

Research Paper

Analysis of tourist's attitudes towards community based tourism(Case Study: villages of Tonekabon township)

Zahra Heydari¹, Seyed Ali Badri*², Mohammad Reza Rezvani³, Ali Reza Darban Astaneh⁴

¹ PhD Candidate, Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran
Zahra.heydari@ut.ac.ir

² Associate Professor, Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. sabadri@ut.ac.ir

³ Professor, Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran
rrezvani@ut.ac.ir

⁴ Associate Professor, Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran. astaneali@ut.ac.ir



10.22080/JTPD.2022.20965.3483

Received:

August 3, 2021

Accepted:

April 11, 2022

Available online:

June 18, 2022

Keywords:

Agritourism, Attitude, community based Tourism, Rural areas, Tonekabon township

Abstract

Agritourism is one of the activities that formed in recent decades in response to the decline in the quality of the rural economy and the need to preserve and sustain the environment and agricultural prosperity. But, This activity has a profound impact in rural areas when it is managed by local communities and Resulting advantages play a crucial role in the quality of rural life. In the meantime, the attitudes of tourists and their support for Agritourism activities (local communities are the primary owners of them), are significant, and their presence will play an efficient role in sustainability of these activities. Therefore, Purpose of writing this article is to understand the attitude of tourists toward community based Agritourism in rural areas of Tonekabon township. Study area includes the rural areas of Tonekabon township, which in addition to farms and fields, have a lot of beautiful natural attractions that annually receive a large number of tourists from different parts of the country. The method is descriptive-analytical and based on a field survey. The statistical population consists of tourists in the villages of the study area, using Cochran's formula and 390 people are as a sample population. The collected data using a questionnaire were analyzed by SPSS software. The research findings indicate that the study area has the attractions needed for Agritourism planning. The results of path analysis using the linear regression method show that among the independent

*Corresponding Author: Seyed Ali Badri

Address: Associate Professor, Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran
Email: sabadri@ut.ac.ir



variables, the variable of originality with beta (0.555) had the greatest effect on the dependent variable of tourists' attitudes toward community based Agritourism. The study of indirect routes indicates that the originality with beta (0.555) has the greatest impact, and accommodation and residences (0.511) are in the second place.

Extended abstract

1. Introduction

The concept agritourism is one of the activities that have been formed in recent decades in response to the decline in the quality of the rural economy, the need to preserve and sustain the environment as well as agricultural prosperity. However, this activity in rural areas can have a profound impact when it is managed by local communities and the resulting benefits play an important role in the quality of rural life. Meanwhile, the views of tourists and their support for agritourism activities, which are the main owners of local communities, are very important. Also, their presence will play an effective role in the sustainability of these activities. Accordingly, using the existing resources, capacities, and tourism patterns of the region, the new models of tourism should be sought following the perspective of the local community in the region. Because, the local community is the main owners of villages and without their effective presence a Activity as Agritourism will not take shape. Also, another aspect of tourism activity is tourists, which in order to implement alternative models, it is necessary to study the attitudes of all stakeholders (local community, local managers, tourists).

2. Aims

The purpose of writing this article is to understand the attitudes and tendencies of tourists (as one of the main pillars of tourism) to create and develop community based agritourism in rural areas of Tonekabon township.

3. Research methodology

The method of this research is a survey using mental indicators based on a questionnaire. The required information was collected using two methods: documentary (library) and field. The validity of the questionnaire questions was evaluated and approved based on the views of experts in the field of research. Also, Cronbach's alpha test was used to assess the reliability and validity of the questionnaire questions which indicates the optimal reliability of the questionnaire questions. The statistical population of the study consists of tourists who have visited the rural areas of the target villages in Tonekabon township. The sample size was estimated using Cochran's formula and 390 tourists were calculated as a statistical sample.

The SPSS statistical software has been used In order to process and analyze the data. Moreover, regarding the purpose of initial field research and analysis including collecting, analyzing data, depending on the data type, scale of variables, and

objectives in terms of descriptive statistical methods such as frequency and percentage distribution, mean and standard deviation were used. Also, to understand the relationship between individual characteristics of tourists and attitudes towards the components of attraction, accommodation, change for development, and originality, various correlation coefficients have been used. Cronbach's alpha test also was used to assess the reliability of the questionnaire which confirmed and supported the status of all components studied.

4. Areas of study

The target area is the villages of Tonekabon township which are limited to the Caspian Sea from the north, Ramsar city from the west, Abbasabad city from the east, and its south is covered with plains and villages, forests, then Alborz heights, respectively. The total population of these villages is equal to 81294 people and has 27861 households (population and housing census, 2016). The economic function of the villages is agriculture with an emphasis on rice cultivation, citrus orchards, tea, animal husbandry, fisheries, and flower and plant cultivation. In terms of tourism in recent years, two models of daily tourism and tourism based second homes have been formed in these rural areas. The model based on second homes in these years, in various dimensions, has negative effects, especially in agriculture and land-use change. Accordingly, agritourism to converge with agriculture is considered as a capacity in these areas. In the present study, various villages have been studied in terms of location, kind, type of agricultural cultivation, and the amount of tourism.

5. Research Findings

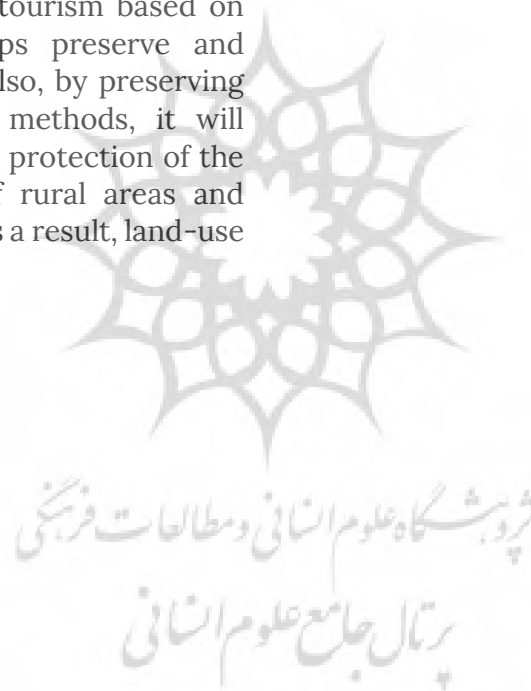
Findings indicate that the study area has the attractions needed for agritourism planning. Also, regarding the theoretical foundations and objectives of the present study to create community based agritourism, the three components of "accommodation, attraction, and originality as an independent variable, and the variable "tourists' satisfaction and desire" as a mediating variable are considered. In the path analysis method using the linear regression method, the effects of all variables on each other were investigated. The results showed that among the independent variables, the originality variable with beta (0.555) had the greatest effect indirect conditions on the dependent variable of tourists' attitudes toward community based agritourism. Also, the study of indirect routes indicates that the originality with beta (0.555) has the most impact, and accommodation and residences with (0.511) are in the second place.

6. Conclusion

In the direction of the success of agritourism, various components are influential in this study, which has been formed with the attitude of tourists. The component of attractions, from the perspective of tourists, will have a great impact on the development of agritourism; because rural areas with natural situations such as coastal villages, plains, mountains are located a short distance from each other. The location of combined agricultural attractions such as citrus orchards, tea, rice fields, kiwi orchards as well as flowers and plants along with forest, sea, and mountain attractions has provided a comparative advantage for this region in recent years. Variety and extent of agricultural activities, local markets selling traditional and agriculture, the



indigenous architecture of houses in some mountain villages, observing the process of planting and holding and harvesting has caused that if planning to make and create these activities, tourists are very willing to participate in such situations. Planning for tourism-related tourism activities in the studied area has been done spontaneously by the natives themselves to some extent that the results indicated the satisfaction of tourists. Another important point is the originality of rural areas and the change to achieve this originality in the region from the perspective of tourists. The results indicated the favorable situation of this component because tourists have acknowledged that agritourism based on local communities helps preserve and develop rural culture. Also, by preserving traditional agricultural methods, it will have some effect on the protection of the natural environment of rural areas and agricultural lands, and as a result, land-use change will occur less.



علمی پژوهشی

تحلیل نگرش گردشگران به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان تنکابن)

زهرا حیدری^۱، سید علی بدری^{۲*}، محمدرضا رضوانی^۳، علیرضا دربان آستانه^۴

^۱ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران. Zahra.heydari@ut.ac.ir

^۲ دانشیار، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. sabadri@ut.ac.ir

^۳ استاد، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. rezvani@ut.ac.ir

^۴ دانشیار، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. astaneali@ut.ac.ir



10.22080/JTPD.2022.20965.3483

چکیده

گردشگری کشاورزی از جمله فعالیت هایی است که در چند دهه اخیر در پاسخ به کاهش سطح کیفی اقتصاد روستاییان و ضرورت حفظ و پایداری محیط زیست و همچنین رونق کشاورزی، شکل گرفته است. اما این فعالیت در نواحی روستایی زمانی می تواند تأثیرگذاری عمیقی داشته باشد که توسط جوامع محلی مدیریت شده و منافع حاصل از آن نقش مهمی در کیفیت زندگی روستایی داشته باشد. البته در این میان دیدگاه گردشگران و حمایت آنها از فعالیت های گردشگری کشاورزی که جوامع محلی صاحبان اصلی آن هستند، بسیار اهمیت داشته و حضور آنها در پایداری این فعالیت ها نقش مؤثری خواهد داشت. بر همین اساس هدف از نگارش این مقاله درک نگرش گردشگران به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی در مناطق روستایی شهرستان تنکابن می باشد. منطقه مورد مطالعه، نواحی روستایی شهرستان تنکابن را شامل می شود که علاوه بر مزارع و باغ های کشاورزی، از جاذبه های طبیعی بسیار زیبایی برخوردار هستند به گونه ای که سالانه پذیرای حجم زیادی از گردشگران از نقاط مختلف کشور می باشند. روش پژوهش توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر پیمایش میدانی است. جامعه آماری متشکل از گردشگران روستاهای منطقه مورد مطالعه است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۳۹۰ نفر به عنوان جامعه نمونه در نظر گرفته شده اند. اطلاعات جمع آوری شده با استفاده از پرسشنامه، به وسیله نرم افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده است. یافته های پژوهش بیانگر آن است که منطقه مورد مطالعه از جاذبه های مورد نیاز برای برنامه ریزی گردشگری کشاورزی برخوردار بوده و نتایج مستخرج از تحلیل مسیر با استفاده از روش رگرسیون خطی، نشان می دهد که از بین متغیرهای مستقل، متغیر اصالت با میزان بتا (۰/۵۵۲) بیشترین تأثیر را در شرایط مستقیم بر متغیر وابسته نگرش گردشگران به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی داشته است. همچنین بررسی مسیر های غیر مستقیم بیانگر آن

تاریخ دریافت:

۱۲ مرداد ۱۴۰۰

تاریخ پذیرش:

۲۲ فروردین ۱۴۰۱

تاریخ انتشار:

۲۸ خرداد ۱۴۰۱

کلیدواژه ها:

گردشگری کشاورزی، نگرش، گردشگری مبتنی بر جامعه محلی، نواحی روستایی، شهرستان تنکابن

* نویسنده مسئول: سید علی بدری

آدرس: دانشیار، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا،

دانشگاه تهران، تهران، ایران.

ایمیل: sabadri@ut.ac.ir

است که اصالت با بتای (۰/۵۵۲) بیشترین تاثیر و اقامت و اقامتگاه‌ها (۰/۵۱۱) در رتبه دوم قرار دارد.

۱ مقدمه

صنعت گردشگری شامل انواع مختلفی از فعالیت‌ها است که خدمات متنوعی برای گردشگران ارائه می‌دهند (Akbaba, 2012: 1)؛ به خصوص خدمات فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی، که توسط جامعه محلی ارائه می‌شود، بر همین اساس فعالیت‌های گردشگری اگر قرار باشد در توسعه جوامع محلی نقش داشته باشند، باید مبتنی بر جوامع محلی شکل گیرند. گردشگری مبتنی بر جوامع محلی (CBT¹) به صورت تعامل میان بازدیدکننده و میزبان تعریف شده که طی فرآیند این تعامل، مشارکت معنی‌داری هم توسط بازدیدکننده و هم توسط میزبان صورت می‌گیرد و منافع اقتصادی و حفاظتی برای جوامع محلی و محیط زیست ایجاد می‌کند (Islam, 2013)؛ در نتیجه گردشگری مبتنی بر جوامع محلی گردشگری پایداری است که توسط جامعه مدیریت و اداره شده و از آنجا که مردم محلی به عنوان تصمیم‌گیرندگان مقاصد گردشگری هستند، سود حاصل از این نوع گردشگری مستقیم به جامعه می‌رسد (Yamashita, 2011: 11).

روشن است که گردشگری در نواحی روستایی بر پایه امکانات روستایی شکل می‌گیرد و فعالیت کشاورزی از مهمترین فعالیت‌های نواحی روستایی است که امروزه در بسیاری از مناطق دنیا در پیوند با بخش گردشگری تعریف شده (Park et al., 2014: 201) و گردشگری نیز به عنوان بخشی از بافت اجتماعی و اقتصادی کنار کشاورزی پذیرفته می‌شود (Fleischer, 2005: 493) و می‌تواند به عنوان فرصتی برای تنوع فعالیت برای افراد درگیر در بخش کشاورزی باشد (Balezantis et al., 2012: 1). از ارتباط این دو فعالیت، نوع خاصی از فعالیت

گردشگری با عنوان گردشگری کشاورزی شکل می‌گیرد که به عنوان بخشی از گردشگری روستایی محسوب می‌شود (اردستانی، ۱۳۸۷: ۱۳۵) و به صورت تفریحی بوده و بر تولید و خدمات در محیط مزارع، تأثیر قابل توجهی دارد (Polucha et al., 2011: 200).

