی، حرکتی به سمت اجرایی کردن برنامه‌های تدوین شده است. تمام دست‌اندرکاران، براساس علاقه و توانایی‌های خود، برای رسیدن به نتایج و اهدافی که در تدوین آن مشارکت داشته‌اند، تلاش و همکاری می‌کنند.

روستای مورد مطالعه

دیزج در شش کیلومتری جنوب شاهرود، از شمال به راه آهن شاهرود و از جنوب به شهر بیارجمند محدود می‌شود. طبق آمار فرمانداری شاهرود، بیش از ۸۰ درصد جمعیت ۱۸۳۸ نفری این روستا در بخش کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با آن مشغول به کارند (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). این روستا به پرورش انگور سرخ فخری (انگوری زمستانی) معروف است. این انگور، به علت ضخامت پوست و سفتی گوشت و درشتی و ظاهر سفید و قرمز، از مقبولیت زیادی بین مردم برخوردار است. طبق آمار جهاد

1. Strengths, Opportunities, Aspirations, Results
2. Appreciative Inquiry

کشاورزی شاهرود، این روستا دارای حدود دوهزار هکتار تاکستان انگور است. تنوع محصول در مدت زمان نسبتاً طولانی در سال نشانگر قابلیت این روستا در جذب گردشگر کشاورزی در تمام مدت سال است. (جهاد کشاورزی شهرستان شاهرود، ۱۳۹۶)

یافته‌های پژوهش

در این بخش تلاش می‌شود، با استناد به نتایج جلسات بحث، درباره نحوه برنامه‌ریزی کشاورزی جامعه‌محور در روستای دیزج بحث شود؛ بنابراین در این بخش، به چهار گام چارچوب مشارکتی سوار شامل: مدیریت ذی‌نفعان، بررسی نقاط قوت و فرصت‌ها، تدوین چشم‌انداز (آرمان‌گرایی) و ارائه نتایج اجرایی به تفصیل پرداخته می‌شود.

گام نخست: مدیریت دست‌اندرکاران

برای مدیریت دست‌اندرکاران از ماتریس اهمیت/ تأثیر استفاده شد. هدف این بخش مشخص کردن سطح اهمیت یا تأثیر دست‌اندرکاران، طراحی رویکرد مدیریتی برای هر یک از آن‌ها، مشخص کردن سطح مناسب ارتباطات و سطح مشارکت هر یک از آن‌ها در توسعه گردشگری کشاورزی است. ابتدا با توجه به سؤالات طرح‌شده در این قسمت تمامی دست‌اندرکاران داخلی و خارجی شناسایی شدند: الف) نخبگان؛ ب) کشاورزان و دامداران؛ ج) سازمان‌های ارائه‌دهنده مجوزهای لازم؛ د) تعاونی‌ها؛ ه) بخش خصوصی؛ و) مدیران.

سپس تیم تسهیلگر، با استفاده از ماتریس اهمیت/ تأثیر، میزان تأثیر بالقوه هر یک از دست‌اندرکاران را که می‌تواند در این چارچوب مشارکتی نقش سازنده‌ای ایفا کند، مشخص کردند. این ماتریس، با استفاده از نظر کارشناسان، میزان تأثیر بالقوه هر یک از دست‌اندرکاران را در تمامی مراحل برنامه مشخص می‌کند.

شکل ۱: ماتریس اهمیت/ تأثیر دست‌اندرکاران



براساس تحلیل ماتریس اهمیت/ تأثیر (شکل ۱)، دست‌اندرکاران «د» و «ج» در ربع بالای سمت چپ قرار گرفته‌اند و باید، با توجه کافی، راضی نگه‌داشته شوند. دست‌اندرکاران «ب» و «و» و «الف» که

در ربع بالای سمت راست قرار دارند، بازیگران کلیدی‌اند و باید در تمام سطوح این چارچوب مشارکتی شرکت داده شوند. به ذی‌نفع «ه»، که در ربع پایین سمت راست قرار گرفته، باید به‌طور متناوب اطلاعات کافی از وضعیت و پیشرفت برنامه داده شود. درنهایت، سه گروه ذی‌نفع برای شرکت در جلسات انتخاب شدند: اول نخبگان (دانش‌آموختگان ساکن و غیرساکن در روستا)، دوم کشاورزان و دامداران و سوم مدیران (اعضای شورای اسلامی روستا، دهیار و مدیران شهرستانی).

