

Research Paper

An Investigation of the Perceptions and Preferences of Local Community to Participate in the Development of Agro-Tourism (A Case study on Torbat Heydariyeh City)

Khadijeh Bouzarjomehri ^{*1} , Hamid Shayan ², Elham Ghandehari³

¹ Associate Professor in Geography, Faculty of literature and humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad. Iran

² Full Professor in Geography, Faculty of Letters and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad. Mashhad. Iran

³ M.Sc. of Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad. Iran



10.22080/jtpd.2021.19605.3357

Received:

August 23, 2020

Accepted:

January 22, 2021

Available online:

March 18, 2021

Keywords:

Agricultural tourism ,
local community ,Torbat
Heydariyeh city

Abstract

Agricultural tourism as a complementary activity can have positive effects in villages with tourism capabilities, the most important is diversification of employment and income. But assessing the willingness of the local community to accept tourists is the main purpose of this study. This research is of descriptive-analytical type which has been done by library and field method. Among the villages with a high capacity for agricultural tourism in the city, 424 heads of households were selected with the Cochran's formula and were interviewed. Friedman and Kruskal-Wallis non-parametric tests and Spearman correlation test were used to analyze the data due to abnormality. The results showed that although Agrotourism is economically profitable for them and the results of confirmatory factor analysis also showed that it has the greatest impact on the economic dimension and explains 17.93% of the total variance, But from a social point of view, it explains the lower impact rate and 13.65% of the total variance, because the local community has little interest in the presence of tourists in the garden and private space of their lives and seeks more economic benefits of tourism than social interactions. Therefore, efforts should be made to make the villagers aware of the social benefits.

Extended Abstract

1. Introduction

Torbat Heydariyeh city is one of the potential areas in the field of agriculture and rural tourism in Khorasan Razavi

Province. This province has several agro-tourist attractions, including the production of important products such as saffron, cotton, silk, almonds, etc. However, despite such capacities, little

* **Corresponding Author:** Khadijeh Buzarjamhari
Address: Faculty of literature and humanities,
Ferdowsi University of Mashhad. Mashhad. Iran

Email: azar@ferdowsi.um.ac.ir
Tel: +98915-519-9112



effective research has been done to strengthen the agro-tourism in this region, and this activity is somewhat unknown. Since the development and success of agro-tourism requires a mutual interaction between the host community and the tourist, in this article, there is an attempt to identify the tourism potentials and their economic, social and environmental effects, and evaluate the attitude and acceptance of the host community.

2. Material and Methods

The present research is a descriptive-analytical study that uses exploratory method as well as library and field research. A total of 424 heads of the agricultural households were selected as the sample and interviewed to identify their willingness to accept tourists. Some professors and experts confirmed the validity of the questionnaire, and Cronbach's alpha coefficient was used to assess the reliability of research indicators. The alpha coefficients above 0.7 in all dimensions indicate the validity and internal consistency of the research structures. In the data analysis section, due to the non-normality of the data, Friedman and Kruskal-Wallis non-parametric tests as well as one-sample T test and Spearman correlation test were used.

3. Findings and Discussion

In order to assess the willingness and attitude of farmers in the sample size to develop agro-tourism activities in their farms and gardens, 12 items were used and the results showed that in the first place, the farmers were most willing to "hold a local food festival and direct supply

exhibition of agricultural products" with an average rating of 4.15. In the second place, they preferred "direct sales of agricultural products to tourists by farms and gardens" with an average rating of 4.12. They were not willing to "hold planting and harvest festivals" and they evaluated them with the low rates of 2.13 and 2.86. Spearman correlation test showed that there was a significant positive relationship between individual characteristics of farmers in the sample size (age, household size, level of education, number of employed people and saffron cultivation level) and their desire to develop agro-tourism activities. Moreover, Kruskal-Wallis test with a significance level of less than 0.01 showed that the degree of willingness to agro-tourism activities in the studied villages was different, and Buri Abad had the highest tendency to host tourists. For evaluating the effects of agro-tourism development on various economic, social, environmental and infrastructure dimensions, a statistical test of confirmatory factor analysis was conducted on 35 indicators showing that the highest percentage of variance belonged to economic effects (17.93%) and the lowest percentage of variance belonged to infrastructure factor (11.73%).

4. Conclusion

The general results of the research showed that the farmers of Torbat Heydariyeh villages were not very interested in agro-tourism activities and accepting tourists in their gardens and residences. In contrast, they just preferred selling their products by their farms and gardens and did not want the tourists to



involve in the processes of planting and harvesting. They did not even accept to be paid to invite and host the tourists into their private living space. This indicates their distrust of tourists and lack of familiarity with the philosophy of agro-tourism as well as its educational effects and socio-cultural interactions. Therefore, in this situation, tourism development faces challenges, including low level of awareness and sufficient information about the social, cultural and economic benefits of agro-tourism, lack of sufficient financial resources, and lack of skilled and trained labor force to start a business and manage agro-tourism properly. In order for tourism to succeed, in addition to the efforts of farm owners, financial and educational support, appropriate infrastructure and public facilities, and active participation of government officials and local trustees are required.



علمی پژوهشی

بررسی ادراکات و تمایل جامعه ی محلی برای مشارکت در توسعه ی گردشگری کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان تربت حیدریه)

خدیجه بوزرجمهری^{*۱} ID، حمید شایان^۲، الهام قندهاری^۳

^۱ دانشیار گروه جغرافیای دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران
^۲ استاد گروه جغرافیای دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران
^۳ کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران



10.22080/jtpd.2021.19605.3357

چکیده

گردشگری کشاورزی به عنوان فعالیتی مکمل می تواند در روستاهای با قابلیت های گردشگری، اثرات مثبتی را برجای بگذارد؛ که مهم ترین آن تنوع سازی اشتغال و افزایش درآمد است؛ اما ارزیابی تمایل جامعه ی محلی به پذیرش گردشگر، هدف اصلی این پژوهش است. این تحقیق از نوع توصیفی- تحلیلی است که به روش کتابخانه ای و میدانی انجام گرفته است. از میان روستاهای دارای ظرفیت بالای گردشگری کشاورزی شهرستان، ۴۲۴ کشاورز سرپرست خانوار به عنوان حجم نمونه با فرمول کوکران انتخاب شدند و مورد پرسشگری قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده ها به دلیل نرمال نبودن؛ از آزمون های ناپارامتری فریدمن و کروسکال والیس و آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده گردید. نتایج نشان داد، گرچه اگر توریزم از نظر اقتصادی برای آنان درآمد زاست و نتایج تحلیل عاملی تاییدی نیز نشان داد که بیشترین تاثیر را در بعد اقتصادی داشته و ۱۷/۹۳ درصد از واریانس کل را تبیین می کند؛ اما از بعد اجتماعی، میزان تاثیر گذاری کمتر و ۱۳/۶۵ درصد واریانس کل را تبیین می کند، زیرا جامعه ی محلی تمایل چندانی به حضور گردشگر در باغ و فضای خصوصی زندگی خویش ندارد و بیشتر به دنبال منافع اقتصادی گردشگری است تا تعاملات اجتماعی. از این رو، تلاش هایی برای افزایش آگاهی روستاییان نسبت به منافع اجتماعی نیز صورت گیرد.

تاریخ دریافت:

۲ شهریور ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۳ بهمن ۱۳۹۹

قابل دائلود از تاریخ:

۲۸ اسفند ۱۳۹۹

کلیدواژه ها: گردشگری کشاورزی، تمایل جوامع محلی، شهرستان تربت حیدریه.

*نویسنده مسئول: خدیجه بوزرجمهری

آدرس: گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

ایمیل: azar@ferdowsi.um.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۵۵۱۹۹۱۱۲

۱ مقدمه

ی ملی و تنوع بخشی به اقتصاد ملی برعهده داشته باشد. گردشگری کشاورزی، شاخه‌ای از گردشگری روستایی است که در آن گردشگران با خانواده‌های روستایی زندگی می‌کنند و در مورد فعالیت‌های کشاورزی زندگی در کشتزارها و مناطق کشاورزی مطالبی را فرا می‌گیرند. در این شیوه، گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی روی اکوسیستم مناطق میزبان، با فعالیت‌های سنتی کشاورزی در تعامل بوده و یا در آن مشارکت می‌کنند. اگر توریسم می‌تواند باعث امنیت غذایی، بهبود بخشیدن به درآمد و کیفیت عمومی زندگی و جلوگیری از روند تخریب منابع طبیعی مناطق روستایی و افزایش میزان مشارکت آنها در تعیین سرنوشت خود شود (اکپینار^۶، ۲۰۰۵: ۴۷۵). در واقع گردشگری کشاورزی مزایای متعددی دارد؛ از جمله تقویت حیات اقتصادی کشاورزان و توسعه ی پایدار اقتصاد کشاورزی، حفاظت از میراث طبیعی و اجتماعی که فرصت‌های شغلی و تجارت‌های جدیدی را به وجود آورد (ویک، چی و ویک^۷، ۲۰۰۶؛ اسچانمن^۸، ۲۰۱۰).

ایران به دلیل تنوع آب و هوایی و کشت انواع محصولات باغی و کشاورزی و جاذبه‌های گردشگری فراوان، از پتانسیل‌های بالایی در زمینه ی رونق گردشگری کشاورزی برخوردار است؛ اما مطالعات نشان می‌دهد که توسعه ی آن کمتر مورد توجه مدیران و برنامه‌ریزان قرار گرفته است. براین اساس، اولین گام برای توسعه ی گردشگری کشاورزی، شناخت ظرفیت‌های این بخش و اثراتی که می‌تواند برای جامعه ی کشاورزی به ارمغان آورد و همچنین تحلیل نگرش جوامع محلی کشاورزان و گردشگران نسبت به توسعه ی این نوع گردشگری است که از اهمیت بالایی برخوردار است که در این پژوهش تلاش شده مورد بررسی قرار گیرد.

شهرستان تربت حیدریه یکی از مناطق مستعد در بخش کشاورزی و گردشگری روستایی در استان خراسان رضوی است که دارای قابلیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری کشاورزی و تولید محصولات متنوع از جمله؛ زعفران، پنبه و نخ ابریشم، بادام و سایر باغ‌های میوه است. این شهرستان، رتبه ی نخست استان در تولید نخ ابریشم را

توسعه ی روستایی برخلاف تمام کوشش‌ها و تلاش‌ها، آن چنان که باید و شاید با موفقیت همراه نبوده است و راهبردهای گذشته نتوانست مسائلی مانند؛ فقر، اشتغال و پایداری را رفع نمایند. از طرف دیگر، چالش‌های روز افزون رو در روی کشاورزی مانند؛ قیمت‌های پایین کالاهای کشاورزی، افزایش هزینه‌های تولید، فشارهای زیست محیطی، تغییرات آب و هوا، جهانی سازی، صنعتی شدن، نبود برنامه‌های دولتی حمایت‌کننده از کشاورزی و نوسان بازارهای کالاهای کشاورزی، درآمد کشاورزان خرده پا را روز به روز کاهش می‌دهند (سعید کریمی، ۱۳۹۳: ۷۰). از این رو، پرداختن به فعالیت‌های صرف کشاورزی، دیگر جوابگوی نیازهای جوامع روستایی نبوده و تنوع فعالیت‌های اقتصادی، افزایش اشتغال و ایجاد گزینه‌های جدید را برای معیشت آنان ضروری ساخته است (هویلنروک^۱ و دوراند^۲، ۲۰۰۳: ۱۱۰). براین اساس، یکی از گزینه‌های جدید معیشت، گردشگری کشاورزی^۳ است؛ که این ظرفیت را دارد تا در جوامع محلی، نیرو و انگیزه ی لازم را برای تبدیل منابع محلی به محصولات و خدمات گردشگری فراهم آورد و به اقتصاد مردم محلی و توسعه ی پایدار روستایی کمک نماید (لردکیپنیدز^۴ و همکاران، ۲۰۰۵: ۹۸). بیشتر کشورهای جهان نیز این نوع گردشگری را به عنوان راهبردی نوین برای توسعه ی اجتماعی- اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار داده‌اند (سو^۵، ۲۰۱۱: ۴۱). این امر به ویژه در بین کشورهای درحال توسعه؛ مخصوصاً در مناطق روستایی و دورافتاده که با چالش‌ها و تنگناهای معیشتی مختلفی مواجه بوده و درعین حال جاذب گردشگر و دارای جاذبه‌های متعدد طبیعی و انسانی هستند، می‌تواند به عنوان یکی از راه‌های مهم گریز از فقر و افزایش مشارکت مردم در فعالیت‌های توسعه‌ای جامعه محسوب شود (محمودی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۰۰). از این رو، گردشگری کشاورزی؛ جزئی از صنعت گردشگری به حساب می‌آید که می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های آن، نقش موثری در توسعه ی روستایی به شیوه ی پایدار و در نتیجه، توسعه

⁵ Su

⁶ Akpınar

⁷ Veeck, Che, & Veeck

⁸ Schaneman

¹ Huylenbroeck

² Durand

³ Agrotourism / Agricultural tourism

⁴ Lordkipanidze



بنابراین، گردشگری کشاورزی می‌تواند ابزاری پاره وقت در کنار فعالیت اصلی مزرعه برای کسب درآمد بیشتر باشد و کشاورزان در بیشتر موارد برای افزایش ارزش تولیدات شان، به فرآوری و عرضه ی مستقیم محصولات در مزرعه یا باغ بپردازند. در واقع گردشگری کشاورزی را به عنوان شیوه ی تحریک کننده ی رکود اقتصادی در نواحی روستایی می‌توان در نظر گرفت (سینگ بگی^۵، ۲۰۱۲: ۴۴). همچنین دارای مزایای غیر اقتصادی بسیاری است و می‌تواند به مواردی مانند؛ حفظ سبک زندگی روستایی، افزایش آگاهی و توجه بیشتر به حفاظت از محیط زیست، زمین‌های کشاورزی، مناظر طبیعی، رسوم و سنن و ارزش های محلی و میراث فرهنگی منجر شود (سریسومیانگ^۶ و مه یر^۷، ۲۰۱۵: ۹۵). در کمیسیون همکاری‌های زیست‌محیطی، گردشگری کشاورزی به‌عنوان بخشی از گردشگری روستایی بر اصول پایداری، در نظر گرفته است به این مفهوم که گردشگری کشاورزی در حین خدمات-رسانی و تأمین نیازهای گردشگران و مناطق میزبان، حفظ و ترویج فرصت‌ها برای آینده نیز صورت گیرد (نچار و همکاران^۸، ۲۰۱۵: ۱۷۷).

امروزه ارتباط بین گردشگری و کشاورزی تنها به‌عنوان یک محصول گردشگری مطرح نیست و به‌عبارتی فراتر از یک خدمات در محیط‌های روستایی است؛ زیرا روش جدیدی برای درک سفر، آگاهی‌های جدید، نگرش مثبت به فرهنگ مردم محلی و محیط زیست است (ساد^۹، ۲۰۱۲: ۱۷) با این اوصاف، گردشگری کشاورزی از دو جهت دارای اهمیت است؛ از یک جهت محیط‌های روستایی و پیرامون آن‌ها این فرصت را فراهم می‌کنند تا گردشگران به دور از هیاهوی شهرها و فن آوری، زمانی را با آسایش سپری کنند و از سوی دیگر، سبب تنوع اقتصادی در روستاها می‌شود (قنبری، ۱۳۸۹: ۷) بنابراین، گردشگری کشاورزی می‌تواند آثار زیادی از ابعاد مختلف در محیط‌های روستایی بر جای بگذارد که به این اثرات اشاره می‌شود: ۱- اثرات اقتصادی؛ از نظر اقتصادی گردشگری کشاورزی باعث ایجاد فرصت‌های شغلی برای کشاورزان، افزودن ارزش افزوده به محصولات کشاورزی، تنوع منابع درآمدی

داراست و از جمله تولیدکنندگان عمده ی زعفران استان و یکی از بزرگ‌ترین و اصلی‌ترین شهرستان‌ها در پرورش طلای سرخ است. از دیگر جاذبه‌های گردشگری این شهرستان و روستاهای آن می‌توان به سنت‌ها و آداب رسوم خاص، غذاهای محلی، صنایع دستی، گیاهان دارویی، جشنواره‌های برداشت محصول و چشم‌اندازهای طبیعی زیبا اشاره کرد. با این اوصاف، مطالعات موثر و چندانی جهت برنامه‌ریزی گردشگری در این منطقه صورت نگرفته است و صنعت گردشگری نتوانست به طور موثر در رونق اشتغال و درآمد این شهرستان و افزایش ماندگاری جمعیت روستایی نقش بسزایی داشته باشد؛ بنابراین مدیریت صحیح بخش گردشگری و کشاورزی می‌تواند نقش مهمی در توسعه ی گردشگری کشاورزی و جذب گردشگران داشته باشد. این مقاله در پی آن است که تمایل و ادراکات جامعه ی میزبان را نسبت به توسعه ی گردشگری کشاورزی بررسی و ارزیابی نماید.

۲ مبانی نظری

گردشگری کشاورزی فصل مشترک گردشگری و کشاورزی است که در آن بازدید از مزارع، خریداری محصولات، استفاده از سرگرمی‌های موجود در این فضاها، شرکت در فعالیت‌ها و اقامت در مزارع به صورت همزمان صورت می‌پذیرد که این امر سبب می‌شود که تجربه ی گردش و تجربه ی کشاورزی به گونه ای جدایی ناپذیر حاصل شود (نسرز^۱، ۲۰۰۹). گردشگری کشاورزی به ابعادی از کشاورزی و گردشگری اشاره دارد؛ که بازدید از مزارع یا نواحی روستایی را با هدف تفریح و سرگرمی، آموزش و یا مشارکت در فعالیت‌های تولیدی کشاورزی و زندگی در مزارع تشویق می‌کند (یانگ^۲، ۲۰۱۰: ۳۷۷) و این فعالیت‌ها باعث ایجاد یک محیط سالم در روستا گردیده و گامی در جهت تحقق فاکتورهای روستای سالم می‌شود. گردشگری کشاورزی معمولاً در مزارع و کشتزارهایی اتفاق می‌افتد که در مناطق روستایی جذاب واقع شده‌اند و در کنار محیط-های کاری، موقعیت‌های جذابی برای مردمان شهرنشین هم فراهم می‌نمایند (تاو^۳ و باربیری^۴، ۲۰۱۲: ۲۱۹).

⁶ Srisomyong

⁷ Meyer

⁸ Nechar et al

⁹ Sathe

¹ Nasers

² Yang

³ Tew

⁴ Barbieria

⁵ Sing Bagi

- ارتباط و تماس بازارها با مراکز شهری؛
- افزایش هویت جوامع و تاکید بر اهمیت کشاورزی در مناطق محلی (لیک، ۴، ۱۹۹۷: ۲۵).

۳ رابطه ی مکمل گردشگری و کشاورزی

گردشگری و کشاورزی؛ پتانسیل زیادی برای همکاری با یکدیگر در قالب یک رابطه نزدیک دارند. بهبود و توسعه ی نظام حمل و نقل برای گردشگری از طریق افزایش سهولت دسترسی به بازارهای بالقوه می تواند به کشاورزی هم کمک کند (بون^۵ و همکاران، ۱۹۹۱: ۴۸). زیر ساختها نه تنها به توسعه ی کشاورزی کمک می رساند؛ بلکه به گردشگران امکان می دهد تا سفر کنند و چشم اندازهای کشاورزی را مشاهده کنند. در مقابل، کمک گردشگری به کشاورزی می تواند از طریق تحریک و افزایش تقاضا برای تولیدات محلی صورت گیرد. در حالی که کشاورزی و رونق آن ممکن است از طریق عرضه ی چشم اندازهای (طبیعی)، رشد و رونق فعالیت های گردشگری را در پی داشته باشد (بون و همکاران، ۱۹۹۱: ۴۹؛ ساکسنا^۶ و همکاران، ۲۰۰۷: ۳۴۷). در واقع محصول کشاورزی خود می تواند به عنوان یک محصول گردشگری هم مورد توجه قرار گیرد (فلیسچر^۷، ۲۰۰۵: ۵۰۰). در این رابطه بسیاری از محققان، گردشگری کشاورزی را به عنوان راهی برای تعادل بخشی رقابت میان این دو فعالیت مهم در سطح ملی پیشنهاد می دهد (باسبی^۸ و رندل^۹، ۲۰۰۰: ۶۳۵). گردشگری از طریق تحریک و تشویق جامعه ی مقصد به عرضه ی محصولات و خدمات بخش کشاورزی به گردشگران مانند؛ چشم انداز، تورهای مزرعه ای، آماده سازی سایتها در جوار قطعات زراعی جهت گذران اوقات فراغت، سبب رونق بخشیدن به کشاورزی می شود. همچنین تامین مواد غذایی گردشگران از طرف کشاورزان، از دیگر انواع روابط دو طرفه می تواند باشد (بون و همکاران، ۱۹۹۱: ۵۰). کشاورزی با داشتن دو عرضه متفاوت؛ اما مرتبط به گردشگری طبقه بندی می شود، اولین آن عرضه ی مستقیم است که شامل فروش تولیدات کشاورزی به گردشگر

با متنوع شدن کسب و کار مزرعه، افزایش عملکرد تولید در مزرعه می شود (تاو و باربیری^۱، ۲۰۱۲: ۲۱۷). از نظر اجتماعی و فرهنگی گردشگری کشاورزی اثرات بسیاری بر رفتارهای فردی، روابط خانوادگی، آداب و رسوم، سبک زندگی برجای می گذارد. به طوری که توسعه ی گردشگری کشاورزی باعث ایجاد تعامل و روابط نزدیک تر بین مردم شهری و روستایی می شود و سبب افزایش دانش در مورد مناطق روستایی می گردد و از طریق ایجاد فرصت های شغلی جدید به خصوص برای جوانان، نقش موثری در کاهش مهاجرت ایفا می کند (توپکو^۲، ۲۰۰۷: ۴۱). از نظر آموزشی گردشگری کشاورزی به عنوان ابزاری آموزشی برای کشاورزان و گردشگران است. بدین ترتیب که برای کشاورزان امکان مهارت آموزی در فنون جدید کشاورزی، خدمات گردشگری و... از طریق سازمان های ذی ربط فراهم می شود و از طرف دیگر، برنامه های آموزشی توسط سازمان های مسئول یا کشاورزان آموزش دیده به گردشگران سبب توسعه ی آگاهی و دانش مردم در مورد طبیعت می شود که می تواند توسعه ی مناطق روستایی را در همه ی ابعاد به دنبال داشته باشد (فلانیگان^۳ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۲۹). مزایای بعد زیست محیطی شامل؛ حفظ زیستگاه های طبیعی و اکوسیستمها، استفاده بهینه از منابع و محیط روستا و کاهش آلودگی های کشاورزی است (کریمی، ۱۳۹۳: ۸۰). به طور کلی می توان بیان کرد؛ گردشگری کشاورزی به عنوان شیوه ای جهت رشد اقتصادی در جوامع محلی دارای آثاری در این نواحی است که به شرح زیر است:

- ایجاد درآمد ثانویه برای کشاورزان؛
- حفظ چشم انداز فرهنگی و بصری محیط روستا؛
- کاهش مهاجرت به واسطه ی ایجاد اشتغال؛
- جریان یافتن تفکرات از مناطق شهری به روستایی؛
- تجربه ی زندگی در روستا توسط شهرنشینان؛
- تحرک و تنوع اقتصاد روستایی؛

⁶ Saxena et al

⁷ Fleischer

⁸ Busby

⁹ Rendle

¹ Taw & Barbieri

² Topçu

³ Flanigan et al.

⁴ Lack

⁵ Bowen et al



توریسم با مشارکت جوامع محلی وجود دارد و به پذیرش جوامع محلی از این نوع گردشگری نیازمند است.

همان طور که گذشت؛ کشاورزی و گردشگری مکمل یکدیگرند و از مهم‌ترین عوامل در موفقیت آن مشارکت و پذیرش جوامع محلی است. بنابراین، در صورتی که هر دو بخش کشاورزی و گردشگری با برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح، فراهم نمودن زیرساخت‌ها و تسهیلات عمومی و آموزش به کشاورزان و آگاهی آنان از مزیت‌های گردشگری کشاورزی انجام گیرد، قطعاً می‌تواند موجبات افزایش درآمد و ایجاد اشتغال برای جوانان را نیز فراهم آورد و در کل به توسعه‌ی روستایی بیانجامد.

۴ پیشینه‌ی تحقیق

اگرچه گردشگری کشاورزی در جهان پدیده‌ای نسبتاً جدید نبوده است؛ ولی در اوائل قرن بیستم ظهور پیدا کرده و از اوائل دهه‌ی ۱۹۷۰ به عنوان یک صنعت موردتوجه قرار گرفته است (تاو و باربیری، ۲۰۱۲: ۲۱۵)؛ ولی در ایران، گردشگری کشاورزی فعالیت جدیدی محسوب می‌شود، به همین دلیل به جز موارد معدود؛ مطالعات چندانی در این زمینه صورت نگرفته است که در زیر به منابع در دسترس اشاره شده است.

سقای و رستمی (۱۳۸۴) در پژوهشی به بررسی «قابلیت‌های گردشگری کشاورزی در ایران (مطالعه‌ی موردی: استان خراسان جنوبی)» پرداختند و ده شهر برتر در زمینه‌ی تولید محصول زعفران را با استفاده از مولفه‌هایی مانند؛ سطح زیر کشت زعفران، جمعیت فعال کشاورزی، سپرده‌ی بانکی، اقامتگاه عمومی و رستوران‌ها، مراکز بهداشتی و خدماتی مورد بررسی قرار دادند. در این مقاله، پنج شهر؛ بیرجند، قائنات، تربت حیدریه، گناباد و کاشمر دارای قابلیت شناخته شدند. خالدی و همکاران (۱۳۹۰) در مقاله‌ی «امکان سنجی جاذبه‌های توریستی - آگرو توریستی در توسعه‌ی روستایی با تاکید بر باغ‌های گیلاس و استفاده از مدل SOWT، مورد: لواسانات کوچک»، به این نتیجه رسیدند که باید بر نقاط قوت جنبه‌ی آگرو توریستی و اصل مزیت نسبی بهره‌گیری از عوامل بیرونی تاکید شود. لنگرودی و حیدری (۱۳۹۱) با تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی براساس دیدگاه

است و دومین، عرضه‌ی غیر مستقیم که مستلزم حفاظت و کشت و زرع در چشم اندازهاست و به عنوان یک منبع گردشگری می‌تواند نقش آفرینی کند (سوچر^۱ و چورتگنسلر^۲، ۱۹۹۴: ۳۵). کشاورزان با شیوه‌های مختلف می‌توانند یک درآمد مکمل را از گردشگری به دست آورند و در صورت نتیجه بخش بودن این فعالیت‌ها ممکن است بالاخره جانشین کشاورزی به عنوان یکی از درآمدهای اصلی شده و به تجارتی سودآور بدل گردند. کشاورزان می‌توانند با ایجاد شرایط جهت گردشگری و توزیع گردشگران در فضای باز مزرعه و ایجاد فرصت آموزش به گردشگران علاقه‌مند به یادگیری اصول کشاورزی به صورت عملی و کاربردی، فعالیت اقتصادی خود را گسترده‌تر سازند. آنان می‌توانند شرایطی را در مزرعه‌ی خود فراهم کنند تا برای گردشگران اقامت شبانه، پذیرایی با صبحانه، غذا دادن به دام‌های اهلی برای افراد به ویژه کودکان، اسب سواری و تعامل مستقیم گردشگران با مزرعه و بسیاری از فعالیت‌های کشاورزی به وجود آید. از این رو، گردشگری کشاورزی رهیافتی موثر در پایدار کردن تولید و درآمد اقتصادی کشاورزان به ویژه کشاورزان با مالکیت مزارع کوچک است (مطیعی لنگرودی و حیدری، ۱۳۹۱: ۲۲-۲۴).

در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری روستایی و کشاورزی دیدگاه‌ها و رویکردهای مختلفی وجود دارد. رویکرد تقویت گرا، توسعه‌ی گردشگری را ذاتاً خوب می‌داند و معتقد است که خود به خود محاسنی برای جامعه‌ی میزبان به همراه دارد. رویکرد اقتصادی، گردشگری را مؤثرترین راه کسب درآمد و اشتغال می‌داند و در رویکرد اجتماعی، گردشگری فرصتی مناسب برای تبادل و تعامل فرهنگی بین روستاییان و گردشگران است. در رویکرد جغرافیایی، توسعه‌ی گردشگری بر پایه‌ی امکانات و الگوهای فضایی و چارچوب‌های کاهش اثرات منفی آن مورد توجه است. رویکرد اجتماع مدار، نیز به مشارکت و کنترل جمعی تأکید دارد و باید بر امکانات محلی و تصمیم جمعی استوار باشد (قدیری معصوم، ۱۳۸۹: ۹۷). براین اساس در گردشگری کشاورزی، به دلیل ارتباط مستقیم جامعه‌ی محلی با گردشگران، دیدگاه جامعه‌ی محلی به گردشگری و گردشگران از اهمیت زیادی برخوردار است. با توجه به نقش گردشگری کشاورزی در توسعه‌ی اقتصادی مناطق روستایی، براین اساس رابطه‌ای مستقیم بین این نوع

² Tchurtcghenthaler

¹ Socher

پژوهشی به ارزیابی توانمندی‌های توسعه‌ی گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه‌ی هدف (کشاورزان و گردشگران) در شهرستان لنجان دریافتند که بخش کشاورزی شهرستان لنجان قابلیت‌های لازم برای توسعه‌ی گردشگری کشاورزی را دارد و میزان پذیرش کشاورزان و گردشگران منطقه در مورد جشنواره‌ها و فعالیت‌های زراعی و باغی مثبت است؛ اما میزان پذیرش کشاورزان در رابطه با آموزش و فعالیت‌های دام و طیور به گردشگران کم بوده است. عنابستانی و مظفری (۱۳۹۷) به تبیین عوامل موثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی می‌پردازند نتایج پژوهش آنان نشان داد از میان عوامل مورد بررسی، عامل‌های آموزش و مهارت، حمایت‌های و سیاستگذاری دولتی، عقاید غیرتوسعه‌ای و نوع نگاه کشاورزان و... از عوامل موثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی است. محمودی چناری و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به سنجش ظرفیت محیط روستاهای شهرستان ماسال برای توسعه‌ی گردشگری کشاورزی پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد مناطق روستایی شهرستان ماسال از ظرفیت خوبی برای توسعه‌ی گردشگری کشاورزی برخوردارند و این امر در نواحی کوهپایه‌ای و جلگه‌ای با شدت بیشتر و در نواحی روستایی با توجه به کمبود امکانات و نبود سکونت دائمی با شدت کمتری جریان دارد. کوهی و همکاران (۱۳۹۹)، به تحلیل فضایی عرصه‌های روستایی مستعد گردشگری کشاورزی در شهرستان رودسر پرداختند. نتایج نشان داد که گسترش فعالیت‌های بخش گردشگری و حضور گردشگران در ایام گوناگون سال در نواحی دارای جاذبه‌های طبیعی و انسانی، موجب افزایش فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد مردم محلی شده است.

لک^۱ (۱۹۹۷) و پارکر^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی «گردشگری کشاورزی و توسعه» به این نتیجه رسیده‌اند که چالش‌های زیادی در برابر گردشگری کشاورزی وجود دارد که شامل؛ کمبود آموزش، کمبود بازاریابی، فقدان کنترل کیفیت، کمبود بیمه‌ی مناسب، کمبود منابع مالی، تضاد گردشگری کشاورزی با فعالیت اصلی کشاورزی، فاصله از بازار و محدودیت‌های زیر ساختی است. چی^۳ و ویک^۴ (۲۰۰۵)؛ لوپز^۵ (۲۰۰۶) نشان دادند که کشاورزان،

گردشگران در دهستان بلده‌ی شهرستان تنکابن، نشان دادند که منطقه از توان بالایی برای توسعه‌ی گردشگری کشاورزی برخوردار است و گردشگران برای حضور در اراضی، جهت گذران اوقات فراغت تمایل زیادی دارند. کریمی (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی «کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای گردشگری روستایی» پرداختند. آنان دریافتند که موفقیت گردشگری کشاورزی به برنامه‌ریزی، دریافت حمایت‌های مالی و آموزشی لازم، زیرساخت‌ها و تسهیلات عمومی مناسب و مشارکت فعال مقامات و معتمدان محلی نیازمند است. همچنین آنان نتیجه گرفتند بهبود محیط کارآفرینی در جوامع روستایی و افزایش دانش و مهارت‌های کارآفرینانه کشاورزان و به ویژه جوانان روستایی می‌تواند به توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی و کشاورزی کمک شایانی نماید. رضوانی و همکاران (۱۳۹۵) به «بررسی چالش‌ها و مباحث توسعه‌ی گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شاهرود» پرداختند و نشان دادند که چالش‌ها و مسائل فراروی توسعه‌ی گردشگری کشاورزی در شهرستان در شش گروه، فاصله از مراکز عمده جمعیتی، سیاست‌های جامع ملی و منطقه‌ای، آگاهی و آموزش، بازاریابی محصولات، آداب و رسوم و قوانین موجود، طبقه‌بندی می‌شوند.

حیدری و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای ریسک‌های اثرگذار بر توسعه‌ی گردشگری کشاورزی را شناسایی نمودند. آنان نتیجه گرفتند که براساس نگرش پاسخگویان به میزان ریسک‌های ادراک شده بر تمایل به توسعه‌ی گردشگری کشاورزی، ریسک‌های اقتصادی، ریسک‌های تولید و بازار، ریسک‌های طبیعی، ریسک‌های اجتماعی-فرهنگی و ریسک‌های سیاسی- نهادی به ترتیب؛ در درجه‌ی اول تا پنجم اثرگذاری قرار می‌گیرند. ورمزیاری و همکاران (۱۳۹۶) به تحلیل فعالیت‌ها و خدمات مطلوب گردشگری کشاورزی از دیدگاه گردشگران پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد مولفه‌های «خرید و چیدن محصولات تازه»، «مصرف و بهره‌مندی از گل و گیاه دارویی»، «ورزش‌های مبتنی بر طبیعت»، «انجام فعالیت‌های کشاورزی» و «مشاهده‌ی حیات وحش» در مجموع ۶۴/۴۱ درصد واریانس را تبیین کرده‌اند. نوروبی و فتحی (۱۳۹۷) در

⁴ Veek

⁵ Lopez

¹ Lack

² Parkar

³ Che



اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی برای جوامع و محیط‌های روستایی دارد. از این رو، ضروری است به این بخش گردشگری توجه خاصی شود تا بتوان هر چه بیشتر از پتانسیل‌های نواحی روستایی بهره گرفت و از سویی دیگر، نگرش و پذیرش آن از سوی جامعه محلی مورد شناسایی قرار گرفته تا با فراهم نمودن شرایط فرهنگی و توسعه‌ی زیرساخت‌ها و ارائه‌ی تسهیلات و حمایت‌های مالی و آموزشی، در راستای توسعه‌ی گردشگری کشاورزی گام‌های اساسی برداشته شود.

۵ روش شناسی

مطالعه‌ی حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است؛ که به روش اکتشافی و تحقیقات کتابخانه‌ای و میدانی انجام گرفته است. به طریق اکتشافی، ابتدا روستاهایی با پتانسیل گردشگری کشاورزی بالا و جذاب برای گردشگری از طریق فرمانداری شهرستان شناسایی شدند که شامل ۱۰ روستا به شرح جدول ۱ است. در مرحله‌ی دوم، از مجموع ۳۳۲۷ خانوار این روستاها، با فرمول کوکران و ضریب خطای ۰،۰۷، تعداد ۴۲۴ خانوار به عنوان نمونه انتخاب شدند که از این تعداد با قاعده‌ی تسهیم خانوارهای نمونه به تفکیک هر روستا مشخص شدند و پرسش‌نامه توسط کشاورزان تکمیل گردید. جهت روایی پرسش‌نامه از نظر ۷ تن از استادان و متخصصان استفاده شده است و از ضریب آلفای کرونباخ جهت سنجش پایایی شاخص‌های تحقیق بهره گرفته شد. مقادیر ضرایب آلفا در بعد تمایل به فعالیت‌های گردشگری کشاورزی برابر با ۰،۷۴، در بعد اجتماعی ۰،۷۸، در بعد اقتصادی ۰،۷۱ و در بعد زیرساختی و محیط زیست برابر با ۰،۸۱ به دست آمد. ضرایب آلفا در همه‌ی ابعاد بالاتر از ۰،۷ نشان دهنده‌ی اعتبار و سازگاری درونی مناسب سازه‌های پژوهش است (جدول ۲). در بخش تجزیه و تحلیل اطلاعات به دلیل نرمال نبودن داده‌ها از آزمون‌های ناپارامتری فریدمن و کروسکال والیس و آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

فعالیت‌های گردشگری کشاورزی را به عنوان یکی از راه‌های افزایش ارزش افزوده سرمایه‌گذاری‌ها و حفظ زمین‌های کشاورزی خود می‌دانند. بنابراین، آنان با متنوع سازی محصولات کشاورزی و قرارگرفتن در مجاورت شهرهای بزرگ و مراکز توریستی، این موجب جذب توریست به مزارع و در نتیجه رقابتی شدن مزارع و افزایش درآمدشان شده‌اند. مک‌گهی^۱ (۲۰۰۷) در پژوهش خود به «بررسی گردشگری کشاورزی، فرصتی برای توسعه‌ی پایدار روستایی» به این نتیجه رسیده است که گردشگری کشاورزی به حفظ جوامع محلی، منظر طبیعی و اکوسیستم‌ها کمک می‌کند. مارتینز^۲ (۲۰۱۰) در پژوهش خود دریافت که گردشگری کشاورزی با توجه به افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان به مواد غذایی تازه، جذابیت خاصی یافته است، چرا که اغلب توسط فعالان گردشگری کشاورزی که متخصص «گرفه‌های کنار جاده‌ای فروش محصولات تازه یا برداشت محصولات تازه توسط بازدیدکننده» هستند، تبلیغ و برجسته شده‌اند و به دلیل فرصت‌های تفریح در فضای باز، گردشگری کشاورزی می‌تواند با فراهم کردن تمرین‌های ورزشی و بهبود رژیم‌های غذایی، به سلامتی شرکت‌کنندگان کمک کند. تئو و باربیری^۳ (۲۰۱۲) در تحقیق خود به «بررسی گردشگری روستایی در جهت توسعه‌ی گردشگری کشاورزی» پرداخت و به این نتیجه رسید که با توجه به افزایش فاصله میان مصرف‌کنندگان شهری و تولیدکنندگان محصولات، بسیاری از آنها مایل‌اند فعالیت کاشت و برداشت محصولات کشاورزی، رسیدگی به دام‌ها، تهیه‌ی مواد غذایی چون لبنیات و ساخت صنایع دستی را از نزدیک ببینند. شارم^۴ و وایس^۵ (۲۰۱۴) در پژوهشی به بررسی عملکرد گردشگری کشاورزی هند پرداختند. نتایج نشان داد میزان متوسط عملکرد فعالیت‌های گردشگری کشاورزی هند بین ۲۰ تا ۵۰ درصد است که جزء بالاترین عملکردها محسوب می‌شود. به طور کلی هند دارای یک اقتصاد روستایی است که در این میان گردشگری روستایی و گردشگری کشاورزی؛ نقش مهمی در توسعه‌ی روستایی این کشور دارند.

بررسی مطالعات گوناگون داخلی و خارجی نشان داد گردشگری کشاورزی مزایای بسیاری در زمینه‌های

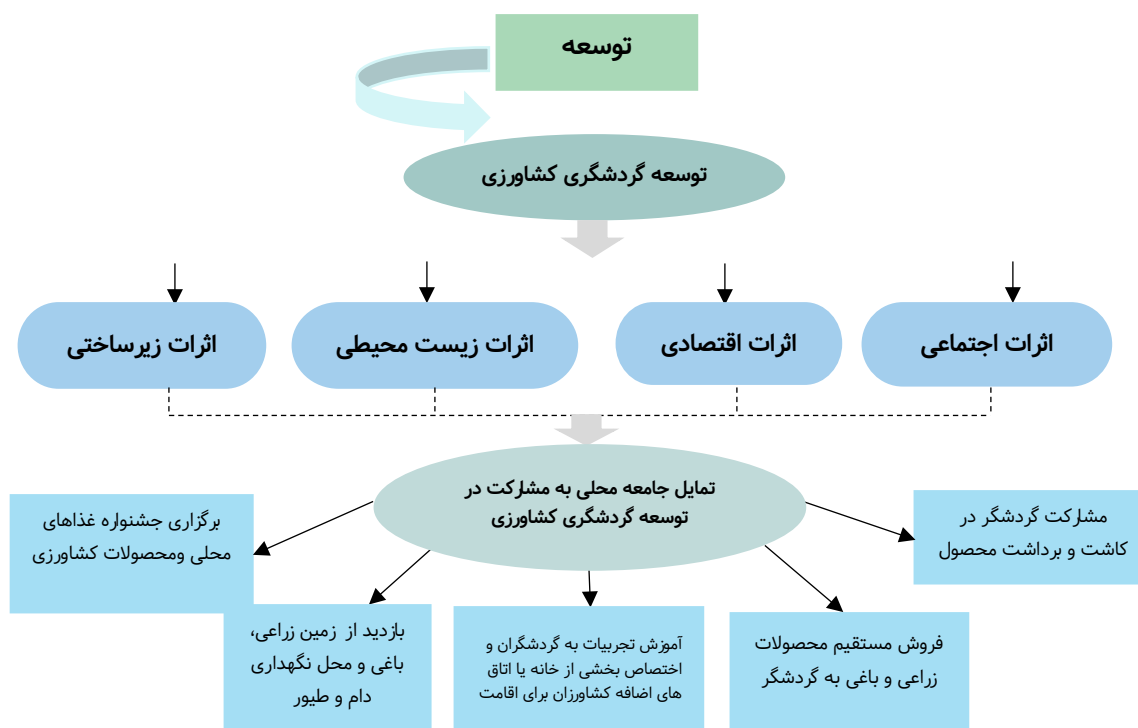
⁴ Sharm
⁵ Vyas

¹ Mack Gehi
² Martinse
³ Tew & Barbirie

جدول ۱: روستاهای با ظرفیت گردشگری کشاورزی شهرستان تربت حیدریه و تعداد کشاورزان حجم نمونه

روستا	دهستان	بخش	ظرفیت گردشگری کشاورزی	جمعیت	خانوار	تعداد نمونه
بایگ ^۱	بایگ	بایگ	گردو- پیله ابریشم	۹۵۶	۳۳۰	۳۳
بنهنگ	بالا ولایت	مرکزی	زعفران- پیاز - بادام	۸۲۷	۲۵۳	۲۵
منظربا	بالا ولایت	مرکزی	زعفران- بادام	۲۱۲۰	۶۱۴	۶۱
صومعه	بالا ولایت	مرکزی	زعفران- بادام	۳۵۰۵	۸۶۰	۸۶
قوزان	پایین ولایت	مرکزی	پنبه	۳۴۶	۱۰۰	۱۰
حوض سرخ	پایین ولایت	مرکزی	پنبه	۵۸۱	۱۵۴	۱۵
بوری آباد	پایین ولایت	مرکزی	پنبه	۶۱۶	۱۷۰	۱۷
صنوبر	بالا ولایت	مرکزی	باغداری	۱۲۴۶	۱۲۴۶	۱۲۴
کامه سفلی	بالا ولایت	مرکزی	زعفران- باغداری	۳۵۲	۱۰۷	۱۱
آبرود	بالا ولایت	مرکزی	زعفران	۱۶۳۶	۴۲۰	۴۲
		جمع		۱۲۱۸۵	۳۳۲۷	۴۲۴

مأخذ: مرکز آمار ایران، سال نامه ی آماری ۱۳۹۵، فرمانداری شهرستان تربت حیدریه، ۱۳۹۷.



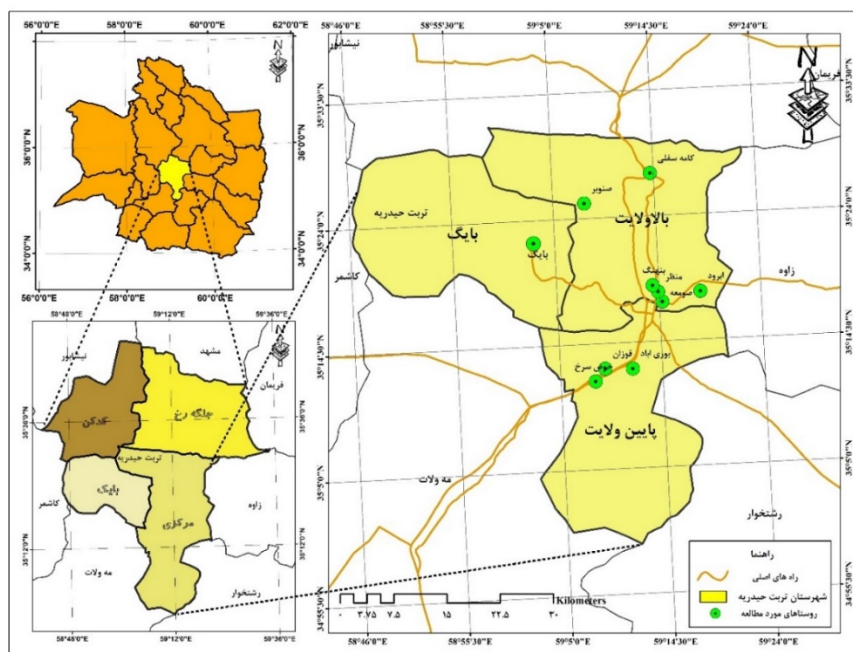
شکل ۱ - مدل مفهومی تحقیق

^۱ گرچه به لحاظ تقسیمات کشوری، بایگ نقطه شهری است ولی به لحاظ فعالیت های کشاورزی، روستا محسوب می شود و فعالیت ابریشم کشی آن شهرت ملی دارد و گردشگران زیادی را همه ساله پذیراست.

۶ معرفی منطقه ی مورد مطالعه

شهرستان تربت حیدریه با وسعت ۶۱۷۵ کیلومتر مربع، در جنوب غربی شهر مشهد به فاصله ی ۱۴۲ کیلومتر از مرکز استان قرار دارد. میانگین ارتفاع آن از سطح دریا، ۱۳۳۳ متر و بلند ترین نقطه آن ۳۰۱۳ متر به نام قله ملکوه است. تربت حیدریه از شرق به شهرستان زاوه و تربت جام و رشتخوار، از غرب به کاشمر و از شمال به مشهد،

نیشابور و فریمان و از جنوب به شهرستان مه ولات منتهی می شود. جمعیت شهرستان طبق آمار ۱۳۹۵، بالغ بر ۲۲۵ هزار نفر است و گسترش شهر تربت حیدریه باعث در برگرفتن روستاهایی مانند؛ ملکی، حیدرآباد، بنهنگ، ده پایین و منظر شده است. این شهرستان دارای چهار بخش؛ کدکن، بایگ و جلگه رخ و مرکزی، هشت دهستان و ۱۵۰ روستای قابل سکنة است (فرمانداری تربت حیدریه، ۱۳۹۷). شکل ۲ محدوده ی مورد مطالعه را نشان می دهد.



شکل ۲ - معرفی روستاهای دارای ظرفیت گردشگری کشاورزی در شهرستان تربت حیدریه

۶.۱ ظرفیت های گردشگری زعفران شهرستان

شهرستان تربت حیدریه به دلیل دارا بودن خاک حاصلخیز و آب و هوایی مناسب برای کشت زعفران، یکی از بزرگ ترین و اصلی ترین شهرها در پرورش طلای سرخ معروف شده است و هر ساله در ایام برداشت محصول، جشنواره ملی زعفران در شهر تربت حیدریه برگزار می گردد که گردشگران بسیاری از تمام نقاط کشور به منظور شرکت در این جشنواره و بازدید از مزارع زیبای زعفران به این شهر سفر می کنند. جشنواره ی ملی زعفران، از سال ۱۳۹۲، فعالیت خود را از ۷ تا ۱۱ آبان هر ساله با برگزاری

این شهرستان با توجه به اقلیم نسبتاً معتدل، دارای پتانسیل‌های کشاورزی مانند کشت زعفران، باغات بادام و پرورش کرم و تولید نخ ابریشم، کشت پنبه و نیز ارتفاعات متنوع و همچنین قرار گرفتن در کریدور شمال شرق - جنوب شرق، دارای پتانسیل مهمی از لحاظ گردشگری (اگروتوریسم) است؛ به ویژه وجود مزارع زیبای زعفران در زمان گل‌دهی و همچنین چشم اندازهای زیبا از محصولات باغی در بیشتر مناطق روستایی شهرستان، می‌تواند از عوامل جذب گردشگر در این منطقه باشد. با توجه به اینکه محصول عمده ی این شهرستان زعفران است و می تواند پتانسیل بسیار بالایی در جذب گردشگر باشد؛ از این رو، به معرفی برخی ظرفیت های آن می پردازیم.

قابل توجهی از زعفران تولیدی توسط بازدید کنندگان خریداری شود و با کاهش سهم واسطه های بازار زعفران، درآمد بیشتری نصیب تولید کننده می شود. حضور گردشگران و بازدیدکنندگان خارجی نیز، احتمالاً فرصت هایی را برای مبادلات کشاورزی بخصوص زعفران بین تولیدکنندگان و تجار داخلی را با گردشگران خارجی فراهم می نماید. در کنار موارد ذکر شده، حضور گردشگران در نواحی زیرکشت زعفران فرصتی فراهم می نماید تا مردمان این نواحی سایر محصولات کشاورزی خود مانند؛ گردو، گیاهان دارویی، صنایع دستی و آیین های بومی خود را عرضه کنند. تصاویر زیر بازدیدگردشگران خارجی و داخلی را از مزارع زعفران منطقه نشان می دهد.

مراسم گوناگون تجربه می کند. این جشنواره با عنوان (طلای سرخ) با اهداف فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در راستای معرفی محصول زعفران و جایگاه راهبردی آن در اقتصاد ایران و جهان و نیز به منظور جلب توجه به تنوع خرده فرهنگ ها و آداب و رسوم در کشور برگزار می شود. این جشنواره سبب ایجاد تورهای گردشگری در منطقه شده است که مهم ترین برنامه های آنها؛ بازدید از مزارع زعفران سطح روستاهای شهرستان، شرکت در کارگاه های آموزشی و علمی با همکاری پژوهشکده ی زعفران شهرستان، بازدید از بازار بزرگ زعفران، بازدید از جاذبه های تاریخی و گردشگری سطح شهرستان و تهیه ی سوغات است. حضور گردشگران موجب می شود تا بخش



شکل ۳ - بازدید گردشگران(داخلی- خارجی) از کشتزارهای زعفران منطقه

جشنواره زعفران، از کارگاه های پرورش کرم ابریشم و فرآوری آن بازدید کنند. تصاویر زیر نمونه ای از فعالیت ابریشم کشی در منطقه مورد مطالعه را نشان می دهد.

تربت حیدریه علاوه بر تولید زعفران، بزرگترین پرورش دهنده ی کرم ابریشم و تولیدکننده ی نخ ابریشم کشور نیز بوده و گردشگران می توانند علاوه بر شرکت در



شکل ۴ - نمونه ای از فرآیند تولید ابریشم کشی در بایگ تربت حیدریه



۷ یافته های تحقیق

۳۵٫۴ درصد دیپلمه و ۱۷ درصد بیسوادند. از نظر وضعیت اشتغال، ۹۱٫۳ درصد کشاورزند که ۹۵٫۵ درصد به کشت زعفران، ۳٫۳ درصد به تولید پنبه و ۱٫۲ درصد نیز پیله ی ابریشم تولید می کنند. گرچه بیشترین نفرات قابل توجه آنان به کشت زعفران اشتغال دارند؛ ولی وسعت اراضی زعفران بسیار کم است. چنان که جدول ۲ نشان می دهد، ۶۲ درصد آنان حدود ۱۰۰ تا ۵۰۰ متر مربع زیر کشت زعفران دارند و حدود ۲۰ درصد آنان بین ۱۰۰ تا ۵۰۰۰ مترمربع.

یافته های توصیفی حجم نمونه تحقیق نشان می دهد که ۳۹٫۲ درصد آنان در سنین ۳۰ تا ۳۹ سال و بیشترین (۹۰٫۶ درصد) مردان هستند و فقط ۹٫۴ درصد را زنان تشکیل می دهند و ۹۹٫۵ درصد متأهل اند. میانگین بعد خانوار ۵٫۱۳ نفر که ۲۶٫۴ درصد خانوارها، ۴ نفره، ۱۵٫۳ درصد، ۵ نفره و ۱۴٫۹ درصد ۳ نفره هستند. به عبارتی، بیش از نیمی از آنان ۳ تا ۵ نفره هستند. از نظر سطح تحصیلات، به ترتیب ۴۶٫۵ درصد دارای سواد ابتدایی،

جدول ۲ - توزیع فراوانی سطح زیر کشت محصول زعفران خانوارهای حجم نمونه (متر مربع)

سطح زیر کشت (متر مربع)	۱۰۰ تا ۱۰۰	۵۰۰ تا ۵۰۰	۵۱۰ تا ۱۰۰۰	۱۱۰۰ تا ۱۵۰۰۰	۱۵۱۰۰ تا ۲۰۰۰۰	۲۰۱۰۰ تا ۵۰۰۰۰	کل
فراوانی	۱۳۵	۱۲۸	۷۷	۳۳	۳۷	۱۴	۴۲۴
درصد	۳۱٫۸	۳۰٫۲	۱۸٫۱	۸	۸٫۷	۳٫۲	۱۰۰

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹.

میان یازده گویه ی بعد اقتصادی، مهم ترین تاثیر گردشگری کشاورزی از نظر پاسخگویان با میانگین ۴/۱۶ به «رونق بازار فروش فروش صنایع دستی» و کمترین تأثیر به «افزایش قیمت ملک و زمین» با میانگین ۳/۳۳ اختصاص دارد. یافته ها نشان می دهد میزان تاثیرات اقتصادی گردشگری کشاورزی در تمامی متغیرها بیشتر از میانگین ۳ و در حد متوسط به بالا هستند.

۷٫۱ بررسی ادراکات جامعه ی محلی از اثرات توسعه ی گردشگری کشاورزی

جهت بررسی اثرات توسعه ی گردشگری کشاورزی از چهار بعد (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و زیرساختی) استفاده گردید. همان طور که جدول ۳ نشان می دهد از

جدول ۳ - یافته های توصیفی اثرات اقتصادی توسعه ی گردشگری کشاورزی از دیدگاه کشاورزان

مولفه	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
رونق بازار فروش فروش صنایع دستی	۰	۰	۱۴٫۴	۵۴٫۴	۳۱٫۱	۴٫۱۶	۰٫۶۵۷
افزایش قیمت تولیدات محلی	۰	۰	۲۷٫۸	۷۲٫۲	۰	۳٫۷۲	۰٫۴۵۰
افزایش درآمد خانواده	۰	۰	۴۳٫۳	۵۶٫۷	۰	۳٫۵۶	۰٫۴۹۸
افزایش فرصت های شغلی روستا	۰	۰	۱۶٫۷	۵۶٫۷	۲۶٫۷	۴٫۱	۰٫۶۵۴
کاهش مهاجرت	۰	۰	۲۰	۸۰	۰	۳٫۸۰	۰٫۴۰۲
ایجاد اشتغال زنان روستا	۲٫۲	۰	۳۷٫۸	۴۸٫۹	۱۱٫۱	۳٫۶۹	۰٫۶۹۷
رونق و احیای صنایع دستی	۰	۰	۱۱٫۱	۷۲٫۲	۱۶٫۷	۴٫۰۵	۰٫۵۲۷
افزایش اشتغال موقت و فصلی	۰	۰	۲۲٫۲	۷۷٫۸	۰	۳٫۷۷	۰٫۴۱۸
توسعه ی فعالیت های کشاورزی روستا	۰	۰	۲۴٫۴	۷۵٫۶	۰	۳٫۷۵	۰٫۴۳۲
توسعه ی فعالیت های دامداری روستا	۰	۰	۵۵٫۶	۴۴٫۴	۰	۳٫۴۴	۰٫۴۹۹
افزایش قیمت ملک و زمین روستا	۰	۴٫۴	۵۷٫۸	۳۷٫۸	۰	۳٫۳۳	۰٫۵۶۱

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹.

ی خدمات به گردشگران» است. و در مجموع پیامدهای اجتماعی توسعه ی گردشگری کشاورزی، در حد کم ارزیابی نموده اند و هنوز زمینه ی کافی برای تعاملات اجتماعی فراهم نشده است.

در مورد آثار اجتماعی توسعه ی گردشگری کشاورزی چنانچه جدول ۴ نشان می‌دهد، از میان ۱۱ گویه، مهمترین اثر درک شده از سوی پاسخگویان «رواج بیشتر غذاهای محلی روستا» با میانگین ۲/۸۰ است. کمترین تأثیر با میانگین ۲/۳۱ بر «افزایش مشارکت زنان در ارائه

جدول ۴ - یافته های توصیفی اثرات اجتماعی توسعه ی گردشگری کشاورزی از دیدگاه کشاورزان

مؤلفه	بسیار کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
افزایش سطح آگاهی مردم	۱۹,۵	۳۸,۵	۳۰,۵	۱۰,۵	۱,۱	۲,۳۶	۰,۹۵۹
حفظ و گسترش آداب و رسوم روستا	۲۲,۶	۲۴,۲	۴۰	۷,۹	۵,۳	۲,۴۱	۱,۰۰۳
افزایش مشارکت زنان در ارائه خدمات به گردشگران	۲۴,۲	۳۲,۶	۳۱,۶	۷,۹	۳,۷	۲,۳۱	۱,۰۱۴
رواج بیشتر غذاهای محلی	۱۷,۹	۲۰,۵	۳۶,۳	۱۷,۹	۷,۴	۲,۸۰	۱,۱۴۲
حفظ هویت و افتخار به روستا	۲۳,۲	۳۲,۷	۲۷,۹	۱۰,۵	۵,۷	۲,۴۰	۱,۱۰۵
توسعه ی همکاری‌های محلی	۲۰,۴	۳۰,۵	۲۲,۶	۱۸,۴	۸,۱	۲,۶۶	۱,۱۹۶
تقویت اعتماد به نفس اهالی	۱۷,۴	۲۳,۲	۲۸,۴	۲۳,۷	۷,۴	۲,۷۶	۱,۱۹۳
افزایش امنیت روستا	۲۲,۱	۳۴,۷	۲۸,۹	۸,۴	۵,۸	۲,۳۲	۱,۰۰۹
افزایش دزدی و بزهکاری در روستا	۱۳,۳	۲۵,۸	۳۸,۹	۱۳,۷	۸,۳	۲,۷۳	۱,۰۶۵
دوگانگی فرهنگی بین اهالی و گردشگران	۱۳,۸	۲۷,۴	۴۲,۱	۱۱,۱	۵,۷	۲,۶۴	۰,۹۸۰
رعایت احترام بین اهالی در حضور گردشگران	۱۲,۶	۲۹,۵	۳۶,۳	۱۵,۳	۶,۴	۲,۶۶	۱,۰۰۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

محصولات ارگانیک» با میانگین ۳/۵۲ و کمترین تأثیر در حفاظت و پاکیزگی محیط زیست روستا با میانگین ۲/۶۱ ارزیابی شده است.

در مورد پیامدهای زیست‌محیطی، ۷ گویه مورد بررسی قرار گرفت و چنانکه جدول ۵ نشان می‌دهد، بیشترین تأثیر زیست محیطی گردشگری کشاورزی، «توجه به تولید

جدول ۵ - یافته های توصیفی اثرات زیست محیطی توسعه ی گردشگری کشاورزی از دیدگاه کشاورزان

مؤلفه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
حفاظت و پاکیزگی محیط زیست روستا	۱۶,۸	۲۷,۹	۳۷,۴	۱۳,۲	۴,۷	۲,۶۱	۱,۰۶۲
توجه به تولید محصولات ارگانیک	۱,۱	۴,۷	۳۹,۵	۵۰,۵	۴,۲	۳,۵۲	۰,۷۰۳
حفظ بافت با ارزش روستا	۳,۷	۲۰,۵	۴۹,۵	۲۰	۶,۳	۳,۰۴	۰,۸۹۸
مدیریت بهتر فاضلاب روستا	۱۲,۶	۲۱,۱	۴۸,۴	۱۳,۷	۴,۲	۲,۷۶	۰,۹۸۴
کاهش منابع آبی روستا	۴,۷	۲۷,۴	۴۸,۴	۱۴,۲	۵,۳	۲,۸۸	۰,۸۹۷
تخریب محیط زیست روستا توسط گردشگران	۱۰	۷,۹	۴۷,۹	۲۷,۴	۶,۸	۳,۱۳	۱,۰۰۷
چشم‌انداز نامطلوب روستا با افزایش زباله‌ها	۲,۶	۱۲,۶	۶۳,۲	۱۱,۱	۱۰,۵	۳,۱۴	۰,۸۶۴

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.



روستا» با میانگین ۳/۰۵ است و میانگین سایر گویه‌ها پایین‌تر از حد متوسط و میانگین نظری ۳ است و می‌تواند ناشی از عدم درک کافی جامعه ی محلی از اثرات زیر ساختی توسعه ی گردشگری کشاورزی باشد.

در مورد اثرات زیرساختی طبق یافته‌های جدول ۶، مهمترین پیامدهای توسعه ی گردشگری کشاورزی از نظر جامعه ی محلی، مربوط به «توجه دولت به راه‌های روستایی» با میانگین ۳/۲۲ و «توسعه ی خدمات IT

جدول ۶ - یافته‌های توصیفی اثرات زیرساختی توسعه ی گردشگری کشاورزی از دیدگاه کشاورزان

مؤلفه	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
توسعه ی خدمات IT روستا	۵,۳	۱۷,۴	۴۶,۸	۲۷,۴	۳,۲	۳,۰۵	۰,۸۸۶
توسعه ی خدمات زیرساختی (برق، آب، گاز و...)	۱۰	۳۵,۸	۳۳,۲	۱۵,۸	۵,۳	۲,۷۱	۱,۰۲۲
توجه دولت به راه‌های روستایی	۵,۳	۱۳,۷	۴۳,۲	۲۹,۵	۸,۴	۳,۲۲	۰,۹۶۶
بهبود روشنایی معابر روستا	۱۰,۵	۱۴,۲	۵۲,۶	۱۷,۹	۴,۷	۲,۹۲	۰,۹۶۴
راه اندازی خدمات تفریحی	۵,۳	۳۱,۶	۴۵,۸	۱۴,۷	۲,۶	۲,۷۸	۰,۸۵۶
تخریب معابر و کوچه‌های روستا	۶,۸	۲۳,۷	۵۱,۱	۱۲,۶	۵,۸	۲,۸۷	۰,۹۲۵

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

کنارمرزعه یا باغ به گردشگران» به ترتیب با میانگین‌های (۴,۱۵) و (۴,۱۲) تعلق دارد و کمترین تمایل به «برگزاری جشنواره کاشت و برداشت محصول» با میانگین‌های (۲,۱۳) و (۲,۸۶) مربوط می‌شود. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد، کشاورزان منطقه به لحاظ اقتصادی تمایل بیشتری به پذیرش گردشگر و فروش محصولات دارند؛ ولی تمایل چندانی به مشارکت گردشگران در فرایند کاشت و برداشت محصول دارند، زیرا تصور می‌کنند گردشگران به دلیل عدم آشنایی با کار کشاورزی و ... به محصولات صدمه می‌زنند.

۷,۲ ارزیابی تمایل کشاورزان به توسعه‌ی گردشگری کشاورزی

به منظور ارزیابی میزان تمایل و ادراک کشاورزان حجم نمونه نسبت به توسعه ی فعالیت‌های گردشگری کشاورزی در مزرعه ی خود، از ۱۲ گویه استفاده شد و نتایج آن در جدول ۷ نشان می‌دهد که بیشترین میزان تمایل به گویه‌های «برگزاری جشنواره غذای محلی و نمایشگاه عرضه ی مستقیم محصولات کشاورزی، باغی» و «فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی خود در

جدول ۷ - توزیع فراوانی میزان تمایل کشاورزان به فعالیت های آگرو توریسم

گویه	بسیار	بسیار	متوسط	زیاد	بسیار	میانگین	انحراف معیار
برگزاری جشنواره غذای محلی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی، باغی	۳,۷	۳,۲	۱۱,۱	۳۸,۴	۴۳,۷	۴,۱۵	۰,۹۹۳
برگزاری جشنواره برداشت محصول	۱۶,۳	۲۴,۲	۲۸,۹	۱۷,۹	۱۲,۶	۲,۸۶	۱,۲۵
برگزاری جشنواره کاشت محصول	۴۱,۱	۲۶,۸	۱۸,۴	۵,۳	۸,۴	۲,۱۳	۱,۲۴
وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی برای انتخاب و برداشت محصول و خرید آن	۱,۱	۲,۶	۲۰,۵	۳۷,۹	۳۷,۹	۴,۱۰	۰,۸۸۳

انحراف معیار	میانگین	رتبه	زیاد	متوسط	کم	بسیار	گویه
۱,۱۶۵	۳,۲۶	۱۶,۲	۲۸,۹	۲۸,۹	۱۸,۴	۷,۹	ورود گردشگران به محل نگهداری دام کشاورزان و مشارکت برای فعالیتهای مختلف نگهداری دام
۱,۰۷۴	۳,۲۱	۱۲,۶	۲۵,۳	۳۷,۹	۱۷,۴	۶,۳	وارد شدن گردشگران به محل نگهداری طیور و مشارکت در فعالیت-های مختلف نگهداری آن
۱,۱۲۷	۳,۱۱	۱۱,۱	۲۶,۳	۳۸,۹	۱۱,۶	۱۲,۱	اختصاص بخشی از خانه یا اتاق های اضافه کشاورزان برای اقامت گردشگران
۱,۱۳۵	۳,۶۱	۲۴,۷	۳۲,۶	۲۶,۸	۱۰	۵,۸	آموزش تجربیات کشاورزان در مورد فعالیت های کشاورزی و دامداری
۰,۸۷۲	۴,۱۲	۳۷,۹	۴۱,۶	۱۶,۸	۲,۱	۱,۶	فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی خود در کنارمرزعه یا باغ به گردشگران
۱,۱۶۸	۳,۳۶	۱۸,۹	۲۷,۹	۳۱,۶	۱۳,۷	۷,۹	واردشدن گردشگران به زمین زراعی و باغی فقط برای گردش، استراحت و عکاسی با پرداخت هزینه
۱,۱۶۶	۳,۱۸	۱۴,۷	۲۶,۳	۳۱,۱	۱۸,۹	۸,۹	مشارکت گردشگر در کاشت محصول بدون دریافت دستمزد
۰,۹۶۸	۳,۶۹	۱۸,۴	۴۵,۸	۲۶,۸	۴,۷	۴,۲	مشارکت گردشگر در برداشت محصول بدون دریافت دستمزد

مأخذ: جمعه پور و حیدری، ۱۳۹۵؛ نوروزی و فتیحی، ۱۳۹۰؛ عنابستانی و مظفری، ۱۳۹۷؛ بذرافشان و سامانی، ۱۳۹۸

رتبه بوده و گویههای «برگزاری جشنواره کاشت و برداشت محصول»، کمترین میانگین رتبه‌ای دارا می‌باشند. همچنین طبق آماره کای دو و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱، بین تمامی گویه‌ها تفاوت معناداری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد.

جهت اولویت‌بندی متغیرهای تمایل به توسعه ی گردشگری کشاورزی از آزمون فریدمن استفاده شد و نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که گویه‌های «برگزاری جشنواره غذای محلی و نمایشگاه عرضه ی مستقیم محصولات کشاورزی، باغی» و «فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی در کنارمرزعه یا باغ به گردشگران»، دارای بالاترین

جدول ۸ - معناداری تفاوت میانگین رتبه‌ای گویه‌های تمایل جامعه ی محلی به توسعه ی گردشگری کشاورزی

گویه ها	میانگین عددی	میانگین رتبه ای
برگزاری جشنواره غذای محلی و نمایشگاه عرضه ی مستقیم محصولات کشاورزی، باغی	۴,۱۵	۹,۰۴
برگزاری جشنواره برداشت محصول	۲,۸۶	۴,۸۷
برگزاری جشنواره کاشت محصول	۲,۱۳	۳,۰۴
وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی برای انتخاب و برداشت محصول و خرید آن	۴,۱۰	۸,۸۲
ورود گردشگران به محل نگهداری دام کشاورزان و مشارکت برای فعالیتهای مختلف نگهداری دام	۳,۲۶	۵,۲۱
وارد شدن گردشگران به محل نگهداری طیور و مشارکت در فعالیتهای مختلف نگهداری آن	۳,۲۱	۵,۷۸
اختصاص بخشی از خانه یا اتاق های اضافه کشاورزان برای اقامت گردشگران	۳,۱۱	۵,۵۰
آموزش تجربیات کشاورزان در مورد فعالیت های کشاورزی و دامداری	۳,۶۱	۷,۰۵
فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی خود در کنارمرزعه یا باغ به گردشگران	۴,۱۲	۸,۹۰
واردشدن گردشگران به زمین زراعی و باغی فقط برای گردش، استراحت و عکاسی با پرداخت هزینه	۳,۳۶	۶,۵۲
مشارکت گردشگر در کاشت محصول بدون دریافت دستمزد	۳,۱۸	۵,۷۳



میانگین عددی	میانگین رتبه ای	گویه ها
۳,۶۹	۷,۵۳	مشارکت گردشگر در برداشت محصول بدون دریافت دستمزد
۶۳۶,۳۸		کای دو
۱۱		درجه آزادی
۰,۰۰۰		سطح معناداری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

سن و تمایل به توسعه ی آگروتوریسم؛ رابطه‌ای منفی و معکوس با شدت متوسط وجود دارد؛ بدین ترتیب که با افزایش سن میزان تمایل به فعالیت‌های آگروتوریسم کاهش می‌یابد و بیشتر جوانان تمایل به توسعه ی گردشگری کشاورزی دارند تا افراد مسن‌تر. همچنین بین متغیرهای تعداد افراد خانوار، تعداد افراد شاغل، سطح زیرکشت زعفران و میزان تحصیلات با تمایل به توسعه ی آگروتوریسم رابطه‌ای مثبت و مستقیم با شدت متوسط برقرار است؛ بدین ترتیب که با افزایش تعداد افراد شاغل، تعداد افراد خانوار، سطح زیرکشت زعفران و میزان تحصیلات میزان تمایل به توسعه ی فعالیت‌های آگروتوریسم نیز افزایش می‌یابد.

۷,۳ رابطه ی ویژگی‌های فردی پاسخگویان و تمایل به توسعه ی گردشگری کشاورزی

جهت بررسی رابطه ی ویژگی‌های فردی پاسخگویان و تمایل به توسعه ی گردشگری کشاورزی از آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد. یافته‌های آزمون همبستگی در جدول ۹ نشان می‌دهد؛ با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ در تمامی متغیرهای سن، بعد خانوار، تعداد افراد شاغل، سطح زیرکشت زعفران (متر مربع) و میزان تحصیلات، حاکی از وجود رابطه‌ای معنادار میان متغیرهای مورد بررسی و تمایل کشاورزان به فعالیت‌های آگروتوریسم است. طبق نتایج حاصله میان متغیر

جدول ۹ - رابطه ی میان ویژگی‌های فردی کشاورزان و تمایل به توسعه ی گردشگری کشاورزی

متغیر	میزان تمایل به آگروتوریسم	ضرایب همبستگی
سن	مقدار همبستگی	-۰/۴۸۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
تعداد افراد خانوار	مقدار همبستگی	۰/۲۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
تعداد افراد شاغل	مقدار همبستگی	۰/۳۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
سطح زیرکشت زعفران	مقدار همبستگی	۰/۳۹
	سطح معناداری	۰/۰۲۵
میزان تحصیلات	مقدار همبستگی	۰/۴۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

فعالیت های گردشگری کشاورزی رابطه ای مثبت و مستقیمی برقرار است. بدین ترتیب که هر چقدر مردم محلی درک و آگاهی بیشتری از اثرات توسعه ی گردشگری کشاورزی در ابعاد مختلف داشته باشند، تمایل آنان به مشارکت در فعالیت های آگروتوریسم نیز افزایش می یابد. همچنین سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ در تمامی متغیرهای مورد بررسی حاکی از وجود رابطه ای معنادار میان ابعاد مختلف ادراکات جامعه ی محلی و تمایل به مشارکت در فعالیت های آگروتوریسم است جدول ۱۰.

۷٫۴ رابطه ی بین ادراکات در ابعاد مختلف و تمایل به مشارکت در فعالیت های گردشگری کشاورزی

در ادامه به بررسی رابطه ی میان ادراکات جامعه ی محلی از گردشگری کشاورزی (در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و زیرساختی) و تمایل به مشارکت در فعالیت های گردشگری کشاورزی پرداخته شد. یافته های به دست آمده نشان داد میان ادراکات جامعه ی محلی از ابعاد مختلف گردشگری کشاورزی و تمایل به مشارکت در

جدول ۱۰ - رابطه ی میان ادراکات جامعه ی محلی در ابعاد مختلف و تمایل به مشارکت در فعالیت های گردشگری کشاورزی

متغیر	میزان تمایل به آگروتوریسم	ضرایب همبستگی اسپیرمن
بعد اقتصادی	مقدار همبستگی	۰/۴۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۴
بعد اجتماعی	مقدار همبستگی	۰/۳۵
	سطح معناداری	۰/۰۳۷
بعد زیست محیطی	مقدار همبستگی	۰/۲۶
	سطح معناداری	۰/۰۵۱
بعد زیرساختی	مقدار همبستگی	۰/۲۸
	سطح معناداری	۰/۰۲۵
ادراکات جامعه ی محلی از توسعه ی گردشگری کشاورزی	مقدار همبستگی	۰/۴۷
	سطح معناداری	۰/۰۰۱

مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹.

تاییدی انجام گرفت و برای مناسب بودن داده ها از تست بارتلت^۱ و KMO^۲ استفاده شد. معناداری آزمون بارتلت در سطح اطمینان ۹۹٪ و مقدار مناسب KMO که بیشتر از ۰/۵ و سطح معناداری تمام عوامل که کمتر از ۰/۰۵ است، حاکی از همبستگی و مناسبت متغیرهای مورد نظر برای انجام تحلیل عاملی است که در جدول ۱۱ پیداست.

۷٫۵ میزان اثر گذاری پیامدهای توسعه ی گردشگری کشاورزی از دید جامعه ی محلی

در این مطالعه، برای ارزیابی میزان اثرات توسعه ی گردشگری کشاورزی در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی و زیرساختی، آزمون آماری تحلیل عاملی

² KMO (Kaiser- Mayer-Olkin)

¹ Bartlett



جدول ۱۱ - آزمون بارتلت در سطح معناداری

مجموعه مورد تحلیل	مقدار KMO	مقدار بارتلت	سطح معناداری
اقتصادی	۰/۸۳۱	۷۳۶/۱۹۴	۰/۰۰۰
اجتماعی	۰/۸۱۸	۸۲۶/۶۶۰	۰/۰۰۰
زیست محیطی	۰/۷۲۰	۲۴۸/۰۰۹	۰/۰۰۰
زیرساختی	۰/۷۴۲	۱۳۴/۸۹۰	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

واریانس مربوط به بعد یا عامل زیرساختی با ۱۱/۷۳ درصد است. جدول ۱۲ مقدار ویژه و درصد واریانس‌ها به تفکیک ارائه شده است.

برای ارزیابی میزان اثرگذاری هر یک از ۳۵ شاخص تحقیق، تحلیلی عاملی انجام گرفت؛ نتیجه در ۴ بعد یا عامل نشان می‌دهد که بیشترین درصد واریانس مربوط به اثرات اقتصادی با ۱۷/۹۳ درصد و کمترین درصد

جدول ۱۲ - عوامل / ابعاد اثرات توسعه ی گردشگری کشاورزی، مقدار ویژه و درصد واریانس

ردیف	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس
۱	اجتماعی	۴/۶۴۰	۱۳/۶۵
۲	اقتصادی	۶/۰۹۵	۱۷/۹۳
۳	زیست محیطی	۴/۰۱۶	۱۱/۸۱
۴	زیرساختی	۳/۹۸۷	۱۱/۷۳

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

به روستا (۰/۶۸)، توسعه ی همکاری‌های محلی (۰/۷۱)، دوگانگی فرهنگی بین اهالی و گردشگران (۰/۵۶)، تقویت اعتماد به نفس اهالی (۰/۶۵) و رواج بیشتر غذاهای محلی (۰/۵۸) مهم‌ترین اثرات اجتماعی ارزیابی شدند.

سومین عامل که از آن با عنوان اثرات زیست محیطی یاد می‌شود، ۱۱/۸۱ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کند. توجه به تولید محصولات ارگانیک (۰/۶۸)، کاهش منابع آبی روستا (۰/۸۱)، تخریب محیط زیست روستا توسط گردشگران (۰/۷۴)، از عمده‌ترین پیامدهای زیست محیطی از سوی جامعه ی میزبان ارزیابی شده است.

بعد زیرساختی چهارمین تأثیر توسعه ی گردشگری کشاورزی است که مورد ارزیابی قرار گرفته است توسعه ی خدمات IT روستا (۰/۷۱)، توجه دولت به راه‌های روستایی (۰/۶۹) مهم‌ترین اثرات زیرساختی توسعه ی گردشگری کشاورزی است که در مجموع این شاخص ۱۱/۷۳ درصد از کل واریانس را تبیین می‌کنند.

در جدول (۱۰) مقدار بار عاملی هر یک از شاخص‌ها که بار عاملی آن‌ها کمتر از ۰/۵ است از لیست حذف گردید. از این رو، اثرات توسعه ی گردشگری کشاورزی بر رونق بازار فروش صنایع دستی (۰/۷۲)، افزایش درآمد خانواده (۰/۷۴)، افزایش فرصت‌های شغلی روستا (۰/۶۴)، رونق و احیای صنایع دستی (۰/۵۹)، افزایش اشتغال موقت و فصلی (۰/۶۱)، توسعه ی فعالیت‌های کشاورزی روستا (۰/۷۶) و افزایش قیمت ملک و زمین روستا (۰/۶۸) به ترتیب مهم‌ترین اثرات اقتصادی این نوع گردشگری بر جامعه ی میزبان بوده و طبق جدول ۱۳ اثرات اقتصادی، ۱۷/۹۳ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند.

عامل دوم که در قالب اثرات اجتماعی از آن یاد می‌شود، ۱۳/۶۵ درصد از واریانس مربوط به پیامدهای توسعه ی گردشگری کشاورزی بر جامعه ی محلی را به خود اختصاص داده است. از بین شاخص‌ها، حفظ و گسترش آداب و رسوم روستا (۰/۷۴)، حفظ هویت و افتخار

جدول ۱۳ - بار عاملی گویه‌های چهارگانه اثرات توسعه‌ی گردشگری کشاورزی

نام عامل	متغیرهای طبقه‌بندی شده در هر عامل	بار عاملی
اقتصادی	رونق بازار فروش فروش صنایع دستی	۰/۷۲
	افزایش درآمد خانواده	۰/۷۴
	افزایش فرصت‌های شغلی روستا	۰/۶۴
	رونق و احیای صنایع دستی	۰/۵۹
	افزایش اشتغال موقت و فصلی	۰/۶۱
	توسعه‌ی فعالیت‌های کشاورزی روستا	۰/۷۶
اجتماعی	افزایش قیمت ملک و زمین روستا	۰/۶۸
	حفظ و گسترش آداب و رسوم روستا	۰/۷۴
	حفظ هویت و افتخار به روستا	۰/۶۸
	توسعه‌ی همکاری‌های محلی	۰/۷۱
	دوگانگی فرهنگی بین اهالی و گردشگران	۰/۵۶
	تقویت اعتماد به نفس اهالی	۰/۶۵
	رواج بیشتر غذاهای محلی	۰/۵۸
	توجه به تولید محصولات ارگانیک	۰/۶۸
زیست محیطی	کاهش منابع آبی روستا	۰/۸۱
	تخریب محیط زیست روستا توسط گردشگران	۰/۷۴
	توسعه‌ی خدمات IT روستا	۰/۷۱
زیرساختی	توجه دولت به راه‌های روستایی	۰/۶۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.

کمتر از ۰/۰۱ و معنادار است. بنابراین، میزان تمایل به توسعه‌ی گردشگری کشاورزی در بین روستاهای مورد مطالعه متفاوت است. بنابراین از میان روستاهای نمونه، روستاهای بوری آباد و بایگ بیشترین تمایل به توسعه‌ی گردشگری کشاورزی را دارند.

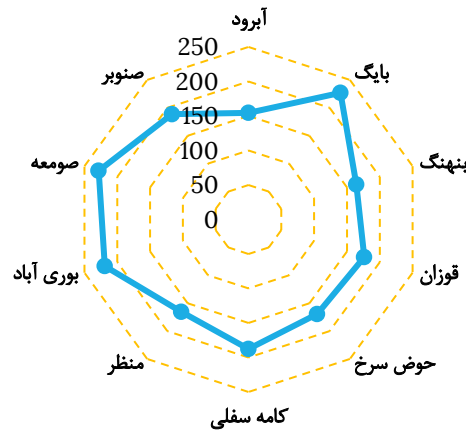
در نهایت با توجه به عدم نرمال بودن داده‌های تحقیق با استفاده از آزمون کروسکال والیس سعی گردید تا تفاوت تمایل کشاورزان به توسعه‌ی گردشگری کشاورزی در روستاهای مورد مطالعه ارزیابی شود. یافته‌های جدول ۱۴ نشان می‌دهد مقدار سطح معناداری در تمامی گویه‌ها



جدول ۱۴ - نتایج آزمون کروسکال- والیس در تمایل کشاورزان به توسعه ی گردشگری کشاورزی در روستاهای مورد مطالعه

روستاهای مورد مطالعه	برگزاری جشنواره برداشت محصول	برگزاری جشنواره کاشت محصول	ورود به زمین زراعی و باغی برای انتخاب و برداشت محصول و خرید آن	برای فعالیتهای مختلف نگهداری دام	ورود به محل نگهداری دام کشاورزان و مشارکت برای فعالیتهای مختلف نگهداری آن	اختصاص بخشی از خانه یا اتاق های اضافه کشاورزان برای اقامت گردشگران	آموزش تجربیات کشاورزان در مورد فعالیتهای کشاورزی و دامداری	فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی خود در کنارمرزعه یا باغ به گردشگران	واردشدن گردشگران به زمین زراعی و باغی فقط برای گردش، استراحت و عکاسی با پرداخت هزینه	مشارکت گردشگر در کاشت محصول بدون دریافت دستمزد	مشارکت گردشگر در برداشت محصول بدون دریافت دستمزد	تمایل به گردشگری کشاورزی
آبرود	۱۱۱/۲	۱۱۳/۱	۱۵۹/۷	۱۰۱/۶	۱۹۲/۶	۲۳۶/۹	۲۲۱/۳	۱۶۲/۹	۱۵۵/۷	۱۷۳/۱	۱۵۱/۶	۱۵۴/۹
بایگ	۲۷۹/۸	۳۰۴/۶	۱۵۷/۹	۲۷۶/۶	۲۵۰/۷	۱۹۷/۵	۲۱۱/۵	۲۹۳	۲۵۹/۸	۱۵۶/۲	۲۷۶/۶	۲۲۶/۸
بنهنگ	۱۴۷/۷	۱۸۵/۶	۲۵۲/۴	۱۶۵/۲	۱۷۸/۹	۱۹۷/۳	۱۷۴/۵	۱۶۵/۶	۱۹۸/۱	۲۱۸/۸	۱۰۵/۲	۱۶۴/۷
قوزان	۱۷۳/۱	۱۸۰/۴	۲۱۲/۲	۱۵۳/۵	۲۰۶/۲	۱۷۶/۵	۱۹۸/۵	۱۶۵/۸	۱۷۴/۶	۱۶۷/۲	۲۳۲/۵	۱۷۶/۵
حوض سرخ	۱۹۳/۵	۱۳۵/۲	۱۶۴/۹	۲۰۱/۸	۱۳۲/۳	۱۸۴/۱	۲۰۳/۲	۱۳۷/۵	۱۹۰/۷	۱۸۸/۲	۱۵۸/۸	۱۶۹/۴
کامه سفلی	۲۰۹/۵	۱۶۵/۲	۲۶۱/۱	۱۲۲/۳	۲۴۵/۱	۱۶۴/۲	۱۷۳/۵	۲۳۵/۲	۲۱۸/۴	۲۱۱/۱	۱۲۲/۳	۱۸۷/۷
منظر	۱۷۳/۴	۱۶۳	۱۷۶/۵	۲۲۰/۴	۱۷۹/۲	۱۹۴/۵	۲۰۴/۹	۲۳۷/۴	۱۶۴/۳	۱۶۶/۵	۱۵۵/۲	۱۶۵/۶
بوری آباد	۲۹۳/۱	۱۹۰/۶	۲۹۰/۳	۱۹۰/۵	۲۰۱/۹	۱۶۶/۴	۱۷۵/۷	۱۵۵/۸	۲۶۱/۳	۲۷۳/۶	۱۹۰/۵	۲۲۸/۹
صومعه	۲۵۶/۵	۲۳۱/۸	۲۴۷/۴	۲۳۲/۷	۲۴۳	۲۰۱/۶	۲۳۲/۸	۲۰۴/۳	۲۵۰/۵	۱۹۰/۴	۲۲۲/۷	۲۱۸/۳
صنوبر	۲۱۹/۶	۲۵۷/۱	۱۸۱/۱	۲۵۴/۲	۲۰۴/۶	۲۴۱/۲	۲۰۸/۳	۱۷۳/۳	۲۱۱/۱	۱۷۸/۷	۲۵۴/۲	۱۸۸/۵
کای اسکوتر	۷۷/۷۴	۱۱۶/۰۷	۵۴/۴۹	۱۰۱/۶۸	۲۸/۴۷	۳۳/۴۶	۲۵/۳۴	۸۱/۴۷	۳۶/۸	۸۲/۰۳	۱۱۱/۴۸	۵۳/۴۶
درجه آزادی	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱	۱۱
سطح معناداری	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	۰/۰۰	۰/۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹.



شکل ۵ - تمایل کشاورزان به توسعه ی گردشگری کشاورزی در روستاهای مورد مطالعه

۸ بحث و نتیجه گیری

یافته‌های پژوهش موید این است که کشاورزان محدوده ی مورد مطالعه به توسعه ی گردشگری کشاورزی از بعد اقتصادی علاقه هستند به طوری که میزان تمایل آنان به برگزاری جشنواره غذای محلی و نمایشگاه عرضه ی مستقیم محصولات کشاورزی، باغی و فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی به گردشگران با میانگین ۴ ارزیابی شده است. همچنین یافته نشان داد بین ویژگی‌های فردی کشاورزان و تمایل به توسعه ی گردشگری، رابطه ی معنادار وجود دارد و با افزایش تعداد افراد خانوار، تعداد افراد شاغل، سطح زیرکشت زعفران و سطح تحصیلات، تمایل به توسعه ی گردشگری کشاورزی نیز بیشتر می-شود. اما با افزایش سن، میزان تمایل کاهش می یابد. نتایج همبستگی میان ادراکات جامعه ی محلی و تمایل به مشارکت در فعالیت های گردشگری کشاورزی، نشان داد که بین درک و آگاهی مردم روستایی از اثرات مثبت گردشگری کشاورزی با میزان تمایل آنان به توسعه این نوع گردشگری رابطه ی مثبت وجود دارد. نتایج حاصل از تحلیل عاملی نیز نشان داد؛ بیشترین تاثیر گردشگری کشاورزی در بعد اقتصادی و کمترین آن در بعد زیرساختی ارزیابی شده است.

نتایج به دست آمده میزان تاثیرات کم اجتماعی و زیست محیطی گردشگری کشاورزی این تحقیق با یافته-های پژوهش سینگ بگی (۲۰۱۲) همسویی ندارد، وی

گردشگری کشاورزی را دارای مزایای غیر اقتصادی زیادی می‌داند که می‌تواند به حفظ سبک زندگی روستایی، افزایش آگاهی و توجه بیشتر به حفاظت از محیط زیست، زمین‌های کشاورزی، مناظر طبیعی، رسوم و سنن و ارزش-های محلی و میراث فرهنگی منجر شود. همچنین یافته-های پژوهش در مورد پذیرش گردشگران با نتایج نوروژی و فتحی (۱۳۹۷) مطابقت دارد. همچنین با نتایج باربیری (۲۰۱۳) در مورد مزایای چند گانه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی گردشگری کشاورزی همسویی دارد؛ ولی با اثرات مثبت زیست محیطی مغایر است؛ زیرا کشاورزان جامعه ی مورد بررسی از تخریب مزارع و باغات توسط توسعه ی گردشگری شاکی هستند. از میان روستاهای مورد مطالعه، روستاهای بایگ و بوری آباد تمایل بیشتری به توسعه ی گردشگری کشاورزی داشته‌اند که به دلیل وجود جاذبه-های گردشگری بیشتر این روستاها و قدمت طولانی تر حضور گردشگران است که زمینه ی تعاملات کشاورزان و گردشگران را از سال ها قبل ایجاد کرده است.

در کل نتایج تحقیق نشان داد که کشاورزان منطقه، اطلاعات چندان کافی از منابع و ظرفیت‌های توسعه ی گردشگری کشاورزی ندارند، حمایت خاصی از آنها نمی-شود واز آموزش های لازم نسبت به نحوه ی رفتار با گردشگران، برخوردار نشده اند. آنان با چالش‌هایی زیادی از جمله عدم مهارت، دانش و منابع مالی و انسانی لازم برای راه اندازی و مدیریت گردشگری کشاورزی و کسب و



صاحبان مزارع گردشگری بستگی ندارد؛ بلکه نیازمند برنامه‌ریزی، دریافت حمایت‌های مالی و آموزشی لازم، زیرساخت‌ها و تسهیلات عمومی مناسب و مشارکت فعال مقامات دولتی و معتمدان محلی نیز ضرورت تام دارد.

کارهای مربوط هستند؛ از نظر فرهنگی هنوز آمادگی پذیرش گردشگر در فضای زندگی خصوصی خویش را ندارند. ضمن آن که زیرساخت‌های محلی نیز عموماً نامناسب و امکانات و تسهیلات لازم وجود ندارد. در این راستا موفقیت گردشگری کشاورزی فقط به ابتکار و تلاش

منابع

منابع فارسی

حیدری، زهرا و مطیعی لنگرودی، سید حسن. (۱۳۹۱). تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی براساس دیدگاه گردشگران، مجله ی برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال ۱، شماره ی ۱، صص ۳۵-۳۰.

حیدری، زهرا، بدری، سیدعلی و محمد سلمانی. (۱۳۹۵). نگرش جامعه ی محلی نسبت به مخاطرات ادراک شده توسعه ی گردشگری کشاورزی، مطالعه ی موردی: شهرستان تنکابن، مجله ی برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال پنجم، شماره ی ۱۸، صص ۳۲-۸.

خالدی، [شهریار، منشی زاده، رحمت الله، جهانبخش، ریکا، خالدی، شاهین و شبنم خالدی](#). (۱۳۹۰). امکانسنجی جاذبه‌های توریستی- آگرواکوتوریستی در توسعه ی روستایی با تاکید بر باغات گیلاس و استفاده از مدل SWOT مورد: دهستان لواسانات کوچک. [تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال یازدهم زمستان ۱۳۹۰ شماره ی ۲۳](#).

خالدی، شهریار، منشی زاده، رحمت الله، جهانبخش، ریکا. (۱۳۹۰). امکانسنجی جاذبه های توریستی- آگرو توریستی در توسعه ی روستایی با تاکید بر باغات گیلاس و استفاده از مدل SOWt، مورد: لواسانات کوچک، نشریه ی تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، جلد ۲۰، شماره ی ۲۳، صص ۲۳-۷.

رضوانی، محمدرضا، نجارزاده، محمد، ترابی، ذبیح اله. (۱۳۹۵). چالش‌ها و مباحث توسعه ی گردشگری کشاورزی مورد مطالعه ی مناطق روستایی شاهرود.

احد نژاد، محسن، نادری، علی، نادری، افشین و ابراهیم صادقی. (۱۳۹۱). آگرو توریسم کشاورزی نگرشی نو در بهره برداری از جاذبه‌های طبیعی، کنفرانس ملی راهکارهای دستیابی به توسعه ی پایدار. ۱۳۹۱.

آشفته‌پور، سپیده، کوهی، لیلا، قریشی میناباد، محمد باسط، مطیعی لنگرودی، سید حسن، تیمور آمار، حاجی شیرکیا. (۱۳۹۸). تحلیل فضایی عرصه‌های روستایی مستعد گردشگری کشاورزی مورد: شهرستان رودسر. فصلنامه ی اقتصاد فضا و توسعه ی روستایی، سال نهم، شماره ی اول (پیاپی ۳۱) صص ۴۱-۶۶.

بدری، سیدعلی، رضوانی، محمد رضا و حیدری، زهرا (۱۳۹۲). مشارکت اجتماع محلی در توسعه ی گردشگری کشاورزی، مجله ی برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال دوم، شماره ی ۱، صص ۴۳-۶۵.

بذرافشان، مرتضی و سامانی، سحر. (۱۳۹۸). عوامل موثر بر توسعه ی گردشگری کشاورزی (مطالعه ی موردی: شهرستان جهرم). فصلنامه ی علمی مطالعات مدیریت گردشگری، سال چهاردهم، شماره ی ۴۷، پاییز ۱۳۹۸، صص ۲۲۰-۱۹۳.

جمعه پور، محمود، حیدری، زهرا. (۱۳۹۵). پیوند بین گردشگری و فعالیت های کشاورزی در راستای پایداری محیط با تاکید بر نگرش های جوامع محلی (مطالعه ی موردی: نواحی روستایی شهرستان تنکابن). مجله جغرافیا (فصلنامه علمی- پژوهشی و بین المللی انجمن جغرافیای ایران)، دوره ی جدید، سال چهاردهم، شماره ی ۴۹، تابستان ۱۳۹۵.

کریمی، سعید. (۱۳۹۲). گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه ی روستایی. جلد اول، شماره ی چهارم.

مطیعی لنگرودی، سید حسن و زهرا حیدری. (۱۳۹۱). تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران (مطالعه ی موردی: دهستان بلده شهرستان تنکابن)، فصلنامه برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، شماره ی ۳.

نوروزی، اصغر، فتاحی، عفت. (۱۳۹۷). ارزیابی توانمندی های توسعه ی گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان و گردشگران) در شهرستان لنجان. جغرافیا و توسعه ۵۱، تابستان ۱۳۹۷. صص ۲۴۱-۲۶۰.

ورمزیاری، حجت، رحیمی، علیرضا و محسن بابائی. (۱۳۹۶). تحلیل فعالیتها و خدمات مطلوب گردشگری کشاورزی؛ مطالعه ی موردی گردشگران الموت شرقی، مجله ی برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال ششم، شماره ی ۲۱، صص ۹۵-۷۷.

سقای، مهدی و رستمی، مجید. (۱۳۸۴). امکان‌سنجی گردشگری کشاورزی در ایران. پنجمین همایش اقتصاد کشاورزی، دانشگاه زاهدان.

ضیایی، محمود، امین بیدختی، علی اکبر، قربانی، فاطمه. (۱۳۹۱). ارزیابی ظرفیت جامعه ی محلی برای توسعه ی پایدار گردشگری. فصلنامه ی مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ی ۲۴.

عنابستانی، علی اکبر و مظفری، زهرا. (۱۳۹۷). تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی (مطالعه ی موردی: روستاهای نمونه ی گردشگری دهستان فضل شهرستان نیشابور)، مجله ی برنامه ریزی و توسعه ی گردشگری، سال ششم، شماره ی بیست و سوم، صص ۱۲۳-۱۴۵.

فرمانداری تربت حیدریه. (۱۳۹۷). دفتر اطلاعات روستایی شهرستان تربت حیدریه.

قدیری معصوم، مجتبی، ضیانوشین، محمدمهدی، خراسانی، محمدامین. (۱۳۸۹). پایداری اقتصادی و رابطه ی آن با ویژگی های مکانی- فضایی: مطالعه ی موردی روستاهای دهستان کوهین شهرستان کبودر آهنگ، فصلنامه ی روستا و توسعه، شماره ی ۲.

منابع لاتین

Su, B. (2011). Rural Tourism in China. *Tourism Management*, 32(6):41-1438.

Lordkipanidze, M., Han, B., Mikael, B. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8): 98-787.

Huylenbroeck, G. V., Durand, G. (2003). Multifunctionality Agriculture: A New Paradigm for European Agriculture and Rural Development (Perspectives on Rural Policy and Planning)

Lordkipanidze, M. (2005). Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development, The case of Söderslätt region, Sweden, Published by

International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University.

Hilchey, D. (1993). Leisure Trends create opportunities for farmes, agfocus: A publication of cornell cooperative extension (November): 10, Long, J.S., and J. freese. 2006.

Bowen ,R. L., Lndinda ., Morton, f. (1991). The interface between Tourism and Agriculture. *Journal of Tourism studies* 2: 43-54

Saxena, G., Clark, G ,oliver, T., Ilbery, B. (2007). CONCE PTUALIZING INTEGRATED RURAL TOURISM. *Tourism geographies and international Journal of tourism*



- space ,place and environment. (4).347-370.
- Busby,G. AND Samantha R., (2000). Transition from Tourism on farm to farm Tourism, Tourism management, vol. 21.
- Scocher, k., Paul, T. (1994). Tourism and agriculture in alpine regions the tourism review, 50: 35- 41.
- Martinez, S. (2010). Varied Interests Drive Growing popularity of Local foods, Amber waves. 8(4): 10-170.
- Barbieri, C., Mshenga, M. (2008). The Role of the firm an oener characteristics on the per formance of Agritourmrisn farms. So ciologia Ruralis 48(2): 166- 183.
- Tew, C., Barbieria, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: the provider's perspective. Tourism Management, 33 (1): 215-224.
- Lack, K.J. (1997). Agritourism Development in British Columbia. Master of Natural Resource Management. Master's Thesis submitted to Simon Fraser University, (205):1-139
- McGehee, N.G. (2007). An Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective. Journal of Sustainable Tourism, 15(2): 111-124.
- Nasers, M, S. (2009). Iowa agritourism consumer profile: demographics, preferences, and participation levels. Iowa state university, 1-99.
- Yang, L. (2012). Impacts and Challenges in Agritourism Development in Yunnan, China. Tourism Planning & Development, 9(4): 369-381.
- Srisomyong, N., Meyer, D. (2015). Political economy of agritourism initiatives in Thailand. Journal of Rural Studies, 41: 95-108
- Veeck, G., Deborah, Ch., Ann, Veeck. (2006). America's Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan. The Professional Geographer 58, NO. 3: 235-48.
- Akpinar, N., Talay, I., Ceylan, C., Gunduz, S. (2005). Rural women and agrotourism in the context of sustainable rural development: A case Study from Turkey. Environment, Development and Sustainability, 6(4): 473-486.
- Yang, Li. (2012). Impacts and Challenges in Agritourism Development in Yunnan, China. Tourism Planning & Development, 9(4): 369-81.
- Schaneman, A. (2010). Nebraska's Guid to Agritourism & Ecotourism Deelopment. The Nebraska Department of economic Development, Division of travel and tourism lincoin NE.
- Srisomyong, N., Dorothea, M. (2015). Political economy of agritourism initiatives in Thailand, Journal of Rural Studies , 41:95-108.
- Barbieri, C., Mshenga, P. M., (2008). The role of the firm and owner characteristicson the performance of agritourism farms. Sociologia Ruralis, 48, 166- 183;
- Sathe, Suvarna. (2012). Management approach towards Agro Tourism with special reference to potential challenges development and growth in Western Maharsashtra;
- Nechar, M, C., Guillermo, M, R., Marisol, O. G., Laura, E., Tovar, B. (2015). Endogenous Practices Aculco Agritourism, Mexico, Based on the Valuation of the Cultural Patrimony of Their Plantations (Haciendas), Tourism in Latin America, Chapter 10, pp175-190;
- Flanigan, S., Blackstock, K. and Hunter, C. (2015). Generating public and private benefits through understanding what drives different types of agritourism. Journal of Rural Studies, 41: 129-141.
- Sathe, Suvarna. (2012). Management approach towards Agro Tourism with special reference to potential challenges development and growth in Western Maharsashtra;



- Sznajder, M., Przebórska, L. Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*. CABI.
- Naidoo, P. Sharpley, R. (2016). Local perceptions of the relative contributions of enclave tourism and agritourism to community well-being: The case of Mauritius, *Journal of Destination Marketing & Management*, 5(1): 16-25.
- Fennell, D.A. (1997). The vacation farm sector in Saskatchewan: a profile of operators, *Tourism Management*, 18(6): 357-365.