فعالیت گردشگری دو سمت عرضه و تقاضا دارد و در این نوع خاص گردشگری (گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی)، سمت عرضه شامل اجتماع محلی و مدیران محلی؛ و سمت تقاضای آن نیز متشکل از جمعیت گردشگران می‌باشد. در بخش تقاضا برای گردشگری کشاورزی، عواملی مانند حجم و ویژگی‌های گردشگران؛ ادراکات، انگیزه‌ها، ترجیحات، فرآیندهای تصمیم‌گیری و رفتار آنها، تأثیرگذارند، همچنین عواملی مانند مشخصات گردشگران، فرآیند تصمیم‌سازی، رفتار و شیوه سفر، انگیزه گردشگران (از نظر انگیزه‌های داخلی و خارجی) و اولویت‌های گردشگران در مورد محصول / فعالیت‌ها، تسهیلات / امکانات، خدمات، زیرساخت‌های پشتیبانی، ایمنی و امنیتی را نیز شامل می‌شود (Lago, 2017: 2). بر همین اساس دانش علمی در مورد نگرش گردشگران به توسعه گردشگری و رضایت آنها از فعالیت‌ها، امکانات و خدمات گردشگری می‌تواند نقش مهمی در پیش‌بینی پایداری گردشگری داشته باشد. نگرش گردشگران نسبت به مقصد خود، برای مکان‌های گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است زیرا هرچه نگرش آن‌ها نسبت به اماکن گردشگری مثبت‌تر باشد، می‌تواند رضایت بیشتری را به همراه داشته باشد (Phosikham, 2015: 38). گردشگری فعالیت خدماتی محسوب می‌گردد که رضایت گردشگران تأثیر بالایی بر جهت‌گیری منافع آن دارد.

¹ - Community Based Tourism

مطالعه از گذشته تا به امروز، شغل اصلی جامعه محلی کشاورزی است اما در دهه های اخیر توجه کم دولت، بخش ها و نهادهای مربوط به کشاورزی، همچنین وضعیت نابسامان اقتصادی کشور و همزمانی آن با رشد گردشگری انبوه و در پی آن افزایش تقاضا برای گردشگری خانه های دوم، سبب شده که درصد زیادی از جامعه محلی علی رقم میل باطنی و صرفاً در جهت بهبود اقتصاد خانواده، مجبور به فروش اراضی مرغوب کشاورزی به افراد غیر بومی شوند؛ که گواه آن رشد گسترده ویلا سازی در این منطقه می باشد که بر اساس برخی مطالعات انجام شده (رمضان زاده لسبویی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۳۶؛ کریمی رستگار، ۱۳۹۴؛ صالحی و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۹)، این الگو در منطقه، تخریب اراضی کشاورزی را به دنبال داشته است. البته با توجه به موقعیت جغرافیایی، وجود منابع طبیعی مناسب فعالیت های کشاورزی و نوع معیشت روستاییان، منطقه دارای ظرفیت های بسیار زیادی برای برنامه ریزی و توسعه گردشگری کشاورزی می باشد؛ و در همین راستا در سال های اخیر فعالیت هایی با عناوینی مانند خانه های بومگردی اما با کارکرد گردشگری کشاورزی در برخی از روستاهای منطقه مورد مطالعه و مهمتر از همه توسط خود افراد بومی شکل گرفته که ماندگاری، افزایش و ادامه داشتن این روند در این سال ها، بیانگر اثرات مثبت این فعالیت ها از منظر جامعه محلی بوده است. بر همین اساس با استفاده از منابع، ظرفیت ها و الگوهای گردشگری موجود منطقه، باید به دنبال الگوهای جدیدی از گردشگری متناسب با دیدگاه جامعه محلی در منطقه بود، زیرا جامعه محلی صاحبان اصلی روستاها بوده و بدون حضور مؤثر آن ها فعالیتی به عنوان گردشگری کشاورزی شکل نخواهد گرفت. وجه دیگر فعالیت گردشگری را گردشگران تشکیل می دهند که برای پیاده سازی الگوهای جایگزین، مطالعه نگرش تمامی ذینفعان (جامعه محلی، مدیران محلی، گردشگران) الزام می یابد. در همین راستا این پژوهش به دنبال شناخت دیدگاه و نگرش گردشگران به عنوان گروهی

علاوه بر این، هنگامی که مقامات دولتی نسبت به گردشگری اهمیت قائل شده و مسائل گردشگری برای آنها مهم باشد، علاقه بیشتری نسبت به تأمین نیازهای جوامع محلی از خود نشان داده و خدمات بهتری به عموم مردم ارائه می کنند (شوهانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۸). رضایتمندی گردشگر، نقش مهمی در تداوم گردشگری و آینده این صنعت ایفا می کند؛ زیرا گردشگران راضی، تمایل به انتقال تجربه مثبت خود به دیگران و تکرار مسافرت به محل دارند (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴۵). همچنین جلب رضایت گردشگران معمولاً به افزایش نرخ حمایت از ماندگاری، وفاداری و جذب گردشگر کمک کرده و این امر نیز در کسب اهداف اقتصادی مانند افزایش تعداد گردشگران و میزان سود، مؤثر خواهد بود. بنابراین، ارتباط مثبتی بین رضایت گردشگر و کسب موفقیت بلند مدت اقتصادی در مقصد وجود دارد (سعید اردکانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱). البته گردشگران برای انتخاب یک مقصد گردشگری نیاز به انگیزه دارند. دیدگاه ها و انگیزه های گردشگران برای سفر به یک مقصد، به عنوان یک ضرورت بازاریابی و برنامه ریزی توسعه گردشگری و همچنین مبنایی برای طراحی زیرساخت های مرتبط با گردشگری، از اهمیت خاصی برخوردار است چنانچه انگیزه ها و اهداف گردشگران با توجه به خصوصیات جمعیت شناختی و روانی آنان به درستی شناخته شود، می توان بازارهای هدف برای صنعت گردشگری را به گونه ای تعیین کرد که ضمن رعایت ارزش های جامعه میزبان، به طریقی مناسب به تأمین خواسته های گردشگران پرداخته شود (ابراهیم زاده و ولاشجردی فراهانی، ۱۳۹۱: ۱).

طبق مطالعات انجام شده در دنیا (مطیعی لنگرودی و حیدری، ۱۳۹۱: ۱؛ اکبریانی رونیزی و بدری، ۱۳۹۴: ۴۷؛ Parvez & Leco et al., 2013: 255; Kashem, 2018: 117; Xu et al., 2018: 179) گردشگران نگرش ها و دیدگاه های مختلفی نسبت به فعالیت های گردشگری داشته و تعداد زیادی نیز تمایل به سفر به مناطق بکر دارند. در منطقه مورد

زمینه گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و همچنین نگرش گردشگران نسبت به فعالیت های گردشگری روستایی کمتر پرداخته شده است. در زیر به برخی از مطالعات در زمینه گردشگری کشاورزی، گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و نگرش گردشگران به گردشگری پرداخته شده است (جدول ۱).

از ذینفعان، به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی است.

۲ پیشینه پژوهش

در سالهای اخیر مطالعات چه داخلی چه خارجی، در زمینه گردشگری کشاورزی و گردشگری مبتنی بر جامعه محلی رو به افزایش بوده؛ اما به مطالعات در

جدول ۱ مطالعات داخلی و خارجی در زمینه گردشگری کشاورزی، گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و نگرش گردشگران به گردشگری

ردیف	پژوهشگر و سال	عنوان	یافته ها و نتایج
۱	مرادی و همکاران (۱۳۹۹)	گونه شناسی تقاضای محصول و خدمت در گردشگری کشاورزی از سوی گردشگران (منطقه مورد مطالعه روستاهای شهرستان محلات)	هدف: بررسی گونه شناسی تقاضای گردشگری کشاورزی و نتایج نشان می دهد که گونه های تقاضای گردشگری کشاورزی در وضعیت مناسبی قرار دارد و بیشترین تقاضای محصول گردشگری مربوط به استراحت (فرار از سر و صدای شهر)، آب و هوای مطلوب، رضایتمندی از خدمات، چشم اندازهای کشاورزی و پیاده روی در مزارع است. همچنین بسته به هر روستا باید محصولات و خدمات با هدف رضایتمندی گردشگران دسته بندی شوند.
۲	اصغر نوری، عفت فتحی (۱۳۹۷)	ارزیابی توانمندی های توسعه گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان و گردشگران) در شهرستان لنجان	براساس نتایج پژوهش، بخش کشاورزی شهرستان لنجان قابلیت های لازم برای توسعه گردشگری کشاورزی را دارد و نگرش و میزان پذیرش کشاورزان و گردشگران منطقه در اکثر گویه های مربوط به جشنواره ها، فعالیت های زراعی و باغی مثبت است. با این وجود میزان پذیرش کشاورزان در رابطه با آموزش و فعالیت های دام و طیور به گردشگران، کم بوده است.
۳	Ming-Lang et al. Tseng (2019)	گردشگری کشاورزی پایدار در تایلند: مدل سازی عملکرد تجاری و پایداری محیطی در شرایط نامطمئن	این مطالعه با هدف شناسایی ویژگی های علی گردشگری کشاورزی پایدار در تایلند انجام شده است. نتایج نشان می دهد که عملکرد تجاری پایدار و شرایط اقتصادی روستایی محرکهای اصلی حفظ و پایداری محیط زیست هستند.
۴	Filippo Sgroi et al. (2018)	گردشگری کشاورزی و توسعه محلی: روشی برای ارزیابی نقش کمک های عمومی در ایجاد سود رقابتی	نتایج بیان می دارند که تغییراتی در عرضه گردشگری کشاورزی در حال انجام است که به طور فزاینده ای بر ارتقاء، توسعه و تقویت ارزش محیط روستایی و طبیعی متمرکز است.
۵	Kyungrok Doh et al. (2017)	پیشینه و پیامدهای رفتار مدیریتی در گردشگری کشاورزی	این مطالعه به بررسی میزان کارایی کسب و کار گردشگری کشاورزی در مقیاس کوچک پرداخته است. نتایج این تحقیق اثرات ناهمگونی شرایط محیطی و درونی

ردیف	پژوهشگر و سال	عنوان	یافته ها و نتایج
۶	Perunjodi Naidoo, Richard Sharpley (2016)	ادراکات محلی نسبت به مشارکت نسبی گردشگری محدوده تعلیق و گردشگری کشاورزی برای رفاه جامعه محلی: مورد موریتیس	را نشان می دهد که نقش مثبت و منفی بر رفتار مدیریتی دارند. و رفتارهای مختلف مدیریتی بر انواع فعالیت های تجاری تأثیرات متنوعی داشته است.
۷	Marina Novelli Klatte Nia Claudia Dolezal (2016)	استانداردهای انجمن کشورهای جنوب شرقی آسیا برای گردشگری مبتنی بر جوامع محلی	نتایج نشان می دهد که هر دو نوع توسعه گردشگری هم بطور مثبت و هم بطور منفی به رفاه جامعه محلی کمک می کنند، اگرچه گردشگری محدوده تعلیق، نتایج مثبت کمتری داشته است.
۸	E. Afua Afenyo F. Eric Amuquandoh (2016)	چه کسی از توسعه اکوتوریسم مبتنی بر جوامع محلی منتفع می شود؟ (مطالعه موردی تفی اتم ^۱)، (غنا)	در این پژوهش به بررسی استانداردهای اجرایی گردشگری مبتنی بر جوامع محلی که توسط انجمن کشورهای جنوب شرقی آسیا تدوین و ارائه گردیده اند پرداخته شده است. این معیارها به عنوان روشی برای ایجاد و ارتقای گردشگری پایدار در مناطقی که گردشگری مبتنی بر جوامع محلی اجرایی می گردد، پذیرفته شده اند. بیان داشتند که منافع گردشگری نقش مهمی در اطمینان از حمایت پایدار جوامع محلی از پروژه های اکوتوریسم ایفا می کند و بررسی میدانی آنها طی مدت زمانی نوامبر و دسامبر ۲۰۱۰ نشان داده که ذی نفعان پروژه گردشگری حفاظت از گونه های حیوانی، جامعه محلی و افراد بومی بوده اند.
۹	Naomi Moswete Thapa Brijesh (2015)	عوامل حفاظتی مؤثر بر اکوتوریسم مبتنی بر جوامع محلی در جوامع روستای مجاور پارک فرامرزی گالاگادی، بوتسوانا ^۲	با اشاره به اینکه گردشگری مبتنی بر جوامع محلی به یک عامل معیشتی مهم برای جوامع روستایی در بوتسوانا تبدیل شده، به رابطه مثبت و معناداری بین چهار عامل زیست محیطی، فرهنگی - اجتماعی، دانش اکوتوریسم و اقتصاد، بر حمایت مردم محلی از گردشگری مبتنی بر جوامع محلی دست یافتند.
۱۰	Margherita Ciervo (2013)	گردشگری کشاورزی در ایتالیا و تأثیر محلی که به دره اتریا اشاره دارد. شرکت ارگانیک "RAGGIO VERDE" و پروژه گردشگری کشاورزی اکولوژیکی آن	این مطالعه بیان می کند که گردشگری کشاورزی تجاری بدون در نظر گرفتن سنت های روستایی و میراث فرهنگی و تنها به عنوان یک عامل جذاب براب رقابت در بازار، به تدریج روح محل را خراب یا از بین ببرد. و همچنین بیان می دارد که ارزیابی تأثیرات محلی گردشگری کشاورزی، ارزیابی روابط آن با محیط و جامعه، میزان وابستگی آن از منابع خارجی و وزن اکوسیستم آن، با توجه به انرژی، آب و منبع و کمیت مادی از اهمیت بسیاری برخوردار است.

¹ Tafi Atome

² Kgalagadi Transfrontier Park, Botswana,



ردیف	پژوهشگر و سال	عنوان	یافته ها و نتایج
۱۱	Charles A. Adongo et al. (2018)	ارزشها و نگرش گردشگران نسبت به توسعه پایدار در گردشگری	تجزیه و تحلیل داده ها نشان می دهد که نگرش گردشگران نسبت به: حفاظت از منابع طبیعی و توسعه جامعه محلی، به عنوان جنبه های ضمنی توسعه پایدار گردشگری، قابل توجه بوده و همچنین بر طبق نتایج بدست آمده، تفاوت های زیادی در موضوعاتی مانند جنسیت، مذهب، بازدید قبلی از ذخایر طبیعی و عضویت در انجمن محیط زیستی وجود دارد.