گام دوم: بررسی قوت‌ها و فرصت‌ها

در این مرحله، از دست‌اندرکاران خواسته شد، با توجه به سؤالات مطرح‌شده، نظر خود را درباره نقاط قوت و فرصت‌های پیش‌روی توسعه گردشگری کشاورزی روستا بیان کنند. دست‌اندرکاران معتقد بودند یکی از نقاط قوت روستای دیزج وجود تاکستان‌های بسیار با نوع و کیفیت خاص در این روستاست. به‌طوری‌که بخش اعظمی از انگور شهرستان شاهرود در این روستا تولید می‌شود. برای مثال، به‌گفته یکی از ذی‌نفعان:

«دیزج ظرفیت‌ها و توان‌مندهای بسیاری دارد... با داشتن بیشترین و باکیفیت‌ترین تاکستان‌ها نقش پررنگی در اقتصاد شهرستان دارد... یکی دیگر از توان‌مندی‌های این روستا وجود دامداری‌هایی با تولید بسیار زیاد است...»

دست‌اندرکاران یکی دیگر از نقاط قوت روستای دیزج را جمعیت زیاد روستا نسبت به روستاهای هم‌جوار می‌دانستند و معتقد بودند با استفاده از این جمعیت، که بخش زیادی از آن جوان و تحصیل‌کرده‌اند، می‌توان فرایند توسعه روستا را تسریع کرد. از طرف دیگر، تمامی دست‌اندرکاران، به‌خصوص نخبگان، نقش جمعیت مهاجر روستایی ساکن شهرها را بسیار تأثیرگذار می‌دانستند:

«کسانی که سال‌های گذشته به شهرها مهاجرت کرده‌اند هنوز روستای خودشان را فراموش نکرده‌اند... پروژه‌ای نیست که در روستا در حال اجرا باشد ولی مهاجران در آن نقش مادی و معنوی نداشته باشند...»

موقعیت مناسب روستا مؤلفه دیگری بود که سه گروه ذی‌نفع، به‌عنوان یکی از نقاط قوت روستا، بر آن تأکید داشتند. این روستا در حاشیه راه ارتباطی تهران - مشهد قرار گرفته و فاصله بسیار کمی با فرودگاه و ایستگاه راه‌آهن شاهرود دارد. این روستا، با فاصله حداکثر پنج کیلومتر، دسترسی خوبی به پایانه مسافری و نیز، فرودگاه و ایستگاه راه‌آهن شاهرود دارد. به‌گفته یکی از دست‌اندرکاران:

«این روستا، برخلاف دیگر روستاهای شهرستان، از نظر ارتباطی در انزوا نیست، بلکه با پیمودن مسافت کمتر از شش کیلومتر به انواع وسایل ارتباطی مدرن دسترسی دارد...»

توان‌مندی دیگری که در جلسه‌های گروه‌های بحث مطرح شد و مورد توافق همه دست‌اندرکاران بود، وجود سرمایه و سرمایه‌گذار در روستاست. روستای دیزج، به‌علت تولید فراوان محصولات باغی و وجود دامداری‌های وسیع، توان سرمایه‌گذاری زیادی در طرح‌های توسعه گردشگری کشاورزی دارد. سبک زندگی خاص روستاییان از دیگر ویژگی‌های موجود در این روستاست که از دید دست‌اندرکاران این سبک خاص و سنتی نظر گردشگران را جلب خواهد کرد.

در ادامه، دست‌اندرکاران فرصت‌های پیش‌روی روستا در توسعه گردشگری کشاورزی را بررسی کردند. از نظر ذی‌نفعان، قرارگرفتن روستا در مسیر ارتباطی تهران - مشهد فرصت بی‌نظیری را برای جذب مسافران عبوری در اختیار این روستا قرار داده است. افزایش همکاری مسئولان استانی و محلی در توسعه گردشگری به‌عنوان یکی از مزیت‌های مهم شهرستان، اعطای تسهیلات بانکی و کمک‌های معنوی مسئولان به کسب‌وکارهای گردشگری، وجود زمین‌های افزایش سرمایه‌گذاری و توانمندی بخش خصوصی در بخش گردشگری شهرستان، وجود روحیه اقتصادی بالا و میل به افزایش درآمد و اشتغال در روستا از دیگر فرصت‌های پیش‌روی این روستا بود.

گام سوم: آرمان‌گرایی

گام سوم بررسی مجموعه نقاط قوت و فرصت به‌دست‌آمده برای دستیابی به آرمان‌های منطقی و مشترک همه دست‌اندرکاران است. دست‌اندرکاران، باتوجه‌به دستاوردهای مرحله قبل، آرمان‌هایی را برای توسعه روستا از طریق فعالیت‌های گردشگری کشاورزی متصور شدند. گفتنی است قبل از مطرح‌شدن مباحث و طرح آرمان‌ها، تسهیلمان آموزش‌های کاملی درباره گردشگری پایدار و اصول گردشگری جامعه‌محور ارائه دادند تا دست‌اندرکاران درک بهتری از اهداف توسعه گردشگری جامعه‌محور داشته باشند.

دست‌اندرکاران معتقد بودند که مهم‌ترین اولویت روستا ایجاد فرصت‌های لازم برای تمام افراد جویای کار در این حوزه است. بنابراین، باتوجه‌به ساختار اداری کشور، جامعه محلی برای ایجاد کسب‌وکار از طریق گردشگری کشاورزی در مرحله اولیه باید از حمایت‌های دولتی برخوردار شود. برای مثال، به‌گفته یکی از ذی‌نفعان:

«کشاورزان این روستا سالیان متوالی به‌صورت سنتی به کسب‌وکار مشغول بوده‌اند و این توانمندی را برای ایجاد کسب‌وکار گردشگری ندارند... در شروع فعالیت‌ها، به حمایت‌های اولیه مادی، آموزشی و نظارتی دولت از کارآفرینان در این بخش نیاز است.»

حفظ و ارتقای هویت فرهنگی جامعه در کنار فعالیت‌های گردشگری دیگر آرمان موردتأکید دست‌اندرکاران بود. دست‌اندرکاران معتقد بودند که هویت فرهنگی نباید در تضاد با توسعه گردشگری قرار گیرد، بلکه باید هویت فرهنگی و سبک زندگی محور جذب گردشگر باشد. برای مثال، به‌گفته یکی از ذی‌نفعان:

«ما روستاییان فرهنگ خودمان را داریم؛ نباید اتفاقی بیفتد که اصالتمان را به بهانه درآمد بیشتر از دست بدهیم... پس باید یکی از آرمان‌های روستا حفظ اصالتمان باشد...»

افزایش بهره‌وری تولیدات کشاورزی و دامی، آشنایی با فناوری‌های نوین کشاورزی به‌واسطه توسعه گردشگری و به‌کارگیری آن‌ها، مطرح‌شدن روستا در حکم قطب گردشگری کشاورزی شهرستان، فعال شدن سایر امور مرتبط با گردشگری کشاورزی در روستا و منطقه، فروش محصولات با ارزش افزوده بیشتر، جذب سرمایه از خارج روستا و به‌کارگیری سرمایه‌های راکد در روستا، توان‌مندسازی کشاورزان کم‌توان و درنهایت رونق اقتصادی و بازگشت بخشی از مهاجران به روستا از دیگر آرمان‌های

مورد تأکید دست‌اندرکاران روستای دیزج بود.