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

روستایی بسیار محدود است. بنابراین، منابع جایگزین درآمد، مانند تنوع در گردشگری، ممکن است به مردم روستایی کمک کنند که در مورد حفظ زندگی خود احساس امنیت بیشتری داشته باشند (Srisomyong, 2010: 58). در این میان تلفیق کشاورزی و گردشگری در نواحی روستایی و پردازش گردشگری کشاورزی (اگریتوریسم) به عنوان رهیافتی برای کنش هایی درباره نقدینه سازی و ایجاد درآمد مازاد برای کشاورزان مطرح است از این رو بررسی گردشگری کشاورزی، به عنوان یک رهیافت مؤثر در پیشبرد اهداف توسعه روستایی اهمیتی دو چندان دارد (رضایی آدریانی و نسترن، ۱۳۹۸: ۱۵۸).

شکل زیر یک نمای کلی از مفهوم گردشگری کشاورزی را نشان می دهد و بیانگر آن است که در محیط های طبیعی و اراضی کشاورزی، تولید محصولات و خدمات کشاورزی به همراه فراهم کردن محصولات، خدمات و زیرساخت های گردشگری، و در نهایت، آماده سازی کالاهای مزرعه به صورت مجموعه یا بسته های مختلف گردشگری و ارائه آنها به بازدید کنندگان و گردشگران، ساختار کلی گردشگری کشاورزی را شکل می دهد (شکل ۱).

بررسی پیشینه های مرتبط با موضوع پژوهش نشان می دهد که مطالعات در ارتباط با دیدگاه های ذهنی جامعه محلی مورد واکاوی قرار گرفته است اما مطالعه حاضر تلاش می کند که دیدگاه گردشگران به عنوان یکی از بازیگران اصلی در ایجاد و برنامه ریزی توسعه گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی را مورد بررسی قرار دهد همچنین وجه تمایز این مطالعه با مطالعات دیگر این است که مؤلفه های اصالت و اقامت و نیز میزان رضایتمندی و تمایل به حضور در فضاهای گردشگری کشاورزی توسط گردشگران مورد مطالعه قرار گرفته است.

۳ مبانی نظری پژوهش

بسیاری از مطالعات دنیا، روستا و کشاورزی را به عنوان مترادف یکدیگر می دانند. بنابراین، بخش کشاورزی اغلب تمرکز اصلی تلاش برای ایجاد توسعه روستایی را فراهم می کند. مسلماً فعالیت کشاورزی هنوز جزء مشاغل اصلی برای اکثریت جمعیت در بیشتر کشورهای جهان محسوب می شود؛ با این حال، به روشنی قابل درک است که پتانسیل کشاورزی به تنهایی برای ایجاد زمینه کاهش فقر، جذب رشد جمعیت و بهبود استانداردهای زندگی



شکل ۱ مفهوم گردشگری کشاورزی

Source: Hatley, 2009: 22

گردشگری دارد: بازخورد منفی از سوی افراد محلی منجر به رفتار خصمانه نسبت به گردشگران می گردد؛ بنابراین محیط های گردشگری باید هم جهت با فضای اجتماعی باشند که ساکنان آن از گردشگری سود می برند و نه اینکه قربانی گردشگری شوند؛ (۲) تصور گردشگری مبتنی بر دارایی های اجتماع محلی است که نه فقط شامل افراد محلی می شود، بلکه محیط زیست طبیعی، زیر ساخت ها، تسهیلات و رویدادهای خاص یا جشنواره ها را نیز در بر می گیرد و لذا همکاری جامعه میزبان برای دستیابی و توسعه مناسب این دارایی لازم و ضروری می باشد؛ (۳) کارکردهای مختلف مشارکت عمومی، عامل محرک جهت حفظ محیط زیست جامعه محلی و نیز فرهنگ آن به عنوان محصولات گردشگری است، همچنین همزمان باعث تشویق درآمد فزاینده تر ناشی از گردشگری می باشد؛ (۴) از آنجا که صنعت گردشگری نسبت به عوامل بیرونی و داخلی حساس است، لذا طرح های توسعه گردشگری یا به هیچ وجه کامل به اجرا در نمی آیند و یا فقط به صورت جزئی به اجرا در می آیند (صالحی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۷).

طبق مطالعه سانترامو و باربیری (۲۰۱۷)، مزایای گردشگری کشاورزی شامل: افزایش حیات اقتصادی، مزارع خانوادگی، حفظ منابع طبیعی و فرهنگی در مناطق روستایی، تسریع فرآیندهای اداری مزرعه ای، ایجاد زیبایی در محیط اطراف، رشد اقتصادی، احیای جوامع روستایی و غیره می باشد (Santeramo & Barbieri, 2017: 2)؛ بنابراین گردشگری کشاورزی مستقیماً با جامعه محلی در ارتباط بوده و به لحاظ اقتصادی و اجتماعی از آن بهره می برد (Budiasa & Ambarawati, 2014: 32) و در مقابل می تواند تحت مدیریت و مالکیت جوامع محلی، بازگشت گسترده منافع به جامعه را به همراه داشته باشد (Goodwin & Santilli, 2009: 12). جوامع محلی مهمترین اصل در ایجاد ثبات و پایداری گردشگری می باشند و این جوامع هستند که از وجود گردشگری منتفع یا متضرر می شوند، بر همین اساس لزوم توجه و برنامه ریزی با دخیل کردن خواسته ها و مشارکت آنها احساس می شود (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲). اکازاکی (۲۰۰۸) معتقد است که رویکرد اجتماع - محور با وجود موانع اجرایی، هنوز هم به دلایل زیر مناسب ترین روش محسوب می شود: (۱) مسائل محلی تأثیر مستقیمی بر روی تجربه

وفاداری به مقصد ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند (امان پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۴).

رضایت را می توان نتیجه ارزیابی مصرف کننده از یک سرویس یا محصول، بر اساس مقایسه ادراک وی از آن با انتظارات قبلی خود تعریف کرد. موفقیت، رقابت پذیری و توسعه پایدار یک مقصد، بستگی زیادی به میزان رضایتمندی گردشگرانی دارد که از آن بازدید می کنند (Soldić Frleta, 2018: 258). سطح رضایتمندی گردشگر در یک سفر، نتیجه عوامل متعددی است که به طور کلی در فرآیند مقایسه بین دیدگاه گردشگر نسبت به محصولات و خدمات دریافتی و انتظارات قبل و حین مسافرت او مورد ارزیابی قرار میگیرد (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۴). رضایتمندی از محیط و خدمات گردشگری می تواند محصول زنجیره ای از اقدامات منطقی، هماهنگ و برنامه محور باشد. از این رو تأمین آن در گرو جریان داشتن این اندیشه در کلیه سلسله مراتب طرح ها و برنامه ریزی ها است. اعتقاد بر این است که رضایت گردشگران باعث می شود تا این حس رضایت تمایل آنان به بازگشت و تداوم مسافرت به منطقه مقصد گردشگری، از یک سو و تشویق و ترغیب دوستان و آشنایان به دیدار از مقصد گردشگری مؤثر واقع شود و به این ترتیب موجبات تداوم پایداری گردشگری و رونق اقتصادی در منطقه مورد نظر را فراهم سازد (نصیری هنده خاله و گنجی، ۱۳۹۷: ۱۲۳). میزان رضایت بالا منجر به نگرش مثبت نسبت به محصول، خدمات یا تجربه خرید می شود و می تواند بر رفتار آینده تأثیر مثبت بگذارد (Soldić Frleta, 2018: 258).

برای جلب گردشگران از کشورها و مناطق مختلف و با انگیزه های متفاوت، وجود منابع و جاذبه هایی در مقصد ضروری است. به صرف سرمایه گذاری در صنعت گردشگری و فراهم آوردن انواع تسهیلات حمل و نقل و اسکان و سایر خدمات، بدون وجود جاذبه های مناسب، نمی توان به توسعه این صنعت امیدوار بود به همین دلیل جاذبه ها و

با توجه به هدف اصلی پژوهش، نگرش گردشگران در میزان موفقیت گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی تعیین کننده است، در همین راستا درک اثر بخشی میزان آگاهی و نگرش و رضایتمندی گردشگران از جاذبه های مقصد، کمیت و کیفیت اقامتگاه ها و اصالت و هویت مکان، بر موفقیت گردشگری کشاورزی مبتنی بر جوامع محلی التزام می یابد.

گردشگری کشاورزی نیز مانند هر بخش دیگری به دو بخش طرف تقاضا و طرف عرضه تقسیم می شود؛ با اینکه طرف عرضه و تأمین خدمات بسیار اهمیت دارد؛ اما متخصصین این بخش از گردشگری، در این زمینه با یکدیگر اتفاق نظر دارند که؛ این طرف تقاضاست که جهت گیری توسعه فعالیت گردشگری کشاورزی را شکل می دهد. گردشگری کشاورزی برای طیف وسیعی از مصرف کنندگان جذاب است و به علت نیاز به دوری از فشار و شلوغی زندگی شهری، گردشگران ارزش بالایی برای آرامش حومه شهر و روستاهای کوچک، و همچنین تماس مستقیم با محیط طبیعی قائل هستند (مرادی و همکاران، ۱۳۹۹: ۸۴). از این رو، گردشگری کشاورزی به طور فزاینده ای روشی پیشنهادی برای تنوع اقتصادی و حفاظت از چشم انداز در مناطق کشاورزی است که متحمل تغییرات ساختاری می شوند؛ و همچنین راهکاری است برای رضایتمندی افراد و بازدیدکنندگان بیشتری که به منظور لذت بردن، به مناطق حومه شهر سفر می کنند (Murphy, 2017: 6). در همین راستا گلدنر و ریچی معتقدند که؛ گردشگری را می توان فرآیندها، فعالیت ها و برون دادهای حاصل از روابط و تعاملات بین گردشگران، عرضه کنندگان، جوامع محلی، حکومت ها و محیط های اطراف آن تعریف کرد که در جذب و میزبانی از بازدیدکنندگان تأثیر گذارند (گلدنر و ریچی، ۱۳۹۲). ارائه خدمات باکیفیت بالا و تضمین رضایت مشتری به عنوان یکی از مهمترین عوامل موفقیت صنایع گردشگری شناخته شده است. خدمات باکیفیت و رضایت گردشگران و

صنعت هتلداری را به وجود آورده است شامل تشکیلات و تسهیلاتی است که یکی از بخش‌های پویایی صنعت گردشگری را تشکیل می‌دهد چراکه مسافر در هر کجا به محلی برای استراحت و خواب نیاز دارد البته میزان امکانات فراهم شده بازتابی از نیازها و سلیقه های مسافران و امکانات و ابتکار عمل سرمایه‌گذاران است (یاوری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۰۵). از لحاظ فیزیکی اقامتگاه‌ها را می‌توان با توجه به نوع مخاطب، قیمت، سطح کیفیت و مالکیت تعریف کرد (اینسکیپ، ۱۳۹۱: ۱۲۵).

برای موفقیت در گردشگری تعداد اقامتگاه‌های موجود باید با سطح تقاضای گردشگرانی که به مقصد می‌آیند همخوانی داشته باشد پس از دسترسی به یک مقصد گردشگری توسعه اقامتگاه‌ها قبل از هر نوع توسعه دیگر در اولویت قرار دارد (گلدنر و ریچی، ۱۳۹۲: ۳۰۳).

بخش اقامتگاهی شاید یکی از مهمترین بخش‌های سرمایه بر صنعت گردشگری با توجه به ارزش املاک و مستغلات محل اقامت باشد. فرض اساسی در ارائه مکان‌های اقامتگاهی، جدا از عامل سودآوری، باید ارائه یک محیط مناسب باشد که در آن بازدیدکننده احساس راحتی کند. این امر شامل سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی در زیرساخت‌های اقامتی می‌باشد. محصول اقامتگاهی با توجه به اظهارات میدلیک و اینگرام (۲۰۰۲)، شامل موارد زیر است:

– محل استقرار (به عنوان مثال محل قرارگیری آن در یک شهر و یا یک منطقه روستایی است و گردشگران و مشتریان دسترسی نسبی به آن دارند)

– امکانات آن (اتاق خواب‌ها، کافه‌ها، رستوران‌ها، اتاق‌های ملاقات و ورزش و امکانات تفریحی)

منابع گردشگری را از جمله ارکان اصلی این صنعت می‌دانند (کاظمی، ۱۳۸۵: ۸۴). جاذبه به معنای چیز خاصی است که گردشگران را به بازدید از مکان بخصوصی جذب می‌کند (Sznajder et al., 2009: 133). امروزه توسعه جاذبه‌ها، یکی از حوزه‌های فعالیتی مهیج و مقبول مقاصد گردشگری است. جاذبه‌های گردشگری را می‌توان با شیوه‌های مختلفی طبقه بندی کرد که تمامی این طبقه بندی‌ها از منطبق و استدلال عقلایی برخوردار هستند. برای مثال، برای درک جاذبه‌های گردشگری، ماسکانل (۱۹۷۶)، سه عنصر را که در برگیرنده جاذبه‌های گردشگری است مشخص کرده است:

گردشگر - مصرف کننده با نیازهای خاص و جستجوگر تجربه‌های نو؛

منظره - جاذبه‌هایی برای بازدیدکنندگان؛

بازار - شکل‌هایی از اطلاعات مربوط به جاذبه که تحریک کننده انگیزش‌های گردشگران برای بازدید است.

این تحلیل از این نظر قابل توجه است که می‌تواند به سادگی بر روی بینش، مکان، یا کانون تمرکز کند (پیچ و کنل، ۱۳۹۴: ۳۲۶).

همچنین گان (۱۹۸۸) جاذبه‌ها را به دو گروه جاذبه‌هایی با اقامت کوتاه مدت و جاذبه‌هایی با اقامت بلندمدت تقسیم بندی کرد که اساس آن نیز تورهایی با بازدیدهای نقطه به نقطه از جاذبه‌ها و بازدیدهایی با اقامت طولانی تر بوده است (اینسکیپ، ۱۳۹۱: ۹۳).

صنعت گردشگری نظام منسجمی است که عناصر آن لازم و ملزوم یکدیگرند؛ بدین مفهوم که اگرچه اسکان در اقامتگاه‌ها هدف اصلی گردشگری است؛ اما بدیهی است با فقدان امکانات اقامتی، رغبتی برای دیدار از یک جاذبه ایجاد نمی‌شود. لذا تقاضا برای استفاده از امکانات اقامتی یک تقاضای مشتق شده است. فراهم کردن امکانات اقامتی که

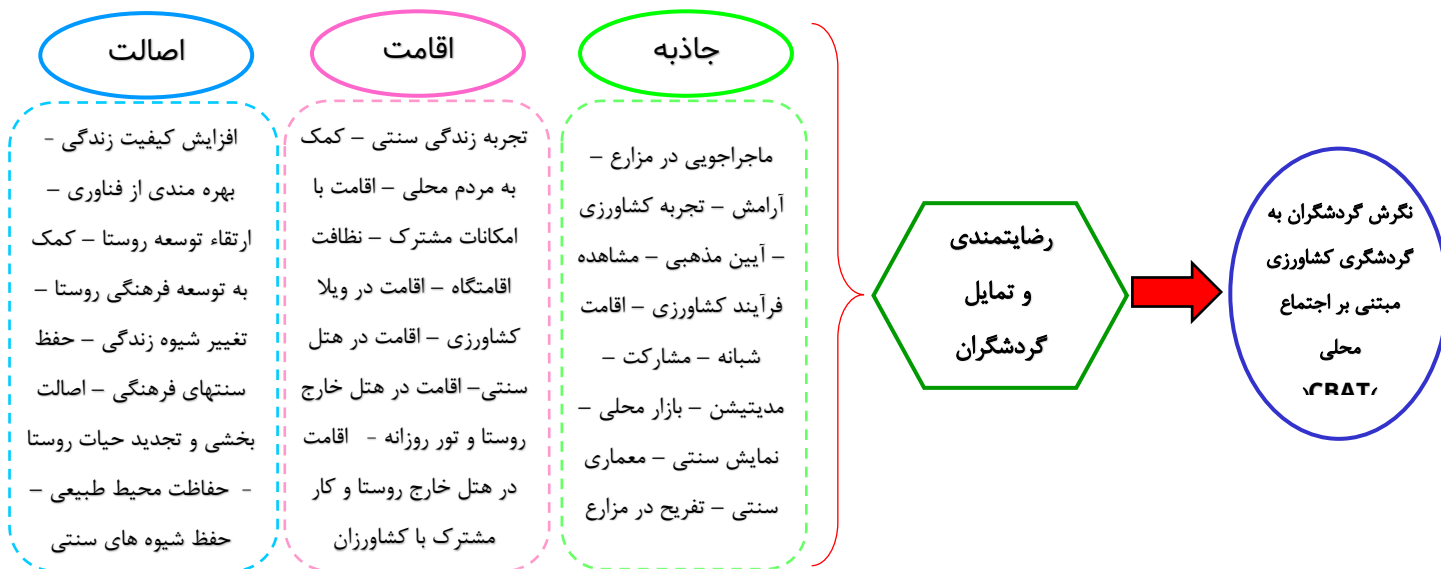
¹ - Gunn

۱۳۹۸: ۲۶). معماری در تعاملی معنادار با فرهنگ و ارزش های فرهنگی یک جامعه است و به عنوان یک پدیده اجتماعی از فرهنگ نشأت می گیرد و بر آن تأثیر می گذارد و آینه ای از اندیشه های انسان در رابطه با فضا، زیبایی شناسی و فرهنگ است (ترکمن و سلطان زاده، ۱۳۹۹: ۶۲). فرهنگ مفهومی پیچیده است، مبتنی بر یک محیط جغرافیایی، مبنی بر تبدیل جهان مادی به جهان نمادها که بسته به افراد یا جوامع مربوطه، ارزش ها و معیارهای مختلفی را بدست می آورد (Paniagua, 2014: 50)؛ و عاملی است که در تعیین رفتارها، نگرش ها و روش های زندگی مردم نقش اساسی ایفا می کند. در جوامع روستایی مقصود از اثرات فرهنگی، تغییراتی است که در هنر، آداب و رسوم، معماری مسکن و رفتار جامعه میزبان رخ می دهد، تغییراتی بلند مدت که به پیامدهای مثبت و منفی بسیاری در این جوامع می انجامد (دهقانی و عادل ساردوئی، ۱۳۹۷: ۷۲). بنابراین، هویت هر روستا به آن روستا ویژگی می بخشد و باعث تمایز آن از سایر روستاها می گردد. روستایی که فاقد هویت باشد، از خصیصه های روستا بودن فاصله دارد و ساکنان آن به منزله میهمانانی تلقی می شوند که احساس خاصی نسبت به آن نداشته و تمایلی به حل مسائل آن نشان نمی دهند (دارایی و عبدالله زاده فرد، ۱۳۹۵: ۹۹).

با توجه به چهارچوب مفهومی پژوهش، هر چقدر میزان دانش گردشگران در مورد جاذبه های مقصد، نوع اقامتگاه ها در فضاهای گردشگری کشاورزی و همچنین اصالت و هویت مقصد گردشگری کشاورزی، بیشتر باشد، می تواند بر سطح رضایتمندی و تمایلات گردشگران برای ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی اثرگذار باشد؛ در پی آن، تغییر نگرش جامعه گردشگران نسبت به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی، می تواند بر رشد و توسعه این نوع گردشگری در آینده تأثیرات زیادی داشته باشد (شکل ۲).

- خدمات (در سطحی که سرویس دهنده بر اساس درجه بندی و امکانات ارائه می دهد و به تقاضای بازار بستگی دارد)
- تصور مشتریان از اقامتگاه (اینکه چگونه توسط مشتریان به تصویر کشیده می شود و روش ارائه آن به بازار)
- قیمت که تابعی از مکان، امکانات و تجهیزات، خدمات و همچنین تصویری که مشتریان از آن اقامتگاه در ذهن دارند (پیچ و کنل، ۱۳۹۴: ۳۶۶).

اما باید در نظر داشت که قبل از هر فعالیتی، حفظ اصالت و هویت روستا لازمه حیات روستا است. اصالت بخشی سبب ایجاد منافع مثبت برای اجتماع محلی می شود، از جمله حفظ و نگهداری میراث تاریخی و فرهنگی، پیشرفت جامعه محلی و غیره (جورج و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۷۹). معیشت روستایی، معماری روستایی، فرهنگ روستایی و... هویت و اصالت یک روستا را شکل می دهند. شکل گیری و بازآفرینی هویت روستایی یک روند مداوم است که توسط ساختار اجتماعی، چشم انداز، معیشت و استانداردهای زندگی در مناطق روستایی شکل می گیرد (Xue et al., 2017: 171). معیشت شامل همه کارهایی است که افراد انجام می دهند تا گذران زندگی کنند (حیدری ساربان و خاجوی، ۱۳۹۸: ۱۴۱). یک معیشت زمانی پایدار است که توانایی مقابله با فشارها و تنش ها را داشته باشد و علاوه بر آن بتواند خود را بازیابی کند و بدون صدمه زدن به منابع طبیعی، توانایی حفظ و افزایش قابلیت ها و سرمایه های خود را در زمان حال و آینده داشته باشد (دربان آستانه و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۲۸). معماری، حاصل تفکر و روح بشر است. انسان روستایی، معماری را با آگاهی نسبت به محیط طبیعی، اجتماعی، فرهنگی طراحی می کند و می سازد. هماهنگی در اجزا و با طبیعت و محیط پیرامون، و همچنین سادگی از رمزهای معماری روستایی، به شمار می آید (داراب کلایی و رجبی فر،



شکل ۲ مدل مفهومی پژوهش

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

۴ روش پژوهش

سوالات پرسشنامه است (جدول ۱). جامعه آماری تحقیق متشکل از گردشگرانی است که از نواحی روستایی روستاهای مورد هدف پژوهش در شهرستان تنکابن دیدن کرده اند. برای برآورد حجم نمونه با توجه به اینکه تعداد جامعه آماری نامشخص بود، از فرمول کوکرانی استفاده شده است که بدون نیاز به جامعه آماری حجم نمونه را برآورد می کند که تعداد ۳۸۴ نفر گردشگر به عنوان نمونه آماری محاسبه شده است که برای اطمینان ۴۰۰ پرسشنامه در اختیار گردشگران قرار گرفت و در نهایت بعد از بررسی اولیه پرسشنامه های جمع آوری شده، ۳۹۰ پرسشنامه مورد پردازش قرار گرفته است. متغیر وابسته پژوهش حاضر، گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و متغیر مستقل پژوهش، نگرش گردشگران نسبت به مؤلفه های جاذبه، اقامت، تغییر برای توسعه و اصالت و نیز آگاهی و نگرش جامعه محلی، به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده است. به منظور پردازش و تحلیل داده ها از نرم افزار آماری SPSS استفاده شده است و نیز بر اساس هدف تحقیق و بررسی

روش این تحقیق از نوع پیمایشی با استفاده از شاخص های ذهنی مبتنی بر پرسشنامه است. اطلاعات مورد نیاز با استفاده از دو روش اسنادی (کتابخانه ای) و میدانی جمع آوری شده است. در روش کتابخانه ای پایگاه های الزویر، تیلور و فرانسیس، مگیان و ایران داک مورد توجه قرار گرفته و همچنین تلاش شده است که کتاب های چاپ شده مرتبط با موضوع مورد واکاوی قرار گیرد. در روش میدانی ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه بوده که برای طراحی پرسشنامه بعد از مبانی نظری و استخراج مدل مفهومی پژوهش، شاخص های مرتبط با مدل از طریق منابع معتبر استخراج و بعد از بهره گیری از دیدگاه اندیشمندان، اساتید راهنما و مشاور در قالب پرسشنامه در اختیار جامعه نمونه قرار گرفت. روایی سوالات پرسشنامه بر اساس دیدگاه متخصصان مربوط به قلمرو موضوعی تحقیق، ارزیابی و مورد تایید قرار گرفته و نیز برای سنجش پایایی و اعتبار سوالات پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده که بیانگر پایایی مطلوب

توسعه و اصالت، انواع ضرایب همبستگی مورد استفاده قرار گرفته است و نیز برای سنجش پایایی پرسشنامه، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است که وضعیت تمامی مؤلفه های مورد مطالعه مورد تایید قرار گرفته است (جدول ۲).

میدانی اولیه، به منظور جمع‌آوری، تحلیل و استنتاج داده‌ها، بسته به نوع داده، مقیاس متغیرها و اهداف مورد نظر، از روش آماری توصیفی نظیر توزیع فراوانی و درصد، میانگین، انحراف معیار و برای درک رابطه بین ویژگی های فردی گردشگران و نگرش نسبت به مؤلفه های جاذبه، اقامت، تغییر برای

جدول ۲ متغیرهای مورد استفاده در فرآیند پژوهش

مؤلفه ها	متغیر ها	کرونباخ
جاذبه	فعالیت‌های ماجراجویانه ملایم در مزارع و باغها / فعالیت‌های آرامش بخش در مزارع و باغها / قدم زدن در محیط طبیعی و محیط روستایی (مزرعه برنج و زمین کشاورزی) / تجربه زندگی کشاورزی روستایی / تماشای آیین های دینی و مذهبی / مشاهده فرآیند کاشت، داشت و برداشت و فرآوری محصولات / دیدن فعالیت‌های اقتصادی سنتی (انواع تولیدات و فرآیند ارسال محصول به بازار) / اقامت شبانه در مزارع کشاورزی / مشارکت در برخی فعالیت‌های اقتصادی سنتی (تولید و برداشت محصولات کشاورزی) / انجام فعالیت‌های ذهنی و تفکر عمیق / یادگیری فعالیت‌های مختلف (روش های آشپزی سنتی با تولیدات کشاورزی بومی، نواختن موسیقی سنتی) / هنر سنتی (ساخت صنایع دستی مرتبط با تولیدات کشاورزی و دامی منطقه) / بازارهای محلی و هفتگی (بازار سنتی محصولات کشاورزی، بازار هنر، صنایع دستی کشاورزی) / اجرای نمایش‌های سنتی (کنسرت موسیقی، رقص محلی) / معماری سنتی، معابد و زیارتگاهها و مجموعه خانه های سنتی / گشت و گذار در مکانهای تفریحی اطراف مزارع و باغات کشاورزی نزدیک روستا	۰/۹۳
اقامت	اقامت در خانه های محلی برای تجربه مستقیم شیوه سنتی زندگی / کمک به مردم محلی و کشاورزان با اقامت در خانه های محلی / اقامت در مزارع و باغات کشاورزی روستا با امکانات مشترک (مثل سرویس بهداشتی، حمام و آشپزخانه) / رعایت نظافت اتاق ها تا حد استاندارد / تعویض ملافه تخت ها حداقل هر سه روز یکبار / ارائه خدمات اتاق ها به صورت روزانه / اقامت در ویلا واقع در فضاهای کشاورزی / اقامت در هتل هایی سنتی در فضاهای کشاورزی / اقامت در هتل خارج از روستا و ارائه تور روزانه همراه با فعالیت های کشاورزی به گردشگران / اقامت در هتل خارج از روستا و انجام کار و زندگی مشترک با کشاورزان توسط گردشگران	۰/۸۸
آگاهی و نگرش جامعه محلی	آموزش کشاورزان برای چگونگی ارائه خدمات / حضور گردشگران بیشتر از کشورهای توسعه یافته برای تجربه زندگی اصیل روستایی / احترام گردشگران به نحوه زندگی کشاورزان / رابطه میزبان - مهمان تحت تأثیر دوستی و محبت / پرداخت قیمت مناسب در ازای ارائه محصولات کشاورزی و خدمات مصرفی به روستاییان / آگاهی از استانداردهای بهداشتی و ایمنی ، برای محصولات کشاورزی و خدمات مصرفی / استقبال کشاورزان از گردشگران و مشارکت آنان / ضرورت حمایت دولت محلی از توسعه CBT در روستا (فراهم کردن امکانات استاندارد و توسعه مهارت های روستائیان برای اجرای CBT)	۰/۹۳
تغییر برای توسعه و اصالت	دستیابی به سطح زندگی بهتر کشاورزان از طریق گردشگری مبتنی بر CBT / امکان بهره مندی کشاورزان از فناوری ها برای کمک به کارآمدتر شدن از طریق CBT / ارتقاء توسعه روستا به کمک CBT / توسعه فرهنگی روستا به کمک گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه / تغییر در شیوه زندگی روستاییان به کمک گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT / حفظ سنتهای فرهنگی روستا در گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT (مانند معماری و مراسم سنتی) / اصالت بخشی و تجدید حیات روستا به کمک گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT / کمک به روستاییان برای حفاظت از محیط طبیعی پیرامون روستا توسط گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT / حفظ شیوه های تولید کشاورزی سنتی به کمک گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT / حفظ هویت بومی - محلی به کمک گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT	۰/۹۵