گام چهارم: نتایج اجرایی

در این مرحله دست‌اندرکاران سعی کردند، باتوجه به آرمان‌های به‌دست‌آمده در مراحل قبلی، به جمع‌بندی و ارائه نتایج اجرایی بپردازند. آن‌ها معتقد بودند برای دستیابی به آرمان‌ها، باید ارزش افزوده محصولات کشاورزی و دامداری را افزایش داد. به‌طوری‌که در کنار تولید محصولات با شیوه سنتی، اصول و استانداردهای نوین نیز رعایت شود. بسته‌بندی محصولات یا فراوری تولیدات روستا به محصولات با ارزش بیشتر مثال‌هایی بود که دست‌اندرکاران به آن اشاره داشتند. این امر، هم باعث افزایش کیفیت خدمات ارائه‌شده می‌شود و هم ارزش افزوده محصولات را افزایش خواهد داد. به‌گفته یکی از ذی‌نفعان:

«ما باید سود واحد تولیدی‌مان [کشاورزی و دامداری] را افزایش دهیم... یکی از راهکارهایی که می‌توانیم این سود را بیشتر کنیم فروش محصولاتمان به اشکال دیگر است. مثل درست کردن قیسی، کشمش، عرقیات یا تمام محصولاتی که نسل‌به‌نسل به ما منتقل شده... این‌طوری دیگران هم بهتر ما را می‌شناسند...»

راهکار اجرایی دیگر، حمایت از کارآفرینان برای خلق ایده‌های جدید بود؛ خلق برنامه‌های جذاب و متنوع گردشگری کشاورزی، تبلیغات و برندسازی محصولات. برای مثال، یکی از فعالیت‌های پیشنهادشده برگزاری جشنواره انگور در روستاست. یکی از مواردی که مورد توافق مشارکت‌کنندگان قرار گرفت، ایجاد اتاق‌های فکر برای ارزیابی مداوم برنامه و بحث درمورد مشکلات پیش‌رو در هر مرحله با شرکت دست‌اندرکاران بود تا از این طریق ارتباط بین همه دست‌اندرکاران در تمامی مراحل برنامه حفظ شود؛ بنابراین توافق شد این جلسات هر دو ماه یک‌بار به‌صورت مداوم برگزار شود. به‌گفته یکی از ذی‌نفعان:

«این دورهمی‌ها باید بیشتر باشد و درمورد مشکلات بحث شود... خوب است که ما و مسئولان کنار هم بنشینیم و دغدغه‌هايمان را مطرح کنیم... در این صورت، به‌قول شما، با هم بهتر می‌توانیم مسائل را حل کنیم. نتایج هر جلسه را هم در جلسه بعدی بررسی کنیم...»

برگزاری کلاس‌های آموزشی دیگر راهکاری بود که دست‌اندرکاران درمورد آن به توافق رسیدند. بر این اساس، ارائه تجارب موفق دیگر مناطق، آشنایی با قوانین و مقررات و استانداردهای موجود و آموزش نیروی انسانی و فعالیت‌های موردنیاز باید انجام گیرد تا مزرعه‌داران بتوانند با آگاهی کامل وارد این‌گونه فعالیت‌ها شوند. یکی دیگر از توافقات ایجاد شبکه بازاریابی برای آشنایی گردشگران با این روستا بود که باتوجه به محدودیت کشاورزان و نخبگان نقش فعال سازمان‌های دولتی را طلب می‌کند. کشاورزان در مراحل اولیه معمولاً فاقد مهارت‌ها و منابع موردنیاز برای بازاریابی اثربخش‌اند؛ بنابراین به همکاری جمعی و بازاریابی از طریق سازمان‌های دولتی در سطح محلی و منطقه‌ای نیاز است. از این‌رو، این وظیفه بر عهده سازمان‌های دولتی، به‌خصوص میراث فرهنگی و فرمانداری شهرستان، گذاشته شد.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از مطالعه حاضر برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی، با محوریت مشارکت جامعه محلی، در قالب چارچوب مشارکتی سوار در روستای دیزج شاهرود بود تا با استفاده از این رویکرد، گردشگری کشاورزی جامعه‌محور به معنای واقعی کلمه از تدوین تا اجرا نهادینه شود. در واقع در این پژوهش سعی شد جوامع محلی، از طریق مشارکت مستقیم در فرایندهای مرتبط با برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری در زیر چتر پایداری، به کار گرفته شوند (Martain-Haverbeck, 2006). بنابراین در تشکیل جلسات گروه‌های بحث، برای همه ذی‌نفعانی که از اهمیت/ تأثیر لازم برخوردار بودند وظایف خاصی در نظر گرفته شد (Bryson, 2003). لذا می‌توان گفت یکی از دستاوردهای این چارچوب مشارکتی، همانند اهداف گردشگری جامعه‌محور، ایجاد نظام اطلاعاتی پایدار بین برنامه‌ها و همه دست‌اندرکاران بود؛ زیرا در این چارچوب، هیچ‌گاه ارتباط دست‌اندرکاران با هر سطحی از تأثیرگذاری، با فرایند برنامه و دیگر گروه‌ها قطع نخواهد شد (Norris & Stevens, 2007; Russell, 2000; Van Breugel, 2013). در واقع این چارچوب کمک کرد تا مشارکت فعال جامعه روستایی مورد مطالعه در فرایند توسعه گردشگری (کشاورزی) تسهیل شود. طبق اصول پایداری، انتظار می‌رود روابط دوسویه و پایدار بین جوامع میهمان و میزبان افزایش یابد و میراث فرهنگی و طبیعی این منطقه حفظ شود (King & Tolkach, 2015). لذا به کارگیری این رویکرد مشارکتی و محور قرار دادن جامعه محلی در فعالیتهای گردشگری کشاورزی، می‌تواند منافع جامعه محلی را به بالاترین سطح برساند و به ایجاد ظرفیت، امنیت و توانمندی مردم محلی (Zhao, 2009) و نیز، افزایش حس معنوی گردشگران به مقصد کمک کند (Sharpley & Jepson, 2011). بنابراین این رویکرد، به‌عنوان یکی از ابزارهای تحقق برنامه‌ریزی جامعه‌محور، با سازمان‌دهی همه ذی‌نفعان و به‌خصوص مردم، به‌منظور استفاده بهینه از منابع موجود، کمک کرد.