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۰

۵ منطقه مورد مطالعه

ابعاد مختلف موجب اثراتی منفی به خصوص در بخش کشاورزی و تغییر کاربری اراضی شده است. بر همین اساس، گردشگری کشاورزی در راستای همگرایی با کشاورزی به عنوان یک ظرفیت در این مناطق وجود دارد. در مطالعه حاضر روستاهای متنوعی به لحاظ استقرار، تیپ، نوع کشت کشاورزی و میزان برخورداری از گردشگری مورد مطالعه قرار گرفته است. روستاهایی مانند پلطان با استقرار خطی در مسیر رودخانه تا پای جنگل کشیده شده است و با الگوی تخصصی دو کشت مرکبات و چای است و یا روستای برسه به عنوان یکی از روستاهای هدف گردشگری در منطقه کوهستانی واقع شده است و در فصل گرم سال به عنوان یک مقصد جذاب مورد توجه گردشگران است که با الگوی تخصصی کشت فندق و گردو به عنوان یک مقصد برای گردشگری کشاورزی به شمار می رود (جدول ۳).

محدوده مورد مطالعه، روستاهای شهرستان تنکابن است که از سمت شمال به دریای مازندران، از طرف غرب به شهرستان رامسر و از سمت شرق به شهرستان عباس آباد محدود شده و جنوب آن را به ترتیب جلگه و روستا، جنگل و سپس ارتفاعات البرز در بر گرفته است. جمعیت کل این روستاها برابر با ۸۱۲۹۴ نفر بوده و دارای تعداد ۲۷۸۶۱ خانوار می باشد (سرشماری نفوس و مسکن، ۱۳۹۵). کارکرد اقتصادی روستاها، کشاورزی با تأکید بر کشت برنج، باغهای مرکبات، چای، دامداری، شیلات و پرورش گل و گیاه است.

به لحاظ گردشگری در سال های اخیر دو الگوی گردشگری روزانه و گردشگری مبتنی بر خانه های دوم در این مناطق روستایی شکل گرفته است که الگوی مبتنی بر خانه های دوم در این سال ها، در

جدول ۳ وضعیت جمعیتی و تعداد خانوار روستاهای مورد مطالعه بر اساس آمار ۱۳۹۵

دهستان	روستا	جمعیت	خانوار	تعداد نمونه هر روستا
میرشمس الدین	باغ نظر	۴۵۹	۱۵۵	۱۴
	ولی آباد	۳۵۴۸	۱۰۹۵	۷
	شعیب کلایه	۲۵۰	۸۸	۲۵
	خوبان رزگاه	۸۵۲	۲۷۱	۱۵
گلیجان	گلیجان	۶۹۹	۲۴۰	۲۷
	جل چلاسر	۲۱۹	۷۱	۱۹
	کشکو	۸۱۲	۲۸۳	۲۷
	پلطان	۲۶۷	۹۵	۲۰
تمشکل	تمشکل	۸۲۷	۲۸۱	۲۴
	توبن	۱۱۴۶	۳۸۱	۳۲
	کترا	۱۸۳۲	۶۲۶	۲۲
بلده	آلکله	۷۶۳	۲۶۶	۱۹
	گرماپشته	۴۱۸	۱۵۲	۲۹
	لیره سر	۱۰۸۴	۳۳۷	۲۴
	پرچین پشته	۲۳۰	۷۷	۲۵
	لناک	۴۳۴	۱۴۰	۲۷



دهستان	روستا	جمعیت	خانوار	تعداد نمونه هر روستا
دوهزار	برسه	۴۵۴	۱۷۱	۹
	پائین اشتوج	۱۱۰	۴۵	۸
	هلوکله	۱۰۲	۴۴	۷
سه هزار	درجان	۱۵۹	۵۳	۱۰
	سرن	۱۲۱	۴۱	۱۲
کل		۱۴۷۸۶	۴۹۱۲	۴۰۲

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵

۶ یافته های پژوهش

۶٫۱ یافته های توصیفی

درصد از پاسخگویان مجرد و ۸۳/۳ درصد متأهل هستند، به لحاظ سطح سواد، بیش از ۷۰ درصد کارشناسی و کارشناسی ارشد هستند و همچنین میانگین سن پاسخگویان برابر با ۴۲/۳ سال بوده است (جدول ۴).

نتایج مستخرج از پرسشنامه گردشگران نشان می دهد که از مجموع کل جامعه نمونه ۷۲/۳ درصد را مردان و ۲۷/۷ درصد را زنان تشکیل می دهند، ۱۶/۷

جدول ۴ خصوصیات فردی پاسخگویان

مشخصات	درصد
جنس	مردان ۷۲/۳
	زنان ۲۷/۷
تاهل	مجرد ۱۶/۷
	متاهل ۸۳/۳
سواد	دیپلم ۱۷/۴
	کارشناسی ۳۵/۳
	کارشناسی ارشد ۳۶/۴
سن	دکتری ۱۰/۹
	۴۲/۳

منبع: یافته های میدانی، ۱۴۰۰

پرسشنامه می توان اذعان داشت که در نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه بیش از (۸۳) درصد گردشگران با وسیله نقلیه شخصی سفر می کنند. فاصله نزدیک از مبدا سفر، توپوگرافی و کوهستانی بودن منطقه باعث شده است که بیشتر گردشگران ترجیح دهند که از وسیله نقلیه شخصی استفاده

۶٫۲ ترجیحات سفر:

ترجیحات سفر، یکی از مهمترین مؤلفه های برنامه ریزی سفر در مقاصد گردشگری است زیرا بررسی ترجیحات سفر می تواند نوع و شیوه طراحی اقامتگاه ها، برنامه ریزی حمل و نقل و مکان یابی های تاسیسات را تعیین کند. بر اساس نتایج مستخرج از

درصد از پاسخگویان دارای خانه دوم در منطقه هستند و (۲۷/۹) درصد، از خانه های اقوام و تنها (۷/۷) درصد، از اقامتگاه های بومگردی در نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه استفاده می کنند که این نتیجه باید در برنامه ریزی ها مورد توجه قرار گیرد (جدول ۵).

کنند. همچنین (۱۶/۲) درصد از گردشگران تنها سفر کردن و (۸۳/۸) درصد نیز سفر با خانواده را ترجیح می دهند. یکی از مهمترین چالش های گردشگری در منطقه مورد مطالعه اقامتگاه های مرتبط با گردشگری است. بر اساس یافته های بدست آمده از پرسشنامه، می توان اذعان داشت که (۴۴/۴)

جدول ۵ میزان تاثیرگذاری عوامل مختلف بر سفر

عوامل	درصد
وسیله نقلیه سفر	شخصی ۸۳/۸
	عمومی ۱۶/۲
ترجیح سفر	تنها ۱۶/۲
	خانواده ۸۳/۸
	تور -
	دوستان -
اقامتگاه	خانه دوم شخصی ۴۴/۴
	اقوام و دوستان ۲۷/۹
	اقامتگاه های بوم گردی ۷/۷
	اقامت در خانه های معمولی ۲۰

منبع: یافته های میدانی، ۱۴۰۰

۶٫۳ انگیزه سفر:

نمایش های سنتی (کنسرت موسیقی، رقص محلی) با میانگین (۳/۳) نامناسب ترین وضعیت را به نسبت سایر متغیرها از نظر پاسخگویان دارد که در این زمینه می توان اذعان داشت که تجربه زیستی نگارنده و همچنین مصاحبه های میدانی نیز، این وضعیت را تأیید می کنند. امروزه بسیاری از آداب و رسوم، نمایش ها و بازی های بومی محلی در نواحی روستایی از بین رفته است.

تنوع فعالیت های کشاورزی مانند کشت برنج، درختکاری، انواع مرکبات، آووکادو، کیوی، گل و درختچه های زینتی متنوع، از مهمترین جاذبه های کشاورزی منطقه مورد مطالعه است. تنوع کشت محصولات کشاورزی الگوهای متفاوت شیوه کاشت، داشت و برداشت را به همراه دارد که می تواند برای

بر اساس مبانی نظری مطرح شده امروز یکی از مهمترین مؤلفه های موثر بر بهبود وضعیت گردشگری کشاورزی وضعیت جاذبه های مرتبط با گردشگری کشاورزی است که در فرآیند پژوهش از دیدگاه گردشگران مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به نتایج مستخرج از پرسشنامه می توان بیان کرد که بطور کلی منطقه مورد مطالعه در وضعیت مطلوبی قرار دارد زیرا میانگین کلی برای ۱۶ متغیر مرتبط با جاذبه های منطقه، برابر با (۳/۹) درصد است که بیانگر وضعیت مطلوب این مؤلفه می باشد و بررسی جزئی تر متغیرها از دیدگاه گردشگران نشان می دهد که "اقامت شبانه در مزارع و باغات کشاورزی" مناسب ترین وضعیت (۴/۳۶) و "اجرای

متغیر "تجربه زندگی کشاورزی روستایی" با میانگین (۴/۰۷) درصد، بیانگر اهمیت این متغیر از دیدگاه گردشگران است (جدول ۶).

بسیاری از گردشگران فضای متفاوتی را بوجود بیاورد. حتی دیدن و آموزش فعالیت های کشاورزی نیز می تواند به عنوان جاذبه برای این مقصد بشمار آید. بر طبق یافته های مستخرج از پرسشنامه،

جدول ۶ نگرش گردشگران نسبت به جاذبه های گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی

متغیرها	بسیار زیاد	زیاد	تا اندازه های کم	بسیار کم	میانگین
فعالیت های ماجراجویانه ملایم در مزارع و باغات	۶۱/۳	۱۲/۷	۱۱/۹	۱۲/۵	۴/۲۰
فعالیت های آرامش بخش (مانند مطالعه، ماساژ سنتی) در مزارع و باغات	۵۱/۹	۱۸/۲	۱۶/۶	۱۰/۹	۴/۰۶
قدم زدن در محیط طبیعی (جنگل، ساحل) و محیط روستایی (مزرعه برنج و زمین کشاورزی) در اطراف روستا	۲۶	۵۱/۲	۱۳/۵	۶	۳/۹۰
تجربه زندگی کشاورزی روستایی	۵۸/۷	۶/۵	۱۷/۷	۱۷/۱	۴/۰۷
تماشای آیین های دینی (مراسم مذهبی، عبادت روزانه)	۲۹/۱	۴۰	۹/۶	۱۹	۳/۷۵
مشاهده فرایند کاشت، داشت و برداشت و فرآوری محصولات و آیین های مرتبط با آن	۲۹/۱	۲۱	۴۰/۳	۹/۶	۳/۷۰
دیدن فعالیت های اقتصادی سنتی (کشاورزی، انواع تولیدات و فرآیند ارسال محصول به بازار)	۳۴/۵	۴۷	۱۶/۶	۰/۳	۴/۱۳
اقامت شبانه در مزارع کشاورزی مشارکت در برخی از فعالیت های اقتصادی سنتی (کشاورزی، تولید و برداشت محصولات کشاورزی)	۶۰/۵	۲۱/۶	۱۱/۴	۶/۵	۴/۳۶
انجام فعالیت های ذهنی و تفکر عمیق یادگیری فعالیت های مختلف (روش آشپزی غذاهای سنتی با تولیدات کشاورزی بومی، نواختن موسیقی سنتی)	۳۴/۵	۴۱/۶	۱۳/۸	۶/۵	۳/۹۷
انجام فعالیت های ذهنی و تفکر عمیق یادگیری فعالیت های مختلف (روش آشپزی غذاهای سنتی با تولیدات کشاورزی بومی، نواختن موسیقی سنتی)	۳۶/۲	۳۶/۱	۱۴	۱۸/۷	۳/۸۰
انجام فعالیت های ذهنی و تفکر عمیق یادگیری فعالیت های مختلف (روش آشپزی غذاهای سنتی با تولیدات کشاورزی بومی، نواختن موسیقی سنتی)	۴۹/۴	۲۳/۹	۱۹/۵	۲/۹	۴/۱۱
هنر سنتی (ساخت صنایع دستی مرتبط با تولیدات کشاورزی و دامی منطقه)	۵۴/۳	۱۸/۷	۱۶/۱	۹/۱	۴/۱۵

متغیرها	بسیار زیاد	زیاد	تاندازه‌های کم	بسیار کم	میانگین
بازارهای محلی و هفتگی (بازار سنتی محصولات کشاورزی، بازار هنر، صنایع دستی کشاورزی)	۶۰	۱۰/۶	۲۱	۸/۳	۴/۲۲
اجرای نمایش‌های سنتی (کنسرت موسیقی، رقص محلی)	۲۸/۱	۱۹/۷	۱۴/۵	۳۵/۳	۳/۳۶
معماری سنتی، معابد و زیارتگاهها و مجموعه خانه‌های سنتی	۳۲/۷	۴۰/۳	۱۳/۸	۱۳/۸	۳/۹۱
گشت و گذار در مکان‌های تفریحی در اطراف مزارع و باغات کشاورزی نزدیک روستا	۶۰/۵	۱۲/۷	۱۱/۹	۱۲/۵	۴/۱۷
جاذبه	میانگین	اختلاف میانگین	انحراف معیار	سطح معناداری	حد بالا حد پایین
	۳/۹	۰/۹۹۲۷۱	۰/۷۵۸۶۲	۰/۰۰۰	۰/۹۱۶۸ ۱/۰۶۸۶

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۴۰۰

دارد. هر چند بررسی میانگین‌ها مبین بالاتر بودن همه میانگین‌های محاسبه شده از میانه نظری است. برای درک کلی مؤلفه اقامت، تمامی متغیرهای مرتبط با مؤلفه اقامت گردشگران، بعد از تبدیل شدن به یک متغیر کلان، با استفاده از آزمون تی (T) تک نمونه ای مورد سنجش قرار گرفت. نتایج بیانگر وضعیت مطلوب (۳/۹) در مقایسه با میانه نظری (۳) است و نیز سطح معناداری محاسبه شده (۰/۰۰۰) بیانگر توافق ذهنی مشترک بین دیدگاه‌های گردشگران در ارتباط با این نتایج است (جدول ۷).

در بعد اقتصادی گردشگری اقامت و غذا از مهمترین مؤلفه‌های تاثیر گذار است. یافته‌های بدست آمده از پرسشنامه نشان می‌دهد که "اقامت در خانه‌های محلی برای تجربه مستقیم شیوه سنتی زندگی" با میانگین (۴/۲) درصد و نیز "اقامت در مزارع و باغات کشاورزی روستا با امکانات مشترک (مثل سرویس بهداشتی، حمام و آشپزخانه)" با میانگین (۴/۲) مناسب‌ترین وضعیت در بین متغیرهای مرتبط با اقامت را دارند و در مقابل متغیر "ارائه خدمات روزانه به اتاق‌ها و اقامتگاه‌ها" با میانگین (۳/۷)، نامناسب‌ترین وضعیت را به نسبت سایر متغیرها



جدول ۷ نگرش گردشگران نسبت به وضعیت اقامت برای انجام فعالیت های گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی

متغیرها	بسیار زیاد	زیاد	تا اندازه‌ای کم	بسیار کم	میانگین
اقامت در خانه‌های محلی برای تجربه مستقیم شیوه سنتی زندگی بسیار مناسب است.	۵۹/۷	۱۶/۴	۱۴/۵	۹/۴	۴/۲۶
اقامت در خانه‌های محلی به‌طور مستقیم به مردم محلی در امر کشاورزی کمک می‌کند.	۳۹	۱۱/۴	۴۱/۶	۶	۳/۷۹
اقامت در مزارع و باغات کشاورزی روستا با امکانات مشترک (مثل سرویس بهداشتی، حمام و آشپزخانه)	۶۰/۳	۲۰/۵	۷/۵	۹/۶	۴/۲۷
نظافت اتاق‌ها تا حد استاندارد رعایت شود.	۵۶/۶	۱۸/۴	۱۰/۹	۱۱/۴	۴/۱۵
ملافه تخت‌ها حداقل هر سه روز یکبار تعویض شود.	۳۸/۲	۲۱/۳	۳۰/۴	۱۰/۱	۳/۸۸
خدمات اتاق‌ها به صورت روزانه ارائه شود.	۳۲/۲	۱۹/۷	۳۹/۵	۶/۸	۳/۷۴
اقامت در ویلا واقع در فضاهای کشاورزی	۳۵/۸	۴۰/۸	۱۴/۸	۸/۶	۴/۰۴
اقامت در هتل‌هایی سنتی در فضاهای کشاورزی	۳۸/۸	۳۷/۷	۱۳	۷/۸	۴/۰۲
اقامت در هتل خارج از روستا که طی آن بازدیدکنندگان CBT بتوانند یک تور روزانه راهمراه با فعالیت‌های کشاورزی انجام دهند.	۳۷/۹	۳۶/۱	۹/۹	۱۴	۳/۹۴
اقامت در هتل خارج از روستا که طی آن بازدیدکنندگان CBT بتوانند کار و زندگی مشترک با کشاورزان داشته باشند.	۳۱/۲	۳۷/۱	۱۷/۹	۱۱/۹	۳/۸۴
میانگین	۳/۹	۰/۹۹۴۵۶	۰/۷۳۸۱۹	سطح معناداری	حد بالا
حد پایین	۰/۹۲۰۷				۱/۰۶۸۴

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۴۰۰

گردشگری مبتنی بر جامعه محلی بر اساس مبانی نظری نوشته شده دارای عناصر مختص به خود است که در این پژوهش با استفاده از متغیرهایی در قالب پرسشنامه از دیدگاه گردشگران مورد واکاوی قرار گرفت. که بر اساس نتایج حاصل از اطلاعات میدانی می‌توان بیان داشت که این مؤلفه با میانگین (۴/۱) درصد، در وضعیت بسیار مطلوبی قرار دارد و تنها دو متغیر "حضور گردشگران برای تجربه زندگی اصیل روستایی" و "رابطه میزبان - مهمان تحت تأثیر دوستی و محبت است"، میانگین‌های کمتر از (۴) درصد را به خود اختصاص داده‌اند. همین‌طور مناسب‌ترین متغیر "کشاورزان از گردشگران و مشارکت آنان استقبال می‌کنند" با میانگین (۴/۳۴) درصد و در رتبه بعدی متغیر "حمایت دولت محلی از توسعه CBT در روستا" با میانگین (۴/۳۳) درصد از نظر پاسخگویان می‌باشد. همچنین برای درک کلی وضعیت مؤلفه "نگرش جامعه محلی" با توجه به فاصله‌ای بودن مؤلفه از آزمون تی (T) تک نمونه‌ای استفاده شده است که میانگین بدست آمده (۴/۱) بوده و همچنین سطح معناداری محاسبه شده که برابر با (۰/۰۰۰) می‌باشد، مبین مطلوب بودن نگرش‌های جامعه محلی از گردشگری کشاورزی مبتنی بر جوامع محلی در نواحی روستایی مورد مطالعه است. در سال‌های اخیر روستاهای منطقه مورد مطالعه به لحاظ وضعیت گردشگری، روند رو به رشدی را طی کرده

گردشگری مبتنی بر جامعه محلی بر اساس مبانی نظری نوشته شده دارای عناصر مختص به خود است که در این پژوهش با استفاده از متغیرهایی در قالب پرسشنامه از دیدگاه گردشگران مورد واکاوی قرار گرفت. که بر اساس نتایج حاصل از اطلاعات میدانی می‌توان بیان داشت که این مؤلفه با میانگین (۴/۱) درصد، در وضعیت بسیار مطلوبی قرار دارد و تنها دو متغیر "حضور گردشگران برای تجربه زندگی اصیل روستایی" و "رابطه میزبان - مهمان تحت تأثیر دوستی و محبت است"، میانگین‌های کمتر از (۴) درصد را به خود اختصاص داده‌اند. همین‌طور مناسب‌ترین متغیر "کشاورزان از گردشگران و مشارکت آنان استقبال می‌کنند" با

اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و زیست محیطی باعث شده که ساکنین نواحی روستایی دارای آگاهی و نگرش مطلوبی در مورد گردشگری باشند؛ بر همین اساس می توان اذعان داشت که مطلوبیت وضعیت آگاهی جوامع محلی از دیدگاه گردشگران نیز تایید شده است (جدول ۸).

است. نزدیکی به مراکز جمعیتی کشور و همچنین وجود جاذبه های جنگل و دریا، روند گردشگری منطقه را شتاب بخشیده است. در این راستا بسیاری از گردشگران در قالب خانه های دوم وارد نواحی روستایی شده اند که در برخی از موارد به مهاجرت دائمی آنان نیز ختم شده است. وابستگی شغلی، گردشگری خانه های دوم، درک اثرات مختلف

جدول ۸ نگرش گردشگران در رابطه با آگاهی و نگرش جامعه محلی نسبت به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی

متغیرها	بسیار زیاد	زیاد	تا اندازه ای کم	بسیار کم	میانگین
کشاورزان در CBT آموزش می بینند که بدانند چگونه می توانند خدمات CBT را ارائه دهند.	۵۹/۲	۱۴	۱۵/۳	۹/۶	۴/۱۹
تمام جنبه های عملکردی CBT در روستا مبتنی بر اصول پایداری کشاورزی است.	۵۷/۴	۱۳/۸	۸/۶	۱۷/۴	۴/۰۵
حضور گردشگران برای تجربه زندگی اصیل روستایی.	۳۶/۲	۲۸/۴	۲۲/۱	۱۰/۹	۳/۸۵
گردشگران به نحوه زندگی کشاورزان احترام می گذارند.	۶۰	۱۸/۷	۶/۵	۹/۹	۴/۱۹
رابطه میزبان - مهمان تحت تأثیر دوستی و محبت است.	۳۹/۷	۳۴/۵	۹/۴	۱۲/۵	۳/۹۴
قیمت مناسب برای محصولات کشاورزی و خدمات مصرفی در روستا پرداخت می شود.	۵۵/۸	۱۷/۴	۲۰/۸	۳/۹	۴/۲۱
استانداردهای بهداشتی و ایمنی مناسب، برای کلیه محصولات کشاورزی و خدمات مصرفی رعایت می شود.	۵۳/۵	۲۳/۹	۱۳/۲	۷/۵	۴/۲۰
کشاورزان از گردشگران و مشارکت آنان استقبال می کنند.	۶۲/۶	۱۶/۶	۱۲/۷	۷/۸	۴/۳۴
حمایت دولت محلی از توسعه CBT در روستا (فراهم کردن امکانات استاندارد و توسعه مهارت های روستائیان برای اجرای CBT) الزامی است.	۶۲/۶	۱۳/۸	۱۷/۴	۶/۲	۴/۳۳
آگاهی و نگرش جامعه محلی	میانگین	اختلاف معیانگین	انحراف معیار	سطح معناداری	حد بالا
	۴/۱	۱/۱۴۶۶۲	۰/۹۱۳۱۸	۰/۰۰۰	۱/۲۳۸۰

منبع: یافته های میدانی، ۱۴۰۰

شیوه زندگی روستاییان ایجاد نمی‌کند"، با میانگین (۴/۲۲) درصد مناسب ترین وضعیت و متغیر " CBT به ارتقاء توسعه روستا کمک خواهد کرد"، با میانگین (۳/۷) درصد نامناسب ترین وضعیت را دارد اما در مجموع میانگین کلی با میزان (۴/۱) درصد حاکی از آن است که اصالت برای داشتن یک تجربه خوب گردشگری کشاورزی مبتنی بر جوامع محلی، از الزامات اساسی است و نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه این ویژگی را دارد (جدول ۹).

یکی از مؤلفه های اصلی در موفقیت و یا عدم موفقیت گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی اصالت مقصد گردشگری در ابعاد مختلف است. اصالت در این نوع گردشگری می تواند در شیوه های تولید کشاورزی سنتی، حفظ فرهنگ بومی و معماری روستا، حفظ هویت بومی - محلی و توسعه فرهنگی باشد. نتایج مستخرج از پرسشنامه نشان می دهد که از دیدگاه گردشگران متغیر "گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT تغییری در

جدول ۹ نگرش گردشگران نسبت به ویژگی های اصالت در گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی

متغیرها	بسیار زیاد	زیاد	تاندازه ای کم	بسیار کم	میانگین
کشاورزان از طریق گردشگری مبتنی بر CBT سطح زندگی بهتری را به دست می آورند.	۳۷/۱	۳۸/۷	۱۱/۴	۸/۶	۳/۹۶
کشاورزان امکان بهره‌مندی از فناوری‌هایی را می‌یابند که به آن‌ها کمک می‌کند تا عملاً کارآمدتر شوند.	۳۵/۳	۳۳/۸	۱۷/۱	۱۱/۹	۳/۸۹
CBT به ارتقاء توسعه روستا کمک خواهد کرد.	۲۹/۹	۴۲/۳	۹/۴	۱۳	۳/۷۸
گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT به توسعه فرهنگی روستا کمک می‌کند.	۶۲/۶	۴/۹	۱۹	۸/۱	۴/۱۱
گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT تغییری در شیوه زندگی روستاییان ایجاد نمی‌کند.	۵۸/۲	۲۲/۳	۷	۸/۱	۴/۲۲
در گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT سنت‌های فرهنگی روستا کاملاً حفظ می‌شوند (مانند معماری و مراسم سنتی).	۴۰/۸	۳۷/۱	۱۷/۷	۴/۴	۴/۱۴
گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT موجب اصالت بخشی و تجدید حیات روستا می‌شود.	۳۴/۸	۳۵/۸	۱۳/۸	۹/۶	۳/۸۴
گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT موجب کمک به روستاییان برای حفاظت از محیط طبیعی پیرامون روستا می‌شود.	۵۰/۶	۸/۳	۲۵/۷	۱۳/۵	۳/۹۲
گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT شیوه های تولید کشاورزی سنتی را حفظ می‌کند.	۵۳	۲۲/۱	۱۶/۹	۶	۴/۱۸
گردشگری کشاورزی مبتنی بر CBT موجب حفظ هویت بومی - محلی می‌شود.	۶۰	۱۰/۱	۲۱/۸	۶/۲	۴/۲۰
اصالت	میانگین	اختلاف معیانگین	انحراف معیار	سطح معناداری	حد بالا حدپایین
	۴/۱	۱/۱۴۶۶۲	۰/۹۱۳۱۸	۰/۰۰۰	۱/۲۳۸۰ ۱/۰۵۵۲

منبع: یافته های میدانی، ۱۴۰۰

۶٫۴ تحلیل رابطه

برای درک رابطه بین ویژگی‌های فردی مانند سن، جنس و مؤلفه‌های اصلی پژوهش با توجه به فاصله ای بودن مؤلفه‌ها، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است، نتایج بدست آمده بیانگر آن است که بین وضعیت سن و هر یک از مؤلفه‌های جاذبه، اقامت، نگرش و آگاهی و تغییر برای توسعه

و اصالت، رابطه معنادار و معکوس است بطوریکه بین میزان سن و جاذبه مقدار همبستگی برابر با $(-۰/۲۰۹)$ و سطح معناداری محاسبه شده در ناحیه آلفای $۰/۰۵$ برابر با $۰/۰۰۰$ می باشد که حاکی از وجود رابطه معکوس و معنادار می باشد؛ و در مقابل بین جنس و مؤلفه‌های چهارگانه، بین دو مؤلفه جنس و جاذبه و نیز جنس و تغییر برای توسعه و اصالت رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد (جدول ۱۰).