باتوجه به ماهیت گردشگری کشاورزی، که معمولاً با کشاورزان خرده‌مالک ارتباط دارد و اغلب در محیط‌های کوچک و سنتی رخ می‌دهد (Barbieri, 2013; Nancy Gard McGehee, 2007; Nancy G McGehee et al., 2007)، درگیری و مشارکت جوامع محلی در آن اجتناب‌ناپذیر است (Nancy G McGehee & Kim, 2004). بنابراین انتظار می‌رود با مشارکت همه دست‌اندرکاران در طرح توسعه گردشگری کشاورزی شاهد افزایش درآمد مکمل برای کشاورزان (ورمزیت‌ری، ۱۳۹۲)، ارتقای توانمندی روستاییان (Barbieri, 2013; Nancy Gard McGehee, 2007; Veeck et al., 2006)، حفظ غرور و اقتدار روستاییان (Nancy G McGehee & Kim, 2004; Nancy G McGehee et al., 2007; Yang, 2012) و درنهایت ایجاد محیطی زیبا در روستا باشیم (Born, 1999). اما یانگ^۱ (۲۰۱۲) اعتقاد دارد کشاورزان معمولاً فاقد مهارت‌های لازم برای توسعه گردشگری کشاورزی‌اند. همچنین کتز و همکاران (۲۰۱۰) بیان داشته‌اند بعلت آنکه گردشگری کشاورزی شرایط ورودی نسبتاً آسانی دارد؛ ممکن است افرادی را به خود جلب کند که آموزش ندیده و مهارت لازم را نداشته باشند.

1. yang

اما چارچوب سوار فرایندی علمی و جامعه‌محور است. این فرایند می‌تواند همه دست‌اندرکاران از جمله کشاورزان را از حالت انفعال خارج کند و با تقسیم قدرت و مسئولیت‌پذیر کردن آن‌ها براساس علایقشان، همه آن‌ها را توانمند سازد. بنابراین در طول فرایند این پژوهش سعی شد، علاوه بر برنامه‌ریزی برای همه دست‌اندرکاران و مشارکت آن‌ها، این جلسات کارگاهی برای آموزش علاقه‌مندان به مشارکت نیز باشد. باتوجه به یافته‌ها و مباحث مطرح‌شده، چارچوب سوار می‌تواند در حکم الگویی برای ارتقای پایداری در گردشگری با ایجاد مشارکت اجتماعی، توان‌مندسازی جامعه و افزایش انگیزه در بین دست‌اندرکاران گردشگری، به‌منظور ارائه راهکار جامعه‌محور در حل مشکلات جامعه روستایی، به‌کار رود. به‌نظر می‌آید برنامه‌ریزی مبتنی بر آموزش، هم‌گرایی همه دست‌اندرکاران با دیدی مثبت به مسائل و ایجاد احساس مسئولیت در طرح‌های توسعه بزرگ‌ترین دستاورد این چارچوب باشد. بنابراین سوار در حکم چارچوبی مبتنی بر مشارکت و با نگاهی مثبت به آینده می‌تواند از طریق ایجاد تعاملی سازنده میان دست‌اندرکاران در افزایش کارآمدی برنامه‌های توسعه و مدیریت پایدار جامعه محلی نقش سازنده‌ای ایفا کند.

منابع

- ضیایی، محمود، امین بیدختی، علی‌اکبر و قربانی، فاطمه. (۱۳۹۱). ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری. *فصل‌نامه مطالعات مدیریت گردشگری*، شماره ۲۴
- کریمی، سعید (۱۳۹۳). کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، شماره ۴
- ورمزیاری، حجت (۱۳۹۲). *طراحی الگوی گردشگری پایدار کشاورزی در ایران*. رساله دکتری، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران
- خاوریان گرمسیر، امیررضا، استاورس، ژاکلین ام و علیان، مهدی (۱۳۹۲). برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری شهری با استفاده از مدل استراتژیک SOAR (نمونه موردی: شهر تفت). *مدرس علوم انسانی - برنامه‌ریزی و آمایش فضا*، شماره ۳.
- درگاه ملی آمار ایران، ۱۳۹۵
- جهاد کشاورزی شهرستان شاهرود، ۱۳۹۶
- Annes, A., & Wright, W. (2015). 'Creating a room of one's own': French farm women, agritourism and the pursuit of empowerment. Paper presented at the Women's Studies International Forum.
- Ashley, C. (2002). Methodology for pro-poor tourism case studies .
- Ashley, C., Boyd, C., & Goodwin, H. (2000). Pro-poor tourism: putting poverty at the heart of the tourism agenda .
- Ashley, C., & Mitchell, J. (2009). Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity: Taylor & Francis.
- Ashley, C., & Roe, D. (2002). Making tourism work for the poor: strategies and challenges in southern Africa. *Development Southern Africa*, 19(1), 61-82 .
- Ashley, C., Roe, D., & Goodwin, H. (2001). Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor: A review of experience: Iied.
- Bagi, F. S., & Reeder, R. J. (2012). Factors affecting farmer participation in agritourism. *Agricultural and Resource Economics Review*, 41(2), 189 .
- 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), 252-270 .
- Barbieri, C., & Mshenga, P. M. (2008). The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms. *Sociologia ruralis*, 48(2), 166-18 .۳
- Berkes, F. (1989). Common property resources. Ecology and community-based sustainable development: Belhaven Press with the International Union for Conservation of Nature and Natural Resources.
- Brohman, J. (1996). New directions in tourism for third world development. *Annals of tourism research*, 23(1), 48-70 .
- Bryson, J. (2003). What To Do When Stakeholders Matter: A Guide To Stakeholder Identification and Analysis Techniques, a paper presented at the London School of

Economics and Political Science .

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 .

Carlsen, J., Getz, D., & Ali-Knight, J. (2001). The environmental attitudes and practices of family businesses in the rural tourism and hospitality sectors. *Journal of Sustainable Tourism*, 9(4), 281-297 .

Fontanella, B. J. B., Luchesi, B. M., Saidel, M. G. B., Ricas, J., Turato, E. R., & Melo, D. G. (2011). Sampling in qualitative research: a proposal for procedures to detect theoretical saturation. *Cadernos de saude publica*, 27(2), 388-394 .

George, B. P., Nedelea, A., & Antony, M. (2007). The Business of Community Based Tourism: A Multi-Stakeholder Approach .

Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success. *ICRT Occasional Paper*, 11(1), 37 .

Hall, C. M. (2007). *Pro-poor tourism: who benefits?: perspectives on tourism and poverty reduction* (Vol. 3): Channel View Publications.

Hashimoto, A., & TEFLER, D. (2011). Female empowerment through agriturism in rural Japan. TORRES, RM; MOMSEN, JH *Tourism and agriculture: new geographies of consumption, production and rural restructuring*. London: Routledge .

Jain, N., Lama, W., & Lepcha, R. (1999). *Community Based Tourism for Conservation and Development: A Resource Kit*. The Mountain Institute, Franklin, WV, USA .

Jurowski, C. (2016). *Tourism Development*: Taylor & Francis.

Lobo, R., Goldman, G., Jolly, D., Wallace, B., Schrader, W., & Parker, S. (1999). Agritourism benefits agriculture in San Diego county. *California Agriculture*, 53(6), 20-24 .

López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-based tourism in developing countries: A case study. *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*, 6(1), 69-84 .

McGehee, N. G. (2007). An agritourism systems model: A Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(2), 111-124 .

McGehee, N. G., & Kim, K. (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of travel research*, 43(2), 161-170 .

McGehee, N. G., Kim, K., & Jennings, G. R. (2007). Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Tourism Management*, 28(1), 280-289 .

Norris, F. H., & Stevens, S. P. (2007). Community resilience and the principles of mass trauma intervention. *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 70(4), 320-328 .

Ollenburg, C., & Buckley, R. (2007). Stated economic and social motivations of farm tourism operators. *Journal of travel research*, 45(4), 444-452 .

Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning.

Annals of tourism research, 24(3), 566-591 .

Richter, L. K. (2001). Tourism challenges in developing nations: Continuity and change at the millennium. *Tourism and the less developed world: Issues and case studies*, 47-59 .

Rocharungsat, P. (2005). *Community-based tourism: perspectives and future possibilities*. James Cook University .

Russell, P. (2000). Community-based tourism. *Travel & Tourism Analyst* (5), 89-116 .

Scheyvens, R. (2002). *Tourism for development: Empowering communities*: Pearson Education.

Scheyvens, R. (2007). Exploring the tourism-poverty nexus. *Current issues in tourism*, 10(2-3), 231-254 .

Sharpley, R., & Jepson, D. (2011). Rural tourism: A spiritual experience? *Annals of tourism research*, 38(1), 52-71 .

Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2014). *Tourism and development: concepts and issues* (Vol. 63): Channel View Publications.

Smith, V. L. (1992). *Tourism alternatives: Potentials and problems in the development of tourism*: University of Pennsylvania Press.

Tolkach, D., & King, B. (2015). Strengthening Community-Based Tourism in a new resource-based island nation: Why and how? *Tourism Management*, 48, 386-398 .

Uysal, M., Perdue, R., & Sirgy, J. (2012). *Handbook of tourism and quality-of-life research: Enhancing the lives of tourists and residents of host communities*: Springer Science & Business Media.

Valdivia, C., & Barbieri, C. (2014). Agritourism as a sustainable adaptation strategy to climate change in the Andean Altiplano. *Tourism Management Perspectives*, 11, 18-25 .

Van Breugel, L. (2013). *Community-based tourism: Local participation and perceived impacts* .

Veeck, G., Che, D., & Veeck, A. (2006). America's changing farmscape: A study of agricultural tourism in Michigan. *The Professional Geographer*, 58(3), 235-248 .

Weaver, D. B., & Fennell, D. A. (1997). The vacation farm sector in Saskatchewan: A profile of operations. *Tourism Management*, 18(6), 357-365 .

Yang, L. (2012). Impacts and challenges in agritourism development in Yunnan, China. *Tourism Planning & Development*, 9(4), 369-381 .

Zhao, W. (2009). *Small Tourism Business Development: A Developing Country Perspective*. (PHD), UNIVERSITY OF CALGARY .

Zirham, M., & Palomba, R. (2016). Female agriculture in the short food supply chain: a new path towards the sustainability empowerment. *Agriculture and Agricultural Science Procedia*, 8, 372-377 .