جدول ۱۰ رابطه همبستگی بین سن و جنس گردشگران و مؤلفه‌های مورد استفاده در پژوهش

شرح	جاذبه	اقامت	نگرش و آگاهی	تغییر برای توسعه و اصالت
مقدار پیرسون	$-۰/۲۰۹^{**}$	$-۰/۱۰۸^*$	$-۰/۱۶۸^{**}$	$-۰/۱۸۷^{**}$
سن	سطح معناداری	$۰/۰۰۰$	$۰/۰۰۱$	$۰/۰۰۰$
تعداد	۳۸۶	۳۸۶	۳۸۶	۳۸۶
مقدار پیرسون	$۰/۱۱۵^*$	$۰/۰۵۳$	$۰/۰۷۰$	$۰/۱۴۴^{**}$
جنس	سطح معناداری	$۰/۰۲۴$	$۰/۲۹۸$	$۰/۰۰۵$
تعداد	۳۸۶	۳۸۶	۳۸۶	۳۸۶

منبع: یافته‌های میدانی، ۱۴۰۰

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

۶٫۵ بحث

سنجش میزان رضایتمندی و تمایلات گردشگران در برنامه ریزی گردشگری مبتنی بر کشاورزی ضروری است زیرا که مشارکت گردشگران موجب استمرار و پایداری می شود. با توجه به نوع غالب کشاورزی در نواحی روستایی مورد مطالعه، باغات مرکبات و چای، مزارع برنج، باغات کیوی و باغات گل و گیاه، مورد بررسی قرار گرفت که نتایج مستخرج از پرسشنامه نشان می دهد که باغات مرکبات و چای با

میانگین $(۴/۱۷)$ مناسب ترین وضعیت را دارد. که دلیل اصلی آن زیبایی باغات چای و همیشه سبز بودن این نوع باغ و قرار گیری چای در ارتفاعات در ترکیب با انواع مرکبات است. در ارتباط با ماهیت فعالیت های کشاورزی نیز، گردشگران تمایل زیادی به مشارکت در انجام فعالیت های کشاورزی $(۴/۱)$ ، خرید محصول $(۴/۱)$ و اقامت و پذیرایی $(۴/۱)$ در مزرعه دارند بطوریکه میانگین های محاسبه شده هر سه متغیر، بیانگر این واقعیت است (جدول ۱۱).



جدول ۱۱ میزان تمایل گردشگران به استفاده از انواع فعالیت های کشاورزی در آینده

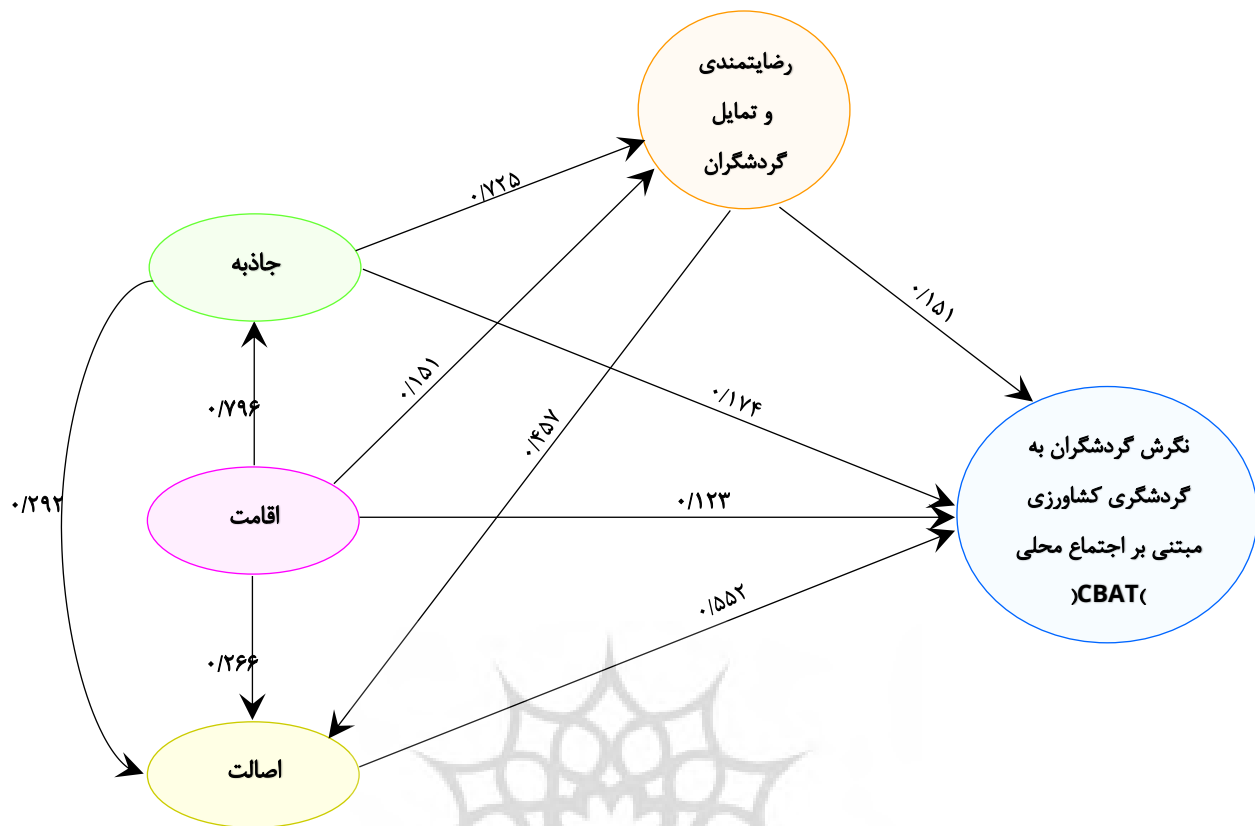
متغیرها	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد
باغات مرکبات و چای	۳۸۶	۴/۱۷	۱/۱۷۰	۰/۰۶۰
مزارع برنج	۳۸۶	۳/۶۶	۱/۱۷۷	۰/۰۶۰
باغات کیوی	۳۸۶	۳/۸۵	۱/۱۱۳	۰/۰۵۷
مزارع و باغات گل و گیاه	۳۸۶	۴/۰۳	۱/۳۲۲	۰/۰۶۷
بازدید از جاذبه‌ها	۳۷۹	۳/۸۸	۰/۹۱۸	۰/۰۴۷
مشارکت در انجام فعالیت‌های کشاورزی	۳۸۵	۴/۱۸	۱/۰۵۱	۰/۰۵۴
خرید محصول	۳۸۶	۴/۱۹	۱/۱۳۴	۰/۰۵۸
اقامت و پذیرایی در مزرعه	۳۸۶	۴/۱۱	۱/۱۵۳	۰/۰۵۹

منبع: یافته های میدانی، ۱۴۰۰

یکدیگر بررسی شد؛ که نتایج نشان می دهد که از بین متغیرهای مستقل، متغیر اصالت با میزان بتا (۰/۵۵۲) بیشترین تأثیر را در شرایط مستقیم بر متغیر وابسته نگرش گردشگران به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی داشته است. همچنین بررسی مسیر های غیر مستقیم بیانگر آن است که اصالت با بتای (۰/۵۵۲) بیشترین تأثیر و اقامت و اقامتگاه ها با (۰/۵۱۱) در رتبه دوم قرار دارد (جدول ۵).

در راستای ایجاد گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی بر اساس مبانی نظری و اهداف پژوهش حاضر، سه مؤلفه "اقامت، جاذبه و اصالت" به عنوان متغیر مستقل و متغیر "نگرش گردشگران به گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی" به عنوان متغیر وابسته و همچنین متغیر "رضایتمندی و تمایل گردشگران" به عنوان متغیر میانجی در نظر گرفته شده اند. در روش تحلیل مسیر با استفاده از روش رگرسیون خطی، اثرات تمامی متغیرها بر روی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



شکل ۳ میزان تاثیرگذاری متغیرهای مستقل بر وابسته

منبع: یافته های پژوهش، ۱۴۰۰

جدول ۱۲ اثرات مستقیم، غیر مستقیم و کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته

متغیرهای مستقل	اثرات مستقیم	اثرات غیر مستقیم	اثر کل
جاذبه	۰/۱۷۴	۰/۲۷۰	۰/۴۴۴
اقامت	۰/۱۲۳	۰/۳۸۸	۰/۵۱۱
اصالت	۰/۵۵۲	-	۰/۵۵۲
رضایتمندی و تمایل گردشگران	۰/۱۵۱	۰/۲۵۲	۰/۴۰۳

۷ نتیجه گیری

می شود و می تواند به عنوان فرصتی برای تنوع فعالیت برای افراد درگیر در بخش کشاورزی باشد از ارتباط این دو فعالیت، نوع خاصی از فعالیت گردشگری با عنوان گردشگری کشاورزی شکل می گیرد که به عنوان بخشی از گردشگری روستایی محسوب می شود و به صورت تفریحی بوده و بر تولید و خدمات در محیط مزارع، تأثیر قابل توجهی دارد. در راستای موفقیت گردشگری کشاورزی مؤلفه

امروزه گردشگری در نواحی روستایی بر پایه امکانات روستایی شکل می گیرد و فعالیت کشاورزی از مهمترین فعالیت های نواحی روستایی است که در بسیاری از مناطق دنیا در پیوند با بخش گردشگری تعریف شده و گردشگری نیز به عنوان بخشی از بافت اجتماعی و اقتصادی کنار کشاورزی پذیرفته



نتایج دیگر پژوهش بیانگر آن است که گردشگران به سطحی از آگاهی رسیده اند که برای فعالیت های کشاورزی با رویکرد گردشگری هزینه پرداخت کنند؛ و نیز گردشگران به نحوه زندگی کشاورزان احترام می گذارند به عبارتی می توان اذعان نمود که رابطه بین گردشگران و ساکنین محلی (کشاورزان) بر اساس دوستی و محبت است (جدول ۱۱). از مهمترین نتایج دیگر پژوهش اصالت نواحی روستایی و تغییر برای دستیابی به این اصالت در منطقه از دیدگاه گردشگران می باشد که نتایج بیانگر وضعیت مطلوب این مؤلفه است زیرا گردشگران اذعان داشته اند که گردشگری کشاورزی مبتنی بر جوامع محلی به حفظ و توسعه فرهنگی روستاها کمک می کند (جدول ۸) و همچنین با حفظ شیوه های سنتی کشاورزی، بر محافظت از محیط زیست طبیعی نواحی روستایی و اراضی کشاورزی تا حدودی تاثیرگذار بوده و سبب می شود که کمتر مورد تغییر کاربری اراضی قرار گیرد، که این نتایج با یافته های مطالعه (Tseng et al., 2019) مبنی بر حفظ و پایداری محیط زیست و اراضی روستایی توسط این نوع گردشگری مطابقت دارد در این زمینه مطالعات (Ciervo, 2013) نیز نشان می دهد که رشد و توسعه گردشگری کشاورزی نیازمند وجود اصالت و فرهنگ روستایی بوده و این نوع گردشگری که رابطه مستقیمی با معیشت روستایی دارد، تاثیر زیادی بر احیای اصالت و هویت روستا خواهد داشت.

های متنوعی تاثیر گذار هستند که در این مطالعه که با نگرش گردشگران شکل گرفته است، مؤلفه های جاذبه ها، اقامتگاه، تغییر برای توسعه و اصالت به عنوان متغیر مستقل، نگرش و آگاهی به عنوان متغیر میانجی و گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی، مورد واکاوی قرار گرفته است.

نتایج بیانگر آن است که وضعیت جاذبه ها در موقعیت مناسبی قرار دارد (میانگین ۳/۹). زیرا نواحی روستایی با موقعیت های طبیعی مانند روستاهای ساحلی، جلگه ای، کوهستانی در فاصله کمی از یکدیگر قرار دارند. قرارگیری جاذبه های ترکیبی کشاورزی مانند باغات مرکبات، چای، مزارع برنج، باغ کیوی و در سال های اخیر گل و گیاه در کنار جاذبه های جنگل و دریا و کوهستان مزیت نسبی را برای این منطقه فراهم کرده است. تنوع و گستردگی فعالیت های کشاورزی، بازارهای محلی فروش محصولات سنتی و کشاورزی، معماری بومی خانه ها در برخی از روستاهای کوهستانی، مشاهده فرآیند کاشت و داشت و برداشت، موجب شده است که در صورت برنامه ریزی برای ایجاد این فعالیت ها، گردشگران تمایل زیادی برای مشارکت این فعالیت ها پیدا کنند (جدول ۱۱). برنامه ریزی برای فعالیت های گردشگری مرتبط با کشاورزی در منطقه مورد مطالعه، به صورت خودجوش و توسط خود بومیان تا حدودی انجام شده که نتایج بیانگر رضایتمندی گردشگران است (جدول ۱۱).

منابع

- ابراهیم زاده، عیسی، ولاشجردی فراهانی، راضیه. (1391). تحلیلی بر انگیزه گردشگران و تأثیر عامل جنسیت و درآمد بر آن مطالعه موردی؛ گردشگران نوروزی شهرستان محلات. *فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات شهری*. 1(4). 13-22.
- اردستانی، محسن. (1387). مبانی گردشگری روستایی. وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سازمان چاپ و انتشارات.
- اکبریان رونیزی، سعیدرضا. بدری، سید علی. (1394). تحلیل درک ذی نفعان از آثار و پیامدهای توسعه ی گردشگری در نواحی روستایی نمونه موردی: منطقه لواسانات. *فصلنامه جغرافیا و توسعه*. 13(38). 47-62.
- امان پور، سعید. عبدالرحمن نوذری. رضا بدری. (1393). سنجش میزان رضایت مندی گردشگران نوروزی از تسهیلات و خدمات رفاهی، تفریحی و توریستی شهرستان شوشتر. *فصلنامه مطالعات مدیریت شهری*. 6(19). 72-83.
- اینسکیپ، ادوارد. (1391). برنامه ریزی گردشگری، رویکردی یکپارچه و پایدار به برنامه ریزی و توسعه گردشگری. ترجمه: محمود حسن پور. سعید داغستانی. *انتشارات مهکامه*. تهران.
- پیچ، استفان. کنل، جوآن. (1394). گردشگری ترکیبی نو. ترجمه: فضیله دادور خانی. ناصر بیات. احدالله فتاحی. ابراهیم رستگار. *انتشارات مهکامه*. تهران.
- ترکمن، ثمین. سلطانزاده، حسین. (1399). بازتاب فرهنگ در معماری سکونتگاه های ایلات، نمونه مورد بررسی: عشایر ترکمن. *نشریه معماری شناسی*. -68. 3(15). 15-60
- جورج، ای. واندا، هدر مایر، داندل جی. رید. (1391). توسعه گردشگری روستایی (محلّی گرایی و تغییرات فرهنگی). ترجمه: محمدرضا رضوانی. مهدی رمضان زاده لسبویی، محمدامین خراسانی. *انتشارات مهکامه*. تهران.
- حیدری ساربان، وکیل. خاجوی، وحید. (1398). نقش سنت های فرهنگی در معیشت پایدار روستایی؛ مورد مطالعه، شهرستان اردبیل. *فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*. 12(4). 137-169.
- داراب کلایی، پانیز، رجبی فر. بهنام. (1398). بررسی تأثیر وجوه فرهنگی معماری روستائی در ساخت و سازهای مسکونی روستای داراب کُلا واقع در شهرستان میاندرد استان مازندران. *نشریه معماری شناسی*. -39. 2(7). 7-24
- دارایی، حسین. عبدالله زاده فرد، علیرضا. (1395). ارتقای هویت روستاها از طریق ایجاد المان ها و نشانه ها. *فصلنامه علمی-پژوهشی جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)*. 6(4). 99-108.
- دریان آستانه، علیرضا. مطیعی لنگرودی، سید حسن. قاسمی، فرزانه. (1397). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر معیشت پایدار کشاورزان (مورد مطالعه: شهرستان شازند). *فصلنامه پژوهش های روستایی*. -337. 9(2). 324-324
- دهقانی، امین. عادل ساردوئی، محسن. (1397). تأثیر توسعه گردشگری روستایی بر

ضیایی، محمود، ابراهیمی، مهدی، حاجی غلام سریزدی، مریم، (1392). اولویت بندی عوامل موثر بر سرمایه گذاری جامعه محلی در طرح های توسعه گردشگری روستایی. *مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. 2(1): 29-42.

کاظمی، مهدی، (1385). مدیریت گردشگری. *انتشارات سمت*. تهران.

کریمی رستگار، منصوره، (1394). اثرات تغییر کاربری اراضی ناشی از توسعه گردشگری بر نواحی روستایی نمونه موردی: بخش مرکزی شهرستان تنکابن. پایان نامه دوره کارشناسی ارشد، *دانشکده ادبیات و علوم انسانی*، دانشگاه مازندران، به راهنمایی دکتر فرامرز بریمانی و دکتر مهدی رمضان زاده لسبویی

گلدنر، چارلز، آر. ریچی، جی. آر. برنت، (1392). شناخت صنعت گردشگری (اصول، رویه ها و رویکردها). ترجمه: حمید زرغام بروجنی. مرتضی بذرافشان. حمید ایوبی یزدی. *انتشارات مهکامه*. تهران.

مرادی، کبری، سجاسی قیداری، حمدالله، شایان، حمید، خوارزمی، امید علی، (1399). گونه شناسی تقاضای محصول و خدمت در گردشگری کشاورزی از سوی گردشگران (منطقه مورد مطالعه روستاهای شهرستان محلات). *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*. 9(34): 99-83.

مطیعی لنگرودی، سید حسن، حیدری، زهرا، (1391). تبیین قابلیت های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: دهستان بلده شهرستان تنکابن)، *فصلنامه علمی-*

مؤلفه های فرهنگی ساکنان روستایی: مطالعه موردی شهرستان جیرفت. *فصلنامه روستا و توسعه*. 21(1): 71-90. رضایی آدریانی، منیره، نسترن، مهین، (1398). امکان سنجی طرح گردشگری کشاورزی در باغات و مزارع حومه شهرها نمونه موردی: بخش شمالی منطقه نازوان اصفهان. *نشریه میراث و گردشگری*. 7(121-134).

سعیدا اردکانی، سعید، میرغفوری، سید حبیب الله، برقی، شاهین، (1389). شناسایی و اولویت بندی مؤلفه های موثر بر سطح رضایت گردشگران خارجی در شیراز با استفاده از تکنیک های تحلیل عاملی و تصمیم گیری چند شاخصه. *فصلنامه مطالعات گردشگری*. 5(13): 1-24.

سلیمانی، منصور، محمدنژاد، علی، خدادادی، پروین، عطایی، وحید، (1394). سنجش رضایتمندی گردشگران از شهر مهاباد با تاکید بر گردشگری خرید. *نشریه اقتصاد و مدیریت شهری*. 3(10): 139-155.

شوهانی، نادر، نیک سرشت، مهدی، تردست، زهرا، مقیمی، مهدی، (1397). ارزیابی میزان رضایت گردشگران از محصول گردشگری با استفاده از مدل HOLSAT (مطالعه موردی: استان ایلام). *فصلنامه گردشگری شهری*. 5(4): 87-104.

صالحی، صادق، حیدری، زهرا، کریمی، هادی، (1393). بررسی تأثیر گردشگری در توسعه پایدار نواحی روستایی (مطالعه موردی: دهستان دوهزار، شهرستان تنکابن). *مجله پژوهش و برنامه ریزی روستایی*. 3(5): 69-82.

البلاغه تهران). گردشگری شهری. -134.
121.(2)5

نوروزی. اصغر. فتحی. عفت. (1397). ارزیابی توانمندی های توسعه گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان و گردشگران) در شهرستان لنجان. *مجله جغرافیا و توسعه*. 16(51):241-260.

یاوری. حسین. حسین زاده. سپیده. رضایی. مریم. (1389). شناخت صنعت جهانگردی (و گردشگری). انتشارات سیمای دانش. تهران.

پژوهشی برنامه ریزی و توسعه گردشگری. 1(3):1-23.

مطیعی لنگرودی. سید حسن. فردوسی. سجاد. شاه محمدی. حمیدرضا. (1396). تبیین اثرات رضایتمندی گردشگران در بازاریابی گردشگری دریایی (مورد مطالعه: نواحی ساحلی استان گلستان). *فصلنامه برنامه ریزی منطقه ای*. 7(26):41-54.

نصیری هنده خاله. اسماعیل. گنجی. نسرین. (1397). سنجش رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات شهری با استفاده از مدل کانو (مطالعه موردی بوستان نهج

Adongo, Charles A.. Francis Taale. Issahaku Adam. (2018). Tourists' values and empathic attitude toward sustainable development in tourism. *Ecological Economics*. 150. pp. 251-263.

Afenyo, Ewoenam Afua. Francis Eric Amuquandoh. (2014). Who Benefits from Community Based Ecotourism Development? Insights from Tafi Atome, Ghana. *Tourism Planning & Development*. 11 (2), 179-190.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2013.864994>

Akbaba, Atilla. (2012). Understanding Small Tourism Businesses: A Perspective from Turkey. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. Vol 19, pp 1-17.

Balezentis, Tomas. Irena Kriščiukaitienė. Alvydas Baležentis. Ron Garland. (2012).

Rural tourism development in Lithuania (2003-2010) - A quantitative analysis. *Tourism Management Perspectives*. 2-3, pp. 1- 6.

Budiasa, I Wayan. I Gusti Agung Ayu Ambarawati. (2014). Community based agro-tourism as an innovative integrated farming system development model towards sustainable agriculture and tourism in Bali. *J. ISSAAS*. 20(1). pp. 29-40.

Ciervo, Margherita. (2013). AGRITOURISM IN ITALY AND THE LOCAL IMPACT REFERRING TO ITRIA VALLEY. THE ORGANIC FIRM "RAGGIO VERDE" AND ITS ECOLOGICAL AGRITOURISM PROJECT. Vol. 5, Iss. 4. n/a. DOI:10.2478/euco-2013-0021

Doh, Kyungrok. Sangwon Park. Dae-Young Kim. (2017). Antecedents and consequences of managerial behavior in



- agritourism. *Tourism Management*. 61. pp. 511-522.
- Fleischer, Aliza. Anat Tchetchik. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture?. *Tourism Management*. 26. pp. 493-501.
- Goodwin, Harold John. Rosa Santilli. (2009). Community Based Tourism: A Success?, ICRT Occasional Paper 11, pp. 1-37.
- Hatley, Lucille. (2009). The Nature of Agritourism in the buffalo city municipality. Dissertation submitted in fulfilment of the requirements for the MTech Degree: Tourism and Hospitality Management in the Faculty of Business at the CAPE PENINSULA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY
- Islam, [Wasiul](#). Mozahidur Rahman. Sayed Iftekhar. Golam Rakkibu. (2013). Can Community Based Tourism Facilities Conservation of the Bangladesh Sundarbans?, *Journal of Ecotourism*. 12 (2). pp. 119-129.
- Lago. Nichole Ann A.. (2017). Tourism Demand and Agriculture Supply: Basis for Agritourism Development in Quezon Province. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*. 5(3). pp. 1-9.
- Leco, Felipe. Antonio Pérez-Díaz. José Manuel Hernández. Ana María Campón. (2013). Rural Tourists and Their Attitudes and Motivations Towards the Practice of Environmental Activities such as Agrotourism. *International Journal of Environmental Research*. 7(1), pp. 255-264.
- Moswete, Naomi. Brijesh Thapa. (2015). Factors that Influence Support for Community Based Ecotourism in the Rural Communities Adjacent to the Kgalagardi Transfrontier Park, Botswana. *Journal of Ecotourism*. 14 (2-3). pp. 243-263.
<https://doi.org/10.1080/14724049.2015.1051537>
- Murphy. Sarah. (2017). Agritourism Needs and Preferences: Determining How Extension Education Can Help. A Thesis for the Degree of Master of Science. the Graduate School of Tennessee State University
- Naidoo, Perunjodi. Richard Sharpley. (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). pp. 16-25.
- Novelli, [Marina](#). Nia Klatter. Claudia Dolezal. (2016). The ASEAN Community Based Tourism Standards: Looking Beyond Certification. *Tourism Planning & Development*, 14(2):1-22. doi:10.1080/21568316.2016.1243146
- Paniagua. Angel. (2014). Rurality, identity and morality in remote rural areas in northern Spain. *Journal of Rural Studies*. 35. pp. 49-58.



- Parvez, Mahbub. Md. Jahid Bin Kashem. (2018). Young tourists' attitude towards domestic tourism: a study on Bangladesh. *Problems and Perspectives in Management*. 16(3), 117-129. doi:10.21511/ppm.16(3).2018.10
- Phosikham, Thongmala. Anoulom Vilayphone. Sengdeuane Wayakone. Somvang Phimmavong. (2015). Tourists' Attitudes towards Tourism Development and Heritage Preservation in the World Heritage Town of Luang Prabang, Lao PDR. *International Journal of Business and Social Science*. 6(8)(1). pp. 37 - 45.
- Polucha, Iwona. Abdalla Omer Elkhatib. Jan Žukovskis. (2011). Organizational aspects of the arrangement and design of green space and infrastructure in the agri-tourism farms: the case study from North-Eastern Polan. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*. Research papers. 1(25), pp. 200-207.
- Santeramo, Fabio Gaetano. Carla Barbieri. (2017). On the demand for agritourism: a cursory review of methodologies and practice. *Tourism Planning & Development*. 14(1). pp. 139-148.
- Sgroi, Filippo. Enrica Donia. Angelo Marcello Mineo. (2018). Agritourism and local development: A methodology for assessing the role of public contributions in the creation of competitive advantage. *Land Use Policy*. 77. pp. 676-682.
- Soldić Frleta, Daniela. (2018). Shifts In Tourists' Attitudes Towards The Destination Offering. *Tourism and Hospitality Management*. 24(2). Pp. 257-270. DOI: <https://doi.org/10.20867/thm.24.2.2>
- Srisomyong, Niom. (2010). Agritourism, Rural Development and Related Policy Initiatives in Thailand, A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements of Sheffield Hallam University for the degree of Doctor of Philosophy (United Kingdom).
- Sznajder, Michal. Lucyna Przezborska. Frank Scrimgeour. (2009). *Agritourism*. CAB International.
- Tseng, Ming-Lang. Chia-Hao Chang. Kuo-Jui Wu. Chun-Wei Remen Lin. Bhuripan Kalnaovkul. Raymond R. Tan. (2019). Vol. 11, Iss. 15. 4087. DOI:10.3390/su11154087.
- Xu, Yongfei. Wei Jin. Zhibin Lin. (2018). Tourist post-visit attitude towards products associated with the destination country. *Journal of Destination Marketing & Management*. Vol 8, pp. 179-184.
- Xue, Lan. Deborah Kerstetter. Carter Hunt. (2017). Tourism development and changing rural identity in China. *Annals of Tourism Research* 66. pp. 170-182.
- Yamashita, Shihomi. (2011). *Community-Based Associations for Sustainable Tourism Development (Fostering Sustainable Development in Developing Countries)*. Master



Programme in Sustainable
Development. Faculty of
Science and Technology,

Uppsala University, Sweden,
SUPERVISOR: Andrew Haden,
MSc.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی