



<https://gep.ui.ac.ir/?lang=en>
Geography and Environmental Planning
E-ISSN: 2252- 0910
Document Type: Research Paper
Vol. 33, Issue 2, No.86, Summer 2022, pp. 1- 4
Received: 31/08/2021 Accepted: 30/10/2021

Barriers and Facilitators of Agri-Tourism Sustainable Development in West of Mazandaran Province

Reza Soleimannejad¹, Amirhossein Alibaygi*², Laleh Salehi³

1- PhD Student of Rural Development, Agricultural Extension and Education Department, College of Agriculture & Natural Resources, Razi University, Kermanshah, Iran.
soleiman.reza@gmail.com

2- Associate Professor, Agricultural Extension and Education Department, College of Agriculture & Natural Resources, Razi University, Kermanshah, Iran.
baygi1@gmail.com

3- Assistant Professor, Agricultural Extension and Education Department, College of Agriculture & Natural Resources, Razi University, Kermanshah, Iran.
lsalehi@razi.ac.ir

Abstract

Agritourism can promote socio-cultural values in rural areas by creating new job opportunities, helping to preserve the environment, and reversing rural-urban migration flows. However, studies have shown that this type of tourism in Iran has not yet become acceptable for development. The aim of this research was to identify the barriers to and facilitators of sustainable development of agritourism in the west of Mazandaran Province based on an exploratory sequential mixed (qualitative-quantitative) method. First, 21 experts in the field of agritourism were purposefully selected from the quality departments of various organizations through semi-structured interviews. After collecting the necessary information, 120 indicators were extracted by using Conventional Content Analysis (CCA), which were then categorized in 8 socio-cultural, physical-physical, political-legal, management, intellectual infrastructure, communication-advertising, participatory, and marketing dimensions. The statistical population in the quantitative section included 69 rural residents in the western villages of Mazandaran Province, who were selected via a multi-stage method. To analyze the data, force field analysis was done by using SPSS_{win20} and Pathmaker_{ver5.5} software. The results showed that the outcomes of the deterrent forces of all the 8 factors were higher than those of the promoters, which revealed infeasibility of the sustainable development of agritourism. For each factor, the strongest facilitator and obstacle were identified and introduced. In conclusion, it should be said that it is necessary to facilitate agritourism development by strengthening the driving forces and removing obstacles to reach the equilibrium point and ultimately sustainability.

*Corresponding Author

Soleimannejad, R., Alibaygi, A., Salehi, L. (2021). Barriers and Facilitators of Agri-Tourism Sustainable Development in West of Mazandaran Province. *Geography and Environmental Planning*, 33 (2), 1 -4.

2252- 0910/ © 2022 The Authors. Published by University of Isfahan

This is an open access article under the CC-BY-NC-ND 4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)



<http://dx.doi.org/10.22108/gep.2021.130270.1454>



[20.1001.1.20085362.1401.33.2.1.1](https://doi.org/10.22108/gep.2021.130270.1454)



Extended abstract

Introduction:

Agritourism is an activity to attract tourists to an area in order to diversify agricultural activities and receive tourists on farms. Most countries of the world have considered this type of tourism as a new strategy for socio-economic development, revitalization, and reconstruction of rural areas. Agricultural tourism is a value-added product that introduces additional revenues from production lands and farm brands to customers. This is an opportunity to create a loyal consumer basis for all agricultural products. This type of tourism can provide farmers with economic incentives so as to maintain their agricultural lands and the related natural resources. Despite the advantages and benefits of agritourism, it can cause environmental degradation, illegal construction, destruction of wildlife, dispersal of plant species, spread of wastes, and loss of local culture quality in the absence of proper educational promotion among farmers, residents, and tourists. Hence, in their tourism development studies, experts and thinkers from different countries have emphasized the importance and necessity of paying attention to sustainability in the tourism sector. Sustainable tourism development is a type of development, in which the balance of the values and quality of ethics with economic principles and advantages is maintained and efforts are made to replace the balanced development with a purely economical comprehensive development. Studies have shown that agritourism, especially in the west of Mazandaran Province, has not been very prosperous and there are no specific programs and actions for its development to be considered by the relevant organizations and officials. Therefore, this issue was addressed in the present study so as to identify the facilitators of and barriers to this type of sustainable development.

Methodology:

This research was conducted based on an exploratory sequential mixed (qualitative-quantitative) method. In the first stage, i.e., the qualitative part, the obstacles to and promoters of agricultural tourism development were identified through semi-structured interviews with 21 tourism experts from various organizations. Selection of the experts was done based on a purposeful method. The results of the qualitative part finally led to identifying 50 indicators and 70 deterrents, which were categorized in the 8 socio-cultural, physical-physical, political-legal, managerial, communication-advertising, intellectual infrastructure, participatory, and marketing factors based on their natures in order to conduct the quantitative part of the research by assessing each of the drivers and inhibitors of agritourism development in the form of a questionnaire. The questions were based on a 5-part Likert scale. In this part, a force field analysis was utilized. This method is a technique for identifying and analyzing the forces that affect a problem situation. The statistical population included a small part of rural villagers living in the west of Mazandaran Province. Due to the population dispersion and extent of distribution, a multi-stage method was applied for sampling, through which 69 general villagers were employed to complete the questionnaire. The obtained data were coded, analyzed, and described based on the force field analysis method using SPSS_{WIN20} and Pathmaker_{ver5.5} software.

Results:

The following results were achieved for the current situation assessed by the driving and restraining forces related to the 8 mentioned factors affecting agritourism sustainability in the studied area: The highest scores of the physical-physical driving factors and barriers were related to the indices of the region's susceptibility to planning of and investment in agritourism and the tendencies of most people to use the private spaces of their villages in the forms of villas and private gardens, respectively. The highest scores of the political-legal driving factors and deterrents were related to the indices of

providing appropriate measures to prevent the change of garden and agricultural land use to residential land use and difficulty in obtaining permits, respectively. The highest scores of management driving factors and deterrents were related to the indices of holding scientific educational workshops, personal meetings, and agricultural conferences and lack of concern for agricultural tourism among city officials, respectively. The highest scores of communication-advertising factors and barriers were related to the indices of timely information for holding agricultural exhibitions and weak advertisement for identifying agritourism capabilities in the region, respectively. The highest scores of the factors promoting and hindering the intellectual infrastructure were related to the indices of academic attention to agriculture and existence of a university unit in the province and lack of indigenous people's education in the different surrounding regions, respectively. The highest scores of the participatory drivers and deterrents were related to the indices of villagers and indigenous peoples' participations in the tourist guidance program and weak participation of travel agencies in agricultural tourism, respectively. Finally, the highest scores of marketing drivers and deterrents were related to the indices of tourist demand for agricultural tourism purposes and local organic products and lack of local people and tourists' knowledge of the market and its capacities, respectively. The results of the obtained scores revealed that out of the 8 factors of promotion and deterrence in the mentioned dimensions, the scores of the deterrents were higher, indicating that the deterrents were stronger in the current situation. In general, agriculture in the current situation in western Mazandaran was associated with more obstacles and greater deterrents.

Conclusion:

The results demonstrated that the outcome scores of the deterrent forces were higher than those of the driving forces, and thus, the deterrent forces were stronger than the driving forces in the current situation. This indicated that sustainable development of agricultural tourism in the studied area was not possible based on the present driving factors. Therefore, according to the suggestions and solutions presented for each factor in the section of suggestions, it is necessary to strengthen the driving forces and weaken the inhibitors, the end-result of which will be agritourism sustainability.

Keywords: sustainable development, agritourism, facilitator, force field analysis

References:

- Anderson, J. R. (2003). Risk management in rural development: A review of the Rural Development Family. *The World Bank's Rural Development Strategy*, 20(3), 4-14.
- Altinay, M. & Kashif, H. (2015). Sustainable tourism development: a case study of North. *Journal of Annals of Tourism Research*, 27(3), 37-52.
- Arachi, D. J. (2017). Agri-tourism: Family Style. *Cornhusker Economics, University of Nebraska-Lincoln Extension*, 4(2), 1-25.
- Baulcomb, J. S. (2003). Management of Change through Force Field Analysis. *Journal of Nursing Management*, 11(3), 80-275.
- Bahatta, K., Itagaki, M., & Ohe, Y. (2019). Determinant Factors of Farmer's Willingness to Start Agritourism in Rural Nepal. *Journal of Agricultural Extension and Rural Development*, 4(1), 146-167.
- Bagi, F. S. & Reeder, R. J. (2012). Factors affecting farmer participation in agritourism. *Agricultural and Resource Economics Review*, 2(41), 189-199.
- Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C., & Marin, D. (2019). Agritourism: A sustainable Development Factor for Improving the Health of Rural Settlements (Case Study: Apuseni Mountains Area). *International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 4(3), 1-24.

- Clemens, R. (2014). Keeping Farmers on the Land: Agritourism in the European Union. *Iowa Ag Review*, 10(3), 8-9.
- Calina, A., Calina, J., & Iancu. T. (2017). Research regarding the implementation, development, and impact of Agritourism on Pomania's Rural areas between 1990 and 2015. *Environ. Eng. Manage*, 16(4), 157-168.
- Flanigan, S., Blackstock, K., & Hunter, C. (2015). Generating public and private benefits through understanding what drives different types of agritourism. *Journal of Rural Studies*, 41: 129-141.
- Gao, J., Barbieri, C., & Valdivia, C. (2013). Agricultural landscape preferences: Implications for agritourism development. *Journal of Travel Research*, 3(53), 366-379.
- Giaccio, V., Mastronardi. L., Marino, D., Giannelli. A., & Scardera. A. (2018). Do Rural Policies Impact on Tourism Development in Italy? A Case Study of Agritourism *Employment and Income Growth from Sustainable Tourism*. 10(8). 29-38.
- Icoz, O., Pirnar, I., & Gunlu, E. (2010). The Agri-tourism potential of the Aegean region: SWOT analysis and suggestions for improvement. *Passion for Hospitality Excellence*, 14(3), 25-38.
- Kumar, S. (2001). Force field analysis: applications in PRA, PLA notes. London. *IIED*, 199(36), 17-23.
- Kisi, N. A. (2019). Strategic approach to sustainable tourism development using the a'wot hybrid method: A case study of Zonguldak, Turkey. *Sustainability*, 11(2), 964-983.
- Lucha, C., Ferreira, G., Walker, M. A., & Groover, G. E. (2014). A Geographic Analysis of Agritourism in Virginia. *Virginia Cooperative Extension*, (62), 1-17.
- Mahmoodi, M., Chizari, M., Kalantari, K., & Eftekhari, A. R. (2014). The Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) applied to agri-tourism: A case study in coastal provinces of Iran. *International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 2(2), 74-82.
- Mohd Said, H., Chui Yee, C., & Mei Fung, O. (2012). A SWOT analysis on agrotourism destination: A case on rural development in a small town Sekinchan Selangor, Malaysia. *International Journal of Business and Management Studies*, 1(2), 29-43.
- Mak, A. H. N. and Chang, R. (2019). The driving and restraining forces for environmental strategy adoption in the hotel industry: A force field analysis approach. *Tourism Management*, 73, 48-60.
- Parkar, P. (2015). Developing agritourism in Ratnagiri District of Konkan (Maharashtra): issues and challenges. *Online International Interdisciplinary Research Journal*, 5(2), 145-152.
- Rietbergen-McCracken, J. and Narayan, D. (1998). Participation and social assessment: tools and techniques. The International Bank for Reconstruction and Development (IBRD), *World Bank Research Institute: N.W.*, Washington D. C., USA.
- Su, B. (2011). Rural Tourism in China. *Tourism Management*, 32(6), 38-41.
- Yang, L. I. (2012). Impacts and Challenges in Agritourism Development in Yunnan, China. *Tourism Planning & Development*. 9(4), 81-369.



موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران

رضا سلیمان نژاد، دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

soleiman.reza@gmail.com

امیرحسین علی بیگی*، دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

baygi1@gmail.com

لاله صالحی، استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران

lsalehi@razi.ac.ir

چکیده

گردشگری کشاورزی با ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، ارزش‌های اجتماعی فرهنگی را در مناطق روستایی ارتقا می‌بخشد، به حفظ محیط‌زیست کمک می‌کند و جریان مهاجرت روستا-شهری را معکوس می‌سازد؛ اما بررسی‌ها نشان می‌دهد این نوع گردشگری در ایران توسعه چشمگیری ندارد. این پژوهش با هدف شناسایی موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران به صورت آمیخته (کیفی- کمی) اکتشافی انجام شد. جامعه بخش کیفی، کارشناسان حوزه گردشگری کشاورزی در سازمان‌های مختلف بودند که به صورت هدفمند انتخاب شدند و با مصاحبه نیمه ساختارمند با ۲۱ نفر از آنها اطلاعات لازم گردآوری شد. در ادامه به صورت تحلیل محتوای متعارف ۱۲۰ شاخص استخراج و در هشت بعد اجتماعی فرهنگی، فیزیکی کالبدی، سیاسی قانونی، مدیریتی، زیرساخت فکری، ارتباطی تبلیغی، مشارکتی و بازاریابی دسته بندی شد. جامعه آماری بخش کمی، تعداد ۶۹ نفر از دهیاران روستاهای غرب استان مازندران بودند که به روش چند مرحله‌ای انتخاب شدند. به منظور تحلیل داده‌ها از روش تحلیل میدان نیرو با نرم‌افزارهای SPSS^{win20} و Pathmaker^{ver5.5} استفاده شد. نتایج نشان داد در تمامی هشت عامل برآیند امتیاز نیروهای بازدارنده بیش از پیش‌برنده‌ها بوده است. این موضوع نشان می‌دهد براساس نیروهای پیش‌برنده، دستیابی به توسعه پایدار گردشگری کشاورزی میسر نمی‌شود. در هر عامل نیز قوی‌ترین نیروی تسهیل‌کننده و مانع شناسایی و معرفی شد. توسعه پایدار گردشگری کشاورزی با موانع زیادی همراه است که باید برنامه‌ریزان براساس نتایج پژوهش برای برطرف کردن آنها و همچنین تقویت نیروهای تسهیل‌کننده اقدام کنند تا در نهایت پایداری توسعه گردشگری کشاورزی محقق شود.

واژه‌های کلیدی: توسعه پایدار، گردشگری کشاورزی، تسهیل‌کننده، تحلیل میدان نیرو

*نویسنده مسئول

سلیمان نژاد، رضا، علی بیگی، امیرحسین، صالحی، لاله. (۱۴۰۰). موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران. *جغرافیا و*

برنامه‌ریزی محیطی، ۳۳ (۲)، ۶۲-۳۷.



مقدمه

مناطق روستایی ایران برای بقای خود با محدودیت‌های متعددی به‌ویژه در توسعه اقتصادی مواجه هستند؛ زیرا اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیت‌های کشاورزی به‌تنهایی توانایی نگهداشت جمعیت در حال رشد را ندارد و همین امر به آسیب‌پذیری و شکننده‌بودن شرایط اقتصادی، سطح کیفی پایین زندگی، نارسایی زیرساختی خدماتی و نظایر آن منجر می‌شود (بهمنی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۲۰؛ کریمی، ۱۳۹۴: ۸۷؛ Yang, 2012: 96). از سوی دیگر چالش‌های روزافزون کشاورزی نظیر قیمت کم کالاهای کشاورزی، افزایش هزینه‌های تولید، فشارهای زیست‌محیطی، تغییرات آب‌وهوا، نبود برنامه‌های دولتی حمایت‌کننده از کشاورزی و نوسان بازار کالاهای کشاورزی، درآمد کشاورزان خرده‌پا را روزبه‌روز کاهش می‌دهد (بوذرجمهری و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۱؛ محمودی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۶). کاهش توانایی کشاورزی برای تولید و درآمد ناکافی حاصل از آن سبب شده است بسیاری از کشاورزان ناگزیر مزارع خود را بفروشند و در جاهای دیگر به دنبال شغل و درآمد باشند یا به دنبال راهبردهای اقتصادی جایگزین و منابع درآمد جدید و تنوع‌بخشیدن به اقتصاد محلی برای حفظ مزارع خود باشند (عنابستانی و مظفری، ۱۳۹۷: ۸۲۰؛ نوروزی و فتحی، ۱۳۹۷: ۲۴۷؛ 8؛ Clemens, 2014). این راهبردها می‌تواند با گسترش اندازه مزارع، تولید تخصصی، اشتغال غیرکشاورزی و متنوع‌سازی مزارع، وابستگی خانواده‌های کشاورز را به محصولات کشاورزی کاهش دهد؛ به گونه‌ای که وقتی تولید در مزارع کاهش یافت، خودکفا و پایدار باقی بمانند (کریمی، ۱۳۹۴: ۸۴).

نوع فعالیت متنوع مزارع با توجه به محل و ساختار مزرعه، علایق خانوارهای کشاورز و بازار بالقوه متفاوت است. اگر متنوع‌سازی مزرعه شامل فعالیت‌های سرگرمی و اوقات فراغت باشد، «گردشگری کشاورزی» نامیده می‌شود (Flanigan et al., 2015: 132).

گردشگری کشاورزی فعالیتی برای جذب گردشگران به یک منطقه به‌منظور تنوع‌بخشیدن به فعالیت‌های کشاورزی و پذیرایی از گردشگران در مزرعه است (Arachi, 2017: 3). بیشتر کشورهای جهان این نوع گردشگری را به‌مثابه راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی اقتصادی و احیا و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار داده‌اند (حیدری و مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۱: ۳۰). این موضوع به‌ویژه در مناطقی که گزینه‌های محدودی برای توسعه دارند، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است (Su, 2011: 38). گردشگری کشاورزی محصولی با ارزش افزوده است که درآمد اضافی از زمین تولید و یک برند مزرعه را به مشتریان معرفی می‌کند که این موضوع فرصتی را برای افزایش بازاریابی و فروش تمامی محصولات مزرعه فراهم می‌آورد؛ همچنین برای تنوع‌بخشی به منابع درآمد و در نتیجه کاهش خطرپذیری بازار به کار می‌رود (Lucha et al., 2014: 2). این نوع گردشگری مشوق‌های اقتصادی به کشاورزان ارائه می‌دهد تا زمین‌های کشاورزی و امکانات طبیعی مرتبط را حفظ کنند (Bagi and Reeder, 2012: 191).

با وجود برتری‌ها و سودمندی‌های گردشگری کشاورزی در صورت کمبود آموزش و نبود زمینه ترویج مناسب آن در بین کشاورزان، ساکنان و گردشگران، تخریب محیط‌زیست، ساخت‌وسازهای بی‌رویه، نابودی حیات وحش و گونه‌های گیاهی، پراکندگی زباله و از دست دادن کیفیت فرهنگ محلی رخ می‌دهد (فتحی سقزچی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۵۳؛ ظاهری و سعدی، ۱۳۹۷: ۲۷۰). از این رو کارشناسان و صاحب‌نظران کشورهای مختلف در بررسی‌های توسعه گردشگری بر اهمیت و ضرورت توجه به پایداری در بخش گردشگری تأکید کرده‌اند (عنابستانی و مظفری، ۱۳۹۷: ۱۲۷).

توسعه پایدار گردشگری توسعه‌ای است که در آن توازن و تعادل حفظ ارزش‌ها و کیفیت اخلاقیات و اصول اقتصادی و نیز مزایای اقتصادی همه به همراه هم دیده می‌شوند و کوشش می‌شود تا توسعه‌ای متعادل و همه‌جانبه جایگزین توسعه صرفاً اقتصادی شود (ورمزیاری و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۵۰). این نوع توسعه امروزه رویکردی عمومی است که دولت‌ها به آن توجه داشته‌اند تا گردشگری از لحاظ بوم‌شناسی در طولانی‌مدت پذیرفته، از لحاظ مالی، خودکفا و از نظر دیدگاه‌های اجتماعی و اخلاقی برای جوامع محلی مفید و نویدبخش باشد (Altinay & Kashif, 2015: 272).

در این زمینه استان مازندران به ویژه غرب آن، یکی از مستعدترین مناطق کشور برای توسعه گردشگری کشاورزی است. غرب استان مازندران از لحاظ شرایط آب‌وهوایی و جاذبه‌های طبیعی و انسان‌ساخت، یکی از نخستین مناطق در جذب و ورود مسافر و گردشگر است و با توجه به اینکه یکی از قطب‌های کشاورزی کشور نیز محسوب می‌شود، ظرفیت‌های بالقوه فراوانی دارد که با فراهم کردن زیرساخت‌ها، بسترها و به فعلیت رساندن آنها در جذب و توسعه گردشگری کشاورزی مؤثر واقع می‌شوند؛ اما بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد در استان مازندران به‌ویژه غرب آن گردشگری کشاورزی رونق چندانی ندارد و در بین سازمان‌های مرتبط و مسئولان ذی‌ربط برنامه و اقدام خاصی در زمینه توسعه آن در دستور کار نیست؛ به طوری که فقط تعداد محدودی کشاورز به صورت غیررسمی اقدام به ایجاد سایت گردشگری کشاورزی کرده‌اند که در صورت بی‌توجهی و برطرف نکردن مسائل و مشکلات آنها گردشگری کشاورزی در این منطقه پایدار نخواهد بود. از سویی با توجه به مشکلات کشاورزان این استان از جمله نارضایتی از درآمد کشاورزی، بلایای طبیعی، بیکاری و مهاجرت، توسعه و پایداری گردشگری کشاورزی می‌تواند تا حد زیادی از این آسیب‌ها بکاهد و به توسعه روستایی بینجامد و این استان را به قطب گردشگری کشاورزی تبدیل کند. با توجه به این موضوع در پژوهش حاضر تسهیل‌کننده‌ها و موانع توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران شناسایی شده است.

پیشینه پژوهش

در زمینه گردشگری و گردشگری کشاورزی مطالعاتی هرچند محدود در داخل و خارج از کشور انجام شده است که بررسی و مرور آنها، ما را در شناسایی موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران یاری می‌رساند؛ زیرا توفیق در کسب دستاوردهای توسعه پایدار گردشگری کشاورزی با اتکا بر ادبیات موجود در گرو تعامل عوامل و متغیرهای بسیار زیادی است که با مرور پیشینه پژوهش می‌توان به آنها دست یافت.

پژوهش بهمنی و همکاران (۱۴۰۰) با عنوان «تحلیلی بر عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی و زمینه‌یابی کارآفرینی در مناطق روستایی» نشان داد که عواملی مانند تأمین اقامت برای گردشگران، طرح‌های تشویقی دولت، هماهنگی بین سازمان‌های دولتی، آگاهی‌بخشی به کشاورزان و بسترسازی برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، مهم‌ترین اولویت‌های مؤثر در توسعه گردشگری کشاورزی هستند.

محمودی چناری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «الگوسازی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی شهرستان ماسال» نشان دادند که شاخص‌هایی مانند ویژگی‌های فردی، دانش و مهارت، سرمایه‌داری، انگیزه و تمایل به خدمت‌رسانی به گردشگران در توسعه گردشگری کشاورزی مؤثرند.

بذرافشان و سامانی (۱۳۹۸) در بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی شهرستان جهرم پی بردند که زیرساخت فکری، زیرساخت فیزیکی کالبدی، عوامل نهادی، عوامل ترویج و توسعه و عوامل رقابت‌پذیری بر توسعه گردشگری کشاورزی مؤثرند.

عنابتانی و مرادی (۱۳۹۶) در تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان محلات به این نتیجه دست یافتند که عوامل فرهنگی اجتماعی، تأثیرگذارترین عوامل بر توسعه گردشگری کشاورزی است و پس از آن فرهنگ‌سازی و تبلیغات مؤثر است.

نتیجه پژوهش رضوانی و همکاران (۱۳۹۵) درباره چالش‌های توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شاهرود نشان داد فاصله از مراکز عمده جمعیتی، سیاست‌های جامع ملی و منطقه‌ای، آگاهی و آموزش، بازاریابی محصولات، آداب و رسوم و قوانین از موانع عمده است.

مطالعه غفوری (۱۳۹۳) با عنوان «الگوی توسعه گردشگری برمبنای توسعه بازی‌های بومی و محلی در کشور» نشان داد که برگزاری جشن‌ها و مراسم سنتی در کنار سایت‌های گردشگری، برخورد مناسب جامعه میزبان با گردشگران و توسعه فرهنگ گردشگری کشاورزی در جامعه و نهادینه‌سازی مهمان‌پذیری و فرهنگ گردشگری‌پذیری در میان کشاورزان و روستاییان در توسعه گردشگری کشاورزی مؤثر است.

Bahatta et al. (2019) در پژوهش خود با عنوان «فاکتورهای تعیین‌کننده تمایل کشاورزان برای شروع گردشگری کشاورزی در نپال» به این نتیجه دست یافتند که توسعه گردشگری کشاورزی با تمایل و مشارکت کشاورزان به گردشگری کشاورزی ارتباط دارد؛ همچنین کشاورزان جوان‌تر با تحصیلات بیشتر و زمین بزرگ‌تر تمایل بیشتری به توسعه گردشگری کشاورزی دارند که لازم است برنامه‌ریزان برای توسعه گردشگری کشاورزی این کشاورزان را مدنظر قرار دهند.

Ciolic et al. (2019) پژوهشی با عنوان «عوامل مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در نواحی کوهستانی آپاسنی» انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که برخورد مناسب میزبان و داشتن فرهنگ مهمان‌پذیری، تبلیغات مناسب و فرهنگ‌سازی بر پایداری گردشگری کشاورزی در منطقه مؤثر بوده است.

در پژوهش مشابه دیگری Kisi (2019) در زمینه راهبردهای پایداری گردشگری با استفاده از روش آمیخته نشان داد مشارکت و علاقه جامعه میزبان به گردشگری کشاورزی، فراهم‌بودن زیرساخت‌ها، سرمایه‌گذاری دولت و بخش خصوصی و همچنین آشنایی و آموزش جامعه میزبان و گردشگران در توسعه و پایداری گردشگری کشاورزی مؤثر است. در این پژوهش همچنین بعضی موانع به‌مثابه بازدارنده گردشگری کشاورزی معرفی شده است؛ مانند طولانی بودن پروسه دریافت مجوز و نارضایتی کشاورزان از این جهت، الگوگرفتن روستاها از فرهنگ شهری و کم‌رنگ‌شدن فرهنگ نواحی روستایی و همچنین نشناختن ظرفیت‌های گردشگری کشاورزی منطقه توسط کشاورزان.

نتیجه پژوهش Giaccio et al. (2018) با عنوان «آیا سیاست‌های روستایی بر توسعه گردشگری کشاورزی در ایتالیا تأثیر دارد؟» نشان داد که حمایت دولت از کشاورزان به‌ویژه کشاورزان دارای مزارع کوچک، تسهیل در صدور مجوزها، متنوع‌سازی فعالیت‌های کشاورزی و ارائه آموزش‌ها در توسعه گردشگری کشاورزی مؤثر است.

Calina et al. (2017) براساس نتیجه مطالعه خود در زمینه اثرهای گردشگری کشاورزی، ضمن بیان تأثیرات اقتصادی و زیست‌محیطی آن بر جامعه میزبان در راستای توسعه گردشگری کشاورزی، بعضی راهکارها از جمله برپایی مکان‌های اقامتی مناسب، تصویب قوانین و مقررات گردشگری کشاورزی و حمایت دولت در این زمینه را مهم دانسته و بر آنها تأکید داشته‌اند.

در همین زمینه Parkar (2015) در مطالعه‌ای با عنوان «توسعه گردشگری کشاورزی» نشان داد کمبود نیروی کار، نبود مسیرهای دسترسی مطلوب، نبود برق، تأمین نشدن منابع مالی، نبود تجربه حرفه‌ای، بیمه کم زراعت، دسترسی محدود به اطلاعات، فقدان آموزش مؤثر، مشکل در گرفتن مجوز، تداخل فعالیت‌های گردشگری کشاورزی با فعالیت‌های کشاورزی، فاصله از بازار، نداشتن دسترسی به نیروی کار شایسته، کمبود آب، محدودیت زیرساخت و چالش‌های تبلیغی و بازاریابی از موانع توسعه گردشگری کشاورزی در منطقه هستند.

Mahmoodi et al. (2014) در پژوهشی با عنوان «توسعه برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی» نشان دادند که بین وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و گیاهان دارویی با توسعه گردشگری کشاورزی رابطه وجود دارد.

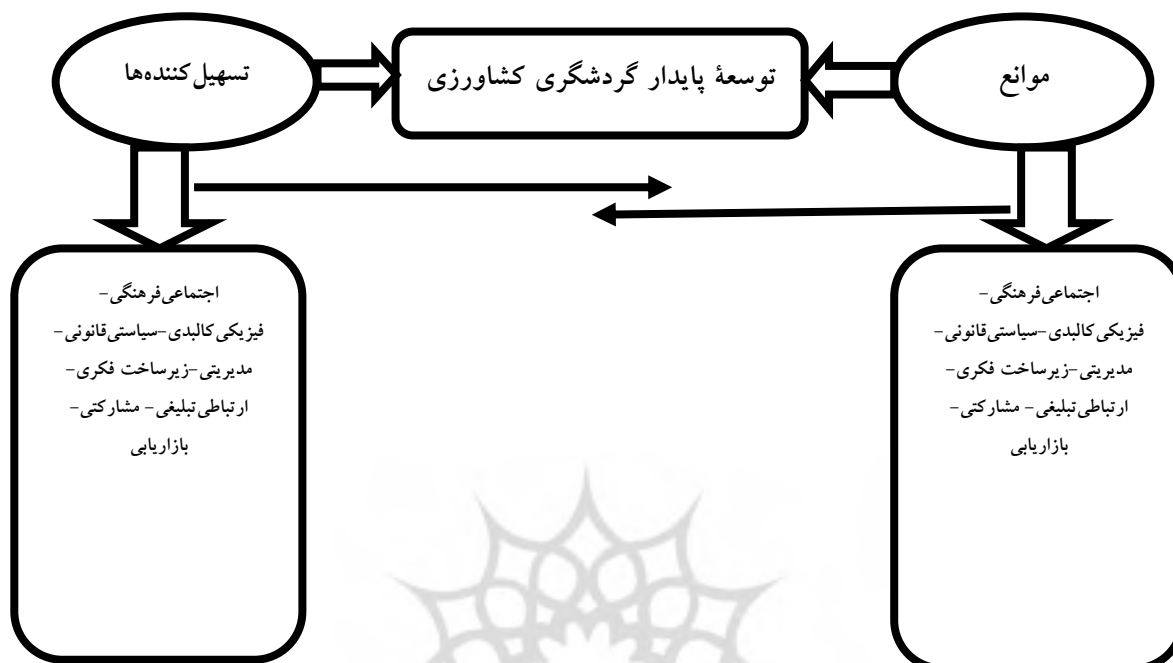
Mohd Said et al. (2012) با عنوان «تجزیه و تحلیل سوات در مورد مقصد آگروتوریسم» نشان داد نبود سرمایه انسانی متخصص، آلودگی محیط‌زیست، زیرساخت‌های ضعیف، نبود فناوری‌های پیشرفته در فعالیت‌های کشاورزی، سیستم دفع مواد زائد نامناسب و وضعیت نامناسب جاده از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری کشاورزی هستند.

Icoz et al. (2010) در پژوهشی با عنوان «پتانسیل گردشگری کشاورزی براساس تحلیل سوات و ارائه راهبردها» نشان دادند مستعدبودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری، وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی می‌تواند در توسعه گردشگری کشاورزی مؤثر باشد.

مرور پژوهش‌های انجام‌شده مشخص می‌کند که با توجه به نبودن مبحث گردشگری کشاورزی در کشور، پژوهش‌ها در این زمینه نیز محدود است. در مطالعات انجام‌شده به‌صورت مجزا موانع یا عوامل مؤثر بررسی شده است. بیشتر مطالعات به‌صورت کمی و با استفاده از شاخص‌های به‌دست‌آمده از مبانی نظری انجام شده است؛ بنابراین با توجه به ضعف پژوهش‌های پیشین در مطالعه پیش رو سعی شده است این محدودیت‌ها پوشش داده شود؛ به طوری که هر دو عامل پیش‌برنده و بازدارنده همزمان بررسی شده است؛ شاخص‌ها براساس مصاحبه با کارشناسان و تأیید دهبازار ارزیابی شده است؛ به بیانی پژوهش به‌صورت آمیخته انجام شده است که این مهم می‌تواند موجب گسترش حوزه‌های نظری مربوط به گردشگری به‌ویژه گردشگری کشاورزی شود. انجام این پژوهش همچنین می‌تواند سبب افزایش دانش و آگاهی کشاورزان و گردشگران درباره گردشگری کشاورزی شود و به برنامه‌ریزان و مسئولان لیستی از موانع و پیش‌برنده‌ها را برای توسعه گردشگری کشاورزی در کشور به‌ویژه غرب استان مازندران ارائه کند تا پایه‌ای برای تدوین برنامه‌ها و سیاست‌ها و همچنین قوانینی برای رشد و توسعه گردشگری کشاورزی باشد.

نظرات پژوهشگران گردشگری کشاورزی درباره موانع و تسهیل‌کننده‌ها متفاوت و متنوع است. نگارندگان براساس نتیجه مطالعات انجام‌شده و ادغام، تفکیک‌سازی و مداخله بعضی متغیرهای جدید، موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار

گردشگری کشاورزی را شناسایی کردند. این موانع و تسهیل‌کننده‌ها در هشت دسته عوامل اجتماعی فرهنگی، فیزیکی کالبدی، سیاستی قانونی، مدیریتی، زیرساخت فکری، ارتباطی تبلیغی، مشارکتی و بازاریابی به‌مثابه چهارچوب مفهومی پژوهش در شکل ۱ ارائه شده‌اند.



شکل ۱. چهارچوب مفهومی پژوهش

Figure 1. Conceptual framework

روش پژوهش

این پژوهش با هدف شناسایی موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران به صورت آمیخته (کیفی- کمی) اکتشافی انجام شد. در مرحله نخست و بخش کیفی پژوهش از طریق مصاحبه نیمه‌ساختارمند با ۲۱ نفر از کارشناسان گردشگری در سازمان جهاد کشاورزی، پژوهشکده مرکبات و میوه‌های نیمه‌گرمسیری، اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان، سازمان محیط‌زیست و سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان، موانع و پیش‌برنده‌های توسعه گردشگری کشاورزی شناسایی شدند. روش انتخاب کارشناسان هدفمند بود که از مصاحبه هجدهم، تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد؛ اما برای اطمینان تا مصاحبه ۲۱ ادامه یافت. مصاحبه با طرح مباحثی درباره «علت انجام پژوهش و ضرورت انجام آن در منطقه آغاز و پس از ورود تدریجی مصاحبه‌شوندگان در بحث، درباره موانع توسعه پایدار گردشگری کشاورزی و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی پرسش شد.» در خلال پاسخ‌های ارائه‌شده، گاهی پژوهشگر خاص بودن یا عام بودن پاسخ‌ها را بررسی می‌کرد. در نهایت پس از گردآوری داده‌ها با استفاده از تحلیل محتوای متعارف، متن مصاحبه‌ها و صداهای ضبط‌شده تجزیه و تحلیل و با مشورت تیم پژوهش بررسی و شاخص‌هایی که سنخیتی با اهداف پژوهش نداشتند، حذف شد.

به‌منظور افزایش اعتبار داده‌ها با استفاده از روش مثلث‌سازی، گروه‌های صاحب‌نظر در زمینه موضوع تشکیل شدند که با تسهیل‌گری پژوهشگران و برای دستیابی به اهداف پژوهش در زمینه موانع و تسهیل‌کننده‌ها تبادل نظر شد؛ همچنین پاسخ‌هایی که یادداشت شده بود، بار دیگر در اختیار پاسخ‌دهندگان قرار داده شد تا درباره برداشت مصاحبه‌کننده از پاسخ‌ها نظر دهند و تأیید کنند مطالبی که یادداشت شده، همان مطالب مدنظر پاسخگوست. به‌منظور تأیید روایی و پایایی بخش کیفی سعی شد با استفاده از روش بازبینی اعضا و خودبازبینی پژوهشگر طی فرایند گردآوری و تحلیل داده‌ها اعتبار آن تأیید شود. به‌منظور تأیید انتقال‌پذیری پژوهش سعی شد توسعه و توصیفی غنی از مجموعه داده‌های پژوهش در طول مرحله گردآوری داده‌ها صورت پذیرد. تأییدپذیری و اطمینان‌پذیری پژوهش نیز با ثبت و ضبط دقیق فرایند مصاحبه‌ها و تمامی جزئیات آن انجام شد (Anderson, 2003: 4). پس از تأیید روایی گویه‌ها، پایایی آنها از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد که برای تمامی عوامل مقدار قابل قبولی به دست آمد (جدول ۱).

حاصل بخش کیفی در نهایت شناسایی ۱۲۰ شاخص به‌مثابه تسهیل‌کننده (۵۰ شاخص) و موانع (۷۰ شاخص) بود که براساس ماهیت در هشت عامل اجتماعی فرهنگی، فیزیکی کالبدی، سیاستی قانونی، مدیریتی، ارتباطی تبلیغی، زیرساخت فکری، مشارکتی و بازاریابی دسته‌بندی و به‌منظور انجام بخش کمی (به‌منظور ارزیابی وضع موجود هر یک از تسهیل‌کننده‌ها و موانع توسعه گردشگری کشاورزی) در قالب پرسش‌نامه تنظیم شد.^۱ طیف پرسش‌های پرسش‌نامه براساس طیف ۵ قسمتی لیکرت (۱=خیلی کم، ۲=کم، ۳=متوسط، ۴=زیاد، ۵=خیلی زیاد) بود.

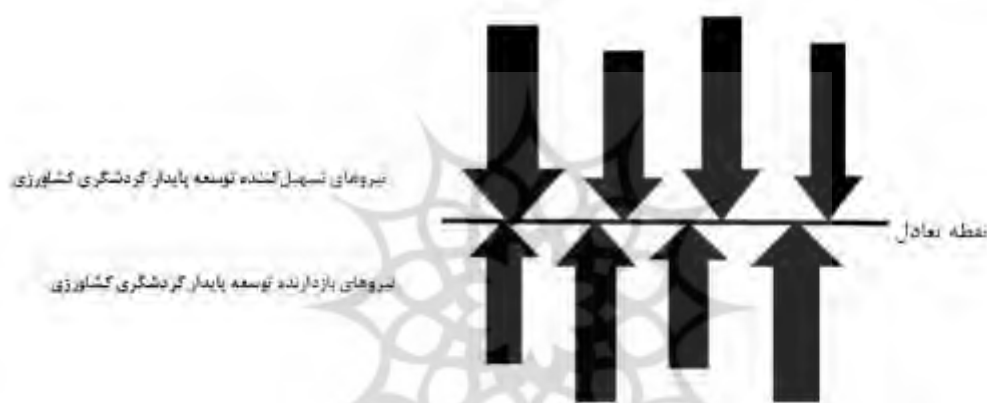
جدول ۱. میزان آلفا، تعداد عوامل و شاخص‌های بخش‌های مختلف پرسش‌نامه‌ها

Table 1. Alpha Coefficient, factors and indicators of the questionnaire

کل	میزان آلفا	تعداد شاخص	عوامل	نوع پرسش‌نامه
۰/۸۷	۰/۸۹	۴	اجتماعی فرهنگی	تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی
	۰/۹۱	۱۱	فیزیکی کالبدی	
	۰/۸۸	۸	سیاستی قانونی	
	۰/۸۷	۳	مدیریتی	
	۰/۸۹	۸	ارتباطی تبلیغی	
	۰/۸۸	۵	زیرساخت فکری	
	۰/۸۴	۵	مشارکتی	
	۰/۸۴	۶	بازاریابی	
۰/۸۹	۰/۸۸	۴	اجتماعی فرهنگی	موانع توسعه پایدار گردشگری کشاورزی
	۰/۹۱	۱۷	فیزیکی کالبدی	
	۰/۹۱	۱۲	سیاستی قانونی	
	۰/۸۸	۹	مدیریتی	
	۰/۸۷	۵	ارتباطی تبلیغی	
	۰/۹۲	۱۳	زیرساخت فکری	
	۰/۸۶	۶	مشارکتی	
	۰/۸۴	۴	بازاریابی	

۱. با توجه به محدودیت صفحه در مقاله و شماره شاخص‌های بخش کیفی از ارائه جدول مربوط به بخش کیفی و خروجی آن به‌صورت جداگانه خودداری شد. با توجه به اینکه شاخص‌های حاصل از بخش کیفی در تحلیل‌های بخش کمی ارائه شده است، خوانندگان محترم برای آشنایی و مطالعه شاخص‌ها می‌توانند به تحلیل جدول‌های حاصل از بخش کمی در یافته‌ها مراجعه کنند.

در بخش کمی پژوهش از تحلیل میدان نیرو^۱ استفاده شد. در بررسی روش‌های مناسب برای تحقق این هدف براساس مطالعات انجام‌شده (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۱؛ ۴۸؛ Mac & Chang, 2019) مشخص شد که روش تحلیل میدان نیرو، روش مناسبی برای دستیابی به این هدف است. این روش را (Kurt Lewin (1951 ارائه و پیشنهاد کرده است که در آن ریشه و علت یک موضوع و مسئله و ارتباط بین آنها به‌خوبی مشخص می‌شود (Rietbergen & Nariyan, 1998). براساس تحلیل میدان نیرو، نیروهای تسهیل‌کننده به ایجاد تغییر تمایل دارند؛ در حالی که نیروهای بازدارنده به گونه‌ای عمل می‌کنند که نیروهای تسهیل‌کننده را کاهش دهند یا محدود کنند (Baulcomb, 2003: 83). موازنه زمانی برقرار می‌شود که مجموع نیروهای تسهیل‌کننده و بازدارنده مساوی باشد. در شکل ۲، پژوهشگر پیش از انجام برنامه‌ریزی برای توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در نقطه تعادل نیروهای تسهیل‌کننده و بازدارنده مساوی دارد و می‌خواهد با پیاده‌سازی و اجرا به سمت هدف حرکت کند.



شکل ۲. تعامل بین نیروهای تسهیل‌کننده و بازدارنده توسعه پایدار گردشگری کشاورزی

Figure 2. Interaction between facilitators and barriers to sustainable development of agricultural tourism

جامعه آماری بخش کمی پژوهش، دهیاران روستاهای غرب استان مازندران بودند. با توجه به نبود چهارچوب نمونه‌گیری (نبود فهرست اعضای جامعه) و همچنین پراکندگی و گستردگی توزیع جمعیتی جامعه به‌منظور انتخاب و شناسایی افراد از روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده شد. به این صورت که در غرب استان مازندران هفت شهرستان رامسر، چالوس، نوشهر، نور، عباس‌آباد، کلاردشت و تنکابن وجود دارد که در مرحله نخست حدود ۴۰ درصد این شهرستان‌ها یعنی رامسر، چالوس و تنکابن به‌صورت تصادفی انتخاب شدند. این سه شهرستان هشت بخش داشتند که به‌صورت تصادفی ۵۰ درصد (۴ بخش دالخان از شهرستان رامسر، بخش مرزن‌آباد از شهرستان چالوس، و بخش مرکزی و کوهستان از شهرستان تنکابن) از بخش‌ها انتخاب شدند. این چهار بخش نیز هشت دهستان داشتند که ۵۰ درصد این دهستان‌ها یعنی ۴ دهستان جنت رودبار از بخش دالخان، دهستان کوهستان از بخش مرزن‌آباد، دهستان دوهزار از بخش کوهستان و دهستان گلیجان از بخش مرکزی به‌صورت تصادفی انتخاب

1. Force Field Analysis

شدند. دهستان جنت رودبار در جنوب غربی شهرستان رامسر در فاصله ۶۰ کیلومتری این شهرستان قرار دارد که به «سرزمین گل‌گاوزبان» شهرت دارد. این محصول یکی از پردرآمدترین محصولات منطقه محسوب می‌شود که به سراسر کشور و کشورهای خاورمیانه صادر می‌شود. دهستان کوهستان، دهستانی از توابع بخش مرزن‌آباد شهرستان چالوس به مرکزیت تهر است. روستاهای این دهستان به دلیل برخورداری از شرایط اقلیمی و شگفتی‌های طبیعی به‌مثابه روستاهای اکوتوریسم مطرح هستند که گونه‌های متعدد گیاهی و انواع محصولات دامی دارند. در این دهستان بیشتر جمعیت به فعالیت‌های کشاورزی، دامداری و شیلات مشغول هستند که تمرکز عمده روی فعالیت‌های کشاورزی است. دهستان دوهزار از توابع بخش کوهستان شهرستان تنکابن است. روستاهای این دهستان از خوش آب‌وهواترین مناطق بیلاقی در استان مازندران هستند که باغداری، زراعت و دامپروری مهم‌ترین فعالیت مردم این روستاهاست. این دهستان از شمال به دهستان گلیجان و دریای خزر و از جنوب به پوشش جنگلی و ارتفاعات محدود می‌شود. دهستان گلیجان نیز دهستانی از توابع بخش مرکزی شهرستان تنکابن با ۷۱ روستاست. در این منطقه شالیزارهای برنج و باغ‌های مرکبات به‌وفور به چشم می‌خورد. پس از انتخاب این دهستان‌ها، ۵۰ درصد روستاهای آنها (۸۰ روستا) انتخاب و بررسی شد (از دهستان جنت رودبار ۱۱ روستا، از دهستان کوهستان ۲۲ روستا، از دهستان گلیجان ۳۵ روستا و از دهستان دوهزار ۱۲ روستا) (شکل ۳) و در نهایت تعداد ۶۹ دهیار در این روستاها در تکمیل پرسش‌نامه همکاری کردند.



شکل ۳. موقعیت استان مازندران، شهرستان‌ها، دهستان‌ها و روستاهای آن برای انجام پژوهش

Figure 3. Location of Mazandaran province, its townships, and villages for research

پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های به‌دست آمده کدگذاری و بر مبنای روش تحلیل میدان نیرو با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS WIN20 و Pathmaker_{ver5.5} توصیف و تحلیل شد. به این منظور مراحل زیر دنبال شد که مرکز اروپایی توسعه سیاست‌های مدیریتی^۱ (2004) از آنها استفاده کرده است (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۱):

۱. تغییر مشکل یا وضعیتی که عوامل موافق تغییر (نیروهای تسهیل‌کننده) و مخالف تغییر (موانع) بر آن تأثیرگذارند. در این پژوهش وضعیت دربرگیرنده، توسعه گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران است؛
۲. لیست کردن نیروهای تسهیل‌کننده و موانع درمقابل یکدیگر؛

¹ European Center for Development Policy Managerial

۳. تحلیل میزان اهمیت نیروهای تسهیل‌کننده و موانع که براساس امتیازی حاصل شد که پاسخگویان از طریق پرسش‌نامه به هر نیرو داده بودند. برای محاسبه میزان تعادل یا نقطه تعادل از رابطه ۱ استفاده شد.

رابطه (۱)

$$Eq = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_{SD} + \sum_{i=1}^n \bar{X}_{SR}}{2}$$

Eq = نقطه تعادل

\bar{X}_{SD} = میانگین نیروهای پیش‌برنده

\bar{X}_{SR} = میانگین نیروهای بازدارنده

n = تعداد نیروهای پیش‌برنده یا بازدارنده

یافته‌های پژوهش

پس از شناسایی شاخص‌ها (موانع و تسهیل‌کننده‌ها)، پرسش‌نامه برای بررسی وضعیت موجود موانع و تسهیل‌کننده‌ها در اختیار دهباران قرار گرفت. جدول ۲ وضعیت موانع و تسهیل‌کننده‌های پایداری گردشگری کشاورزی مرتبط با عامل اجتماعی فرهنگی مؤثر را نشان می‌دهد. بیشترین امتیاز عوامل تسهیل‌کننده اجتماعی فرهنگی به شاخص «برخورد مناسب جامعه میزبان با گردشگران» با نمره میانگین (۳/۷۶) و بیشترین امتیاز موانع اجتماعی فرهنگی به شاخص «تغییر شیوه زندگی، آداب و رسوم و فرهنگ روستا» با نمره میانگین (۴/۶۷) مربوط است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده ۱۰/۸۶ است که براساس رابطه ۱ به دست آمده است؛ بنابراین برای رسیدن به تعادل، لازم است برآیند امتیاز نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده، هر دو به ۱۰/۸۶ برسد یا به نفع نیروهای تسهیل‌کننده (برآیند این نیروها بیشتر از مقدار تعادل باشد) و به ضرر نیروهای بازدارنده باشد (برآیند این نیروها کمتر از مقدار تعادل باشد).

جدول ۲. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل اجتماعی فرهنگی

Table 2. Socio-cultural Facilitators and barriers

		اجتماعی فرهنگی			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	←	نیروهای پیش‌برنده	۵
۱/۲۳	برخورد نادرست مسئولان با گردشگران کشاورزی	➔	←	احیا و عرضه مراسم مذهبی و فرهنگی محلی در مزارع یا روستاها	۱/۲۷
۳/۲۲	تعارض میان فرهنگ گردشگران و مردم منطقه	➔	←	برخورد مناسب جامعه میزبان با گردشگران**	۳/۷۶
۴/۶۷	تغییر شیوه زندگی، آداب و رسوم و فرهنگ روستا**	➔	←	توسعه فرهنگ گردشگری کشاورزی در جامعه	۱/۳۴
۴/۳۹	افول صنایع دستی روستا	➔	←	نهادینه‌سازی مهمان‌پذیری و فرهنگ گردشگرپذیری در میان کشاورزان و روستاییان	۱/۷۴
جمع		-۱۳/۶۱	۸/۱۱	جمع	

* علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

وضعیت موجود موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل فیزیکی کالبدی مؤثر بر پایداری گردشگری کشاورزی در جدول ۳ ارائه شده است. بیشترین امتیاز عوامل پیش‌برنده فیزیکی کالبدی به شاخص «مستعدبودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی» با نمره میانگین (۴/۹۲) و بیشترین امتیاز عوامل بازدارنده فیزیکی کالبدی به شاخص «گرایش اغلب مردم به استفاده اختصاصی از فضای روستا در قالب ویلا و باغ خصوصی» با نمره میانگین (۴/۸۸) مربوط است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده ۳۴/۵۳ است؛ بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است برآیند امتیاز نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده هر دو به ۳۴/۵۳ برسد.

جدول ۳. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل فیزیکی کالبدی

Table 3. Physical Facilitators and barriers

		فیزیکی کالبدی			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	←	نیروهای پیش‌برنده	۵
۴/۱۷	پایین بودن کیفیت و استانداردنبودن بسیاری از سایت‌ها	➔	←	طراحی و احداث معابر جدید در منطقه و مکان‌های گردشگری براساس اصول فنی	۱/۷۶
۴/۴۷	سرمایه‌گذاری نامناسب و اندک در بخش‌های زیربنایی گردشگری کشاورزی	➔	←	مستعدبودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی**	۴/۹۲
۴/۲۱	کمبود زیرساخت‌های گردشگری کشاورزی	➔	←	موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی	۳/۱۴
۴/۵۲	فقر و بیکاری مردم روستا	➔	←	مطرح‌بودن به‌مثابه قطب کشاورزی	۴/۹۱
۴/۶۸	از بین رفتن اراضی کشاورزی و کوچک‌بودن آنها	➔	←	وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی و گیاهان دارویی	۴/۴۶
۲/۶۶	فاصله روستا تا شهرستان	➔	←	قابلیت تبدیل خانه‌های روستایی به اقامت بوم‌گردی	۲/۶۸
۴/۵۸	کمبود تسهیلات و تجهیزات اقامتی در روستاها	➔	←	بهبود خطوط ارتباطی در روستا	۴/۵۷
۴/۱۲	نامناسب‌بودن و کمبود تسهیلات رفاهی در روستا (رستوران و...)	➔	←	تهیه نقشه مزارع گردشگری	۱/۱۳
۴/۷۷	نبود مکانی در روستا یا مزارع برای برپایی جشنواره‌های فرهنگی تفریحی و پخت غذاهای محلی	➔	←	توسعه آژانس‌های گردشگری و ارائه تورهای گردشگری کشاورزی	۱/۶۳
۳/۸۴	تعارض گردشگری کشاورزی با فعالیت‌های اولیه کشاورزی	➔	←	بازسازی بناهای تخریب‌شده برای استفاده گردشگران	۱/۱۱

۳/۵۷	نبود فضای مناسب برای پارک مناسب و مطمئن اتومبیل	➔	➔	جمع‌آوری فضولات دامی از محیط روستا و مزرعه	۱/۰۸
۴/۸۸	گرایش بیشتر مردم به استفاده اختصاصی از فضای روستا در قالب ویلا و باغ خصوصی**	➔		-	۱/۷۱
۳/۳۴	نبود فناوری پیشرفته در فعالیت‌های کشاورزی	➔		-	۲/۵۹
۴/۰۸	مواد غذایی و سایر محصولات مزرعه که به خوبی ترویج و سازماندهی نشده‌اند	➔		-	۴/۲۶
۴/۴۹	صاحبان متعدد یک مزرعه	➔			۳/۸۴
۴/۲۸	نبود تسهیلات و امکانات درمانی	➔		-	
۲/۴۱	نبود شبکه امداد جاده‌ای	➔			
	جمع	-۶۹/۰۷	۳۱/۴۴	جمع	

جدول ۴ وضعیت موجود موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل سیاستی قانونی مؤثر بر پایداری گردشگری کشاورزی را نشان می‌دهد. بیشترین امتیاز عوامل پیش‌برنده سیاستی قانونی به شاخص «ارائه تدابیر مناسب برای جلوگیری از تغییر کاربری باغی و زراعی به مسکونی» با نمره میانگین (۲/۶۸) و بیشترین امتیاز عوامل بازدارنده سیاستی قانونی به شاخص «مشکل در گرفتن مجوزها» با نمره میانگین (۴/۹۱) مربوط است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده ۳۰/۱۸ است.

جدول ۴. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل سیاستی قانونی

Table 4. Political-legal Facilitators and barriers

		سیاستی قانونی			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	➔	نیروهای پیش‌برنده	۵
۱/۶۴	قوانین محیطی سختگیرانه	➔	➔	تصویب قوانین و مقررات گردشگری کشاورزی	۱
۴/۶۹	ارائه نشدن تسهیلات برای احداث سایت گردشگری و سرمایه‌گذاری نکردن دولت در این زمینه	➔	➔	ارائه تدابیر مناسب از طرف مسئولان برای برقراری و حفظ نظم عمومی منطقه	۲/۶۶
۴/۵۹	نارسایی و ضعف قوانین و مقررات در حوزه گردشگری کشاورزی	➔	➔	وجود طرح‌های دولتی برای تشویق و پشتیبانی از اقدامات و ابتکارات گردشگری کشاورزی	۱
۳/۴۱	اجرای با تأخیر اصلاحات ارضی	➔	➔	ایجاد کارگروه مشخص گردشگری کشاورزی	۱/۰۳

۴/۹۱	مشکل در گرفتن مجوزها**	→	←	ارائه تسهیلات و سیاست‌های تشویقی دولت برای جذب سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری کشاورزی	۱
۴/۷۱	نبود برنامه‌ریزی مدون و چهارچوب نهادی و قانونی مشخص نظیر تشکیلات توانمند دولتی در زمینه گردشگری کشاورزی	→	←	ارائه تدابیر مناسب برای جلوگیری از تغییر کاربری باغی و زراعی به مسکونی**	۲/۶۸
۳/۴۶	درآمد کم خانوارها	→	←	شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری کشاورزی و معرفی آنها به علاقه‌مندان	۱/۱۸
۴/۶۸	بی‌توجهی به گردشگری کشاورزی در طرح جامع گردشگری استان	→	←	بهبود فرایند نظارت بر واحدهای ارائه خدمات گردشگری کشاورزی	۱
۴/۵۸	نداشتن احساس ضرورت برای تنوع‌بخشی به اقتصاد تک‌محصولی	→		-	
۴/۶۶	دخالت دولت از سطح کلان تا اجرای پروژه بدون مشارکت ذی‌نفعان	→		-	
۴/۲۸	نبود تعریفی مشخص از گردشگری کشاورزی در قوانین و آیین‌نامه‌ها	→		-	
۳/۲۱	بی‌ثباتی مدیریتی	→		-	
جمع		-۴۸/۸۲	۱۱/۵۵	جمع	

** علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

وضعیت موجود موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل مدیریتی مؤثر بر پایداری گردشگری کشاورزی در جدول ۵ ارائه شده است. بیشترین امتیاز عوامل پیش‌برنده مدیریتی به شاخص «برگزاری کارگاه‌های علمی آموزشی، نشست‌های شخصی و کنفرانس‌های کشاورزی» با نمره میانگین (۲/۸۴) و بیشترین امتیاز عوامل بازدارنده مدیریتی به شاخص «دغدغه‌نداشتن مسئولان شهرستان در زمینه گردشگری کشاورزی» با نمره میانگین (۴/۶۲) مربوط است و همان‌طور که علامت پیکان مربوط به این دو شاخص نشان می‌دهد، نسبت به سایر شاخص‌ها بزرگ‌تر است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده ۱۹/۲۷ است؛ بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است برآیند امتیاز نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده هر دو به ۱۹/۲۷ برسد.

جدول ۵. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل مدیریتی

Table 5. Managerial Facilitators and barriers

		مدیریتی			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	←	نیروهای پیش‌برنده	۵
۳/۱۸	فقدان امنیت در بعضی مناطق و نبود احساس امنیت در گردشگران	➔	←	نگرش مسئولان منطقه به مزایای اقتصادی گردشگری کشاورزی	۱/۶۲
۴/۲۲	ضعف نیروی انسانی شاغل در بخش گردشگری کشاورزی	➔	←	برگزاری کارگاههای علمی آموزشی، نشست‌های شخصی و کنفرانس‌های کشاورزی**	۲/۸۴
۳/۲۱	فقدان هماهنگی بین سازمان‌ها و وزارتخانه‌های متصدی گردشگری	➔	←	تربیت و پشتیبانی از نیروی متخصص و آموزش‌دیده در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری کشاورزی	۱/۲۱
۴/۴۷	ضعف خدمات راهنمایی و مشاوره به گردشگران کشاورزی	➔		-	
۳/۵۸	نبود برنامه‌ریزی آموزشی برای آشنایی گردشگران با خصوصیات فرهنگی و اعتقادی مردم	➔		-	
۳/۷۲	تعدد نهادهای تصمیم‌گیری در زمینه گردشگری و نبود وحدت رویه و هماهنگی میان نهادهای تصمیم‌گیرنده	➔		-	
۳/۷۶	فقدان مهارت‌های مدیریتی در میان افراد درگیر در پروژه‌های گردشگری کشاورزی	➔		-	
۲/۱۲	ستی بودن مدیریت میراث فرهنگی	➔		-	
۴/۶۲	دغدغه نداشتن مسئولان شهرستان در زمینه گردشگری کشاورزی**	➔		-	
	جمع	-۳۲/۸۸	۵/۶۷	جمع	

* علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

وضعیت موجود موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل ارتباطی تبلیغی مؤثر بر پایداری گردشگری کشاورزی نشان می‌دهد بیشترین امتیاز عوامل پیش‌برنده ارتباطی تبلیغی به شاخص «اطلاع‌رسانی به موقع در ارتباط با برگزاری نمایشگاههای کشاورزی» با نمره میانگین (۳/۲۸) و بیشترین امتیاز عوامل بازدارنده ارتباطی تبلیغی به شاخص «ضعف تبلیغات در زمینه شناساندن توانمندی‌های گردشگری کشاورزی منطقه» با نمره میانگین (۴/۸۸) مربوط است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده ۱۸/۷۹ است؛ بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است برآیند امتیاز نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده هر دو به ۱۸/۷۹ برسد (جدول ۶).

جدول ۶. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل ارتباطی تبلیغی

Table 6. Communication Facilitators and barriers

		ارتباطی تبلیغی			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	←	نیروهای پیش‌برنده	۵
۴/۸۸	ضعف تبلیغات در زمینه شناساندن توانمندی‌های گردشگری کشاورزی منطقه**	➔	←	ایجاد بانک اطلاعات گردشگری کشاورزی	۱/۴۴
۳/۳۶	کمبود اطلاعات درباره نیازها و خواسته‌های گردشگران کشاورزی	➔	←	تهیه فیلم مستند در زمینه جاذبه‌های گردشگری کشاورزی	۱/۶۸
۳/۷۶	سیستم اطلاع‌رسانی ناقص و روابط عمومی ضعیف در ارتباط با گردشگری کشاورزی	➔	←	چاپ و توزیع بروشورهای گردشگری کشاورزی، تهیه نشریات محلی و کتابچه‌های راهنمای گردشگری کشاورزی	۱/۱۴
۴/۷۵	آشنایی کم گردشگران با جاذبه‌های طبیعی و ظرفیت‌های گردشگری کشاورزی منطقه	➔	←	ایجاد پایگاه و شبکه اطلاع‌رسانی در زمینه گردشگری کشاورزی	۱/۲۷
۴/۶۲	فقدان شبکه اطلاع‌رسانی درست و به موقع درباره گردشگری کشاورزی	➔	←	اطلاع‌رسانی به موقع درباره برگزاری نمایشگاه‌های کشاورزی**	۳/۲۸
	-		←	ارائه اطلاعات درست به گردشگران کشاورزی	۲/۱۸
	-		←	تبلیغات در صداوسیما استان درباره گردشگری کشاورزی	۲/۱۵
	-		←	حضور مسئولان و مدیران شهرستان و استان در زمان برگزاری نمایشگاه‌های عرضه محصولات	۲/۵۴
	جمع	-۲۱/۳۷	۱۶/۲۲	جمع	

* علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

جدول ۷ وضعیت موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل زیرساخت فکری مؤثر بر پایداری گردشگری کشاورزی را نشان می‌دهد. بیشترین امتیاز عوامل پیش‌برنده زیرساخت فکری به شاخص «توجه دانشگاهی به حوزه کشاورزی و وجود واحد دانشگاهی در استان» با نمره میانگین (۳/۲۶) و بیشترین امتیاز عوامل بازدارنده زیرساخت فکری به شاخص «آموزش ندادن مردم بومی در مناطق مختلف درباره ظرفیت‌های گردشگری کشاورزی منطقه» با نمره میانگین (۴/۸۲) مربوط است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده نیز ۲۹/۸۴ است.

جدول ۷. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل زیرساخت فکری

Table 7. Mental Facilitators and barriers

		زیرساخت فکری			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	←	نیروهای پیش‌برنده	۵
۲/۵۴	فقدان تلقی مثبت درباره گردشگری کشاورزی در بین مردم و مسئولان	➔	←	توسعه آموزش نیروی انسانی در فعالیت‌های بخش گردشگری کشاورزی به‌منظور ارائه خدمات کارآمد در این بخش	۱/۵۲
۴/۸۲	آموزش ندادن مردم بومی در مناطق مختلف درباره ظرفیت‌های گردشگری کشاورزی منطقه**	➔	←	توجه دانشگاهی به حوزه کشاورزی و وجود واحد دانشگاهی در استان**	۳/۲۶
۴/۷۶	آشنابودن کشاورزان با مزایا و اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی	➔	←	پژوهش‌های کافی و تقاضامحور در بخش گردشگری کشاورزی	۱/۴۱
۲/۳۶	انگیزه ناکافی روستاییان برای مشارکت در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی	➔	←	آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و مدیریت سایت گردشگری	۱/۷۱
۴/۱۲	نبود نیروی متخصص و آموزش دیده در زمینه گردشگری کشاورزی در منطقه	➔	←	ارتقای سطح دانش کارکنان واحدهای خدمات‌رسانی به گردشگران کشاورزی در همه امور	۱/۵۴
۳/۳۸	نداشتن تعریف جامع و کامل و ناشناخته‌بودن مفهوم گردشگری کشاورزی	➔		-	
۴/۲۸	آموزش ندیدن مروج محلی در زمینه نحوه مدیریت محیط‌های گردشگری کشاورزی	➔		-	
۳/۳۱	پایین بودن سطح دانش گردشگری کشاورزی مردم و وجود دانش گردشگری کشاورزی به‌صورت بومی و سنتی	➔		-	
۴/۴۸	ناآگاهی کشاورزان از نحوه کسب درآمد از گردشگری کشاورزی	➔		-	
۴/۲۶	انجام طرح‌های گردشگری کشاورزی به نحوی که با اصول و مبانی گردشگری کشاورزی پایدار مغایر است و صرفاً به کاربری سرگرمی و تفریحی توجه دارد	➔		-	
۴/۱۸	نارضایتی از مشاغل کشاورزی	➔		-	
۴/۳۸	نارضایتی از شرایط زندگی و زیست اقتصادی	➔		-	
۳/۳۸	ضعف آموزش و ناآگاهی روستاییان و مسئولان محلی (شوراها و دهیار) در زمینه علایق و خواسته‌های گردشگران	➔		-	
	جمع	-۵۰/۲۵	۹/۴۴	جمع	

* علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

جدول ۸ وضعیت موجود موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل مشارکتی مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری کشاورزی را نشان می‌دهد. بیشترین امتیاز عوامل پیش‌برنده مشارکتی به شاخص «مشارکت روستاییان و مردم بومی در زمینه راهنمایی گردشگران» با نمره میانگین (۲/۴۴) و بیشترین امتیاز عوامل بازدارنده زیرساخت فکری به شاخص «مشارکت ضعیف آژانس‌های گردشگری در زمینه گردشگری کشاورزی» با نمره میانگین (۴/۳۳) مربوط است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده ۱۷/۰۲ است؛ بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است برآیند امتیاز نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده هر دو به ۱۷/۰۲ برسد.

جدول ۸. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل مشارکتی

Table 8. Participatory Facilitators and barriers

		مشارکتی			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	←	نیروهای پیش‌برنده	۵
۳/۴۱	افزایش حجم کاری اعضای خانواده	➔	←	بسترسازی مناسب به‌منظور مشارکت سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی	۱/۴۸
۴/۱۲	لزوم حضور همیشگی اعضای خانواده در مزرعه	➔	←	تشکیل تعاونی و همکاری شوراهای و دهیاری‌ها برای جذب گردشگر کشاورزی	۱/۸۴
۴/۲۸	همکاری ضعیف تعاونی‌های روستایی در فعالیت‌های گردشگری	➔	←	مشارکت مردم بومی در زمینه گردشگری کشاورزی	۲/۱۸
۴/۳۳	مشارکت ضعیف آژانس‌های گردشگری در گردشگری کشاورزی**	➔	←	مشارکت روستاییان و مردم بومی در راهنمایی گردشگران**	۲/۴۴
۴/۲۷	بی‌رغبتی جوانان به اشتغال در روستا	➔	←	مشارکت روستاییان برای انتخاب روستا به‌منابه منطقه گردشگری	۱/۳۸
۴/۳۲	بی‌اعتمادی به زنان در راه‌اندازی کسب و کار	➔		-	
	جمع	-۲۴/۷۳	۹/۳۲	جمع	

* علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

جدول ۹ وضعیت موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل بازاریابی مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری کشاورزی را نشان می‌دهد. بیشترین امتیاز عوامل پیش‌برنده بازاریابی به شاخص «تقاضای گردشگران برای مقاصد گردشگری کشاورزی و محصولات ارگانیک محلی» با نمره میانگین (۳/۳۱) و بیشترین امتیاز عوامل بازدارنده بازاریابی به شاخص «شناختن بازار و قابلیت‌های آن توسط مردم محلی و گردشگران» با نمره میانگین (۴/۲۸) مربوط است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده ۱۳/۹۳ است؛ بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است برآیند امتیاز نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده هر دو به ۱۳/۹۳ برسد.

جدول ۹. نیروهای پیش‌برنده و بازدارنده مرتبط با عامل بازاریابی

Table 9. Facilitators and barriers related to marketing

		بازاریابی			
۵	نیروهای بازدارنده	➔	➔	نیروهای پیش‌برنده	۵
۴/۱۲	بازاریابی نامناسب	➔	➔	تقاضای گردشگران برای مقاصد گردشگری کشاورزی و محصولات ارگانیک محلی**	۳/۳۱
۴/۰۸	نامناسب بودن بازار محصولات کشاورزی و دامی منطقه	➔	➔	خلق و ایجاد محصول جدید یا نوع کشت جدید	۱/۳۶
۴/۲۸	ناآگاهی مردم محلی و گردشگران از بازار و قابلیت‌های آن**	➔	➔	برندسازی برای محصولات کشاورزی	۱/۲۶
۴/۱۰	کمبود بازارچه‌های کوچک برای فروش محصولات تولیدی روستاییان و کشاورزان	➔	➔	استفاده از فناوری‌های مدرن برای فعالیت‌های کشاورزی	۲/۲۱
-	-		➔	برگزاری نمایشگاههایی از محصولات محلی و کشاورزی منطقه	۲/۰۴
-	-		➔	تثبیت نرخ محصولات کشاورزی	۱/۱۰
جمع		-۱۶/۵۸	۱۱/۲۸	جمع	

* علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

مقایسه موانع و تسهیل‌کننده‌های مؤثر بر پایداری گردشگری کشاورزی در هشت بعد و به صورت کلی در جدول ۱۰ ارائه شده است. همان‌طور که برآیند امتیازها نشان می‌دهد از هشت عامل پیش‌برنده و بازدارنده در تمامی ابعاد برآیند امتیاز بازدارنده‌ها بیشتر است و این امر نشان می‌دهد که بازدارنده‌ها در وضعیت موجود قوی‌ترند. همان‌گونه که مجموع برآیند امتیاز پیش‌برنده‌ها و بازدارنده‌ها در وضع موجود نیز نشان می‌دهد، برآیند نیروها در سمت بازدارنده‌ها (۲۷۷/۳۱) قوی‌تر از پیش‌برنده‌ها (۱۰۳/۰۳) است و این نشان می‌دهد که به‌طور کلی پایداری گردشگری کشاورزی در وضع موجود در غرب مازندران با موانع بیشتر و بازدارندگی بیشتری همراه است.

جدول ۱۰. مقایسه نیروهای مرتبط با عوامل پیش‌برنده و بازدارنده

Table 10. Comparison of facilitators and barriers

برآیند	نیروهای بازدارنده	➔	➔	نیروهای پیش‌برنده	برآیند
-۱۳/۶۱	اجتماعی فرهنگی	➔	➔	اجتماعی فرهنگی	۸/۱۱
-۶۹/۰۷	فیزیکی کالبدی	➔	➔	فیزیکی کالبدی	۳۱/۴۴
-۴۸/۸۲	سیاستی قانونی	➔	➔	سیاستی قانونی	۱۱/۵۵
-۳۲/۸۸	مدیریتی	➔	➔	مدیریتی	۵/۶۷
-۲۱/۳۷	ارتباطی تبلیغی	➔	➔	ارتباطی تبلیغی	۱۶/۲۲
-۵۰/۲۵	زیرساخت فکری	➔	➔	زیرساخت فکری	۹/۴۴
-۲۴/۷۳	مشارکتی	➔	➔	مشارکتی	۹/۳۲
-۱۶/۵۸	بازاریابی	➔	➔	بازاریابی	۱۱/۲۸
۲۷۷/۳۱	جمع	➔	➔	جمع	۱۰۳/۰۳

* علامت منفی نشان‌دهنده بازدارندگی عامل است.

نتیجه‌گیری

موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران از طریق مصاحبه با کارشناسان شناسایی و در هشت عامل طبقه‌بندی شد. از نظر کارشناسان در عامل اجتماعی فرهنگی به‌منظور توسعه پایدار گردشگری کشاورزی لازم است به شاخص‌هایی مانند احیای مراسم مذهبی و سنتی منطقه در کنار مزارع توجه شود. با توجه به ناشناخته‌بودن گردشگری کشاورزی در بین کشاورزان و گردشگران، لازم است فرهنگ‌سازی در این زمینه و آموزش جامعه میزبان در زمینه استقبال از گردشگران و برخورد مناسب با آنها مدنظر قرار گیرد.

موانع موجود در عامل اجتماعی فرهنگی از نظر کارشناسان، افول صنایع دستی و تضعیف فرهنگ سنتی مردم روستا به‌ویژه کشاورزان است که سبب شده است روستاها جذابیتی برای گردشگران نداشته باشند. تعارض و تضاد میان فرهنگ گردشگران و جوامع محلی نیز مانعی در مسیر توسعه پایدار گردشگری کشاورزی است که لازم است برای رفع آن تلاش شود.

عامل فیزیکی کالبدی ۱۱ شاخص به‌مثابه تسهیل‌کننده و ۱۷ شاخص به‌مثابه مانع دارد. از نظر پاسخگویان وجود شاخص‌هایی چون مستعدبودن منطقه برای سرمایه‌گذاری، مطرح‌بودن به‌عنوان قطب کشاورزی، وسعت زمین‌های کشاورزی و تنوع محصولات کشاورزی در آن، توسعه آژانس‌های گردشگری، بازسازی بناهای تخریب‌شده و قابلیت تبدیل خانه‌ها به اقامتگاه بوم‌گردی و رفع موانعی مانند نبود زیرساخت‌ها و کمبود سرمایه‌گذاری کافی در بخش‌های زیربنایی، کمبود تسهیلات و تجهیزات اقامتی، نبود پارکینگ مناسب در روستا، تعارض فعالیت‌های گردشگری کشاورزی با فعالیت‌های کشاورزی، از بین رفتن زمین‌های کشاورزی، نبود فناوری پیشرفته در فعالیت‌های کشاورزی و... به پایداری توسعه گردشگری کشاورزی کمک می‌کند.

در عامل سیاستی قانونی ۸ شاخص به‌مثابه تسهیل‌کننده و ۱۲ شاخص به‌مثابه مانع معرفی شد. توجه دولت به تسهیل‌کننده‌هایی مانند تصویب قانون گردشگری کشاورزی، وضع قانونی برای جلوگیری از تغییر کاربری اراضی، شناسایی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و نظارت بهینه بر فرایند واحدهای ارائه خدمات گردشگری کشاورزی و رفع بازدارنده‌هایی مانند مشکل گرفتن مجوز، بی‌توجهی به گردشگری کشاورزی در طرح جامع گردشگری استان، نداشتن احساس ضرورت برای تنوع‌بخشی به اقتصاد تک‌محصولی، دخالت‌نکردن ذی‌نفعان در توسعه پایدار گردشگری کشاورزی، نبود تعریف مشخص از گردشگری کشاورزی و... به توسعه پایدار گردشگری کشاورزی کمک می‌کند.

در عامل مدیریتی ۳ شاخص به‌مثابه تسهیل‌کننده و ۹ شاخص به‌مثابه مانع معرفی شده است. در واقع در عامل مدیریتی تقویت بخش مدیریتی در حوزه گردشگری کشاورزی و اجرای اقدامات مختلف از سوی مدیران و همچنین برطرف کردن ضعف‌های مدیران در زمینه گردشگری کشاورزی به توسعه آن کمک می‌کند.

در عامل ارتباطی تبلیغی ۸ شاخص به‌مثابه تسهیل‌کننده و ۵ شاخص به‌مثابه مانع شناسایی شد. در این عامل کارشناسان به تهیه و ارائه برنامه‌های آموزشی تبلیغی در زمینه ایجاد آگاهی و دانش درباره گردشگری کشاورزی در بین کشاورزان و گردشگران به‌مثابه تسهیل‌کننده اشاره و از نبود برنامه‌های مناسب در این زمینه به‌مثابه مانع یاد کردند.

عامل زیرساخت فکری با ۱۸ شاخص، یکی دیگر از عواملی بود که برای توسعه پایدار گردشگری کشاورزی مورد

توجه کارشناسان قرار گرفت و به آن اشاره کردند. در این عامل به ذهنیت و دیدگاه قشرهای مختلف جامعه مانند مسئولان، گردشگران و کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی اشاره شده و همچنین بیان این نکته که لازم است توسعه آموزش‌ها، ارتقای سطح دانش و توجه دانشگاهی به گردشگری کشاورزی مدنظر قرار گیرد. نبود تخصص، مهارت، آموزش و انگیزه کافی در میان کشاورزان از موانع عمده توسعه پایدار گردشگری کشاورزی برشمرده شده است. به‌منظور توسعه پایدار گردشگری کشاورزی لازم است مشارکت و همکاری بخش خصوصی، دولتی و مردم محلی مدنظر قرار گیرد و بسترهای لازم برای این مشارکت و رفع موانع آن مورد توجه باشد. کارشناسان به این عامل نیز اشاره کرده‌اند. از نظر کارشناسان در زمینه توسعه پایدار گردشگری کشاورزی، عامل بازاریابی به‌ویژه در زمینه محصولات کشاورزی بسیار مهم بوده و لازم است که موانع این حوزه رفع و تسهیل شود و کشاورزان نیز در این زمینه توانمند شوند.

پس از شناسایی موانع و تسهیل‌کننده‌ها، وضعیت موجود غرب استان مازندران از لحاظ موانع و تسهیل‌کننده‌ها بررسی شد. نتایج نشان داد در عامل پیش‌برنده اجتماعی فرهنگی، قوی‌ترین شاخص با بیشترین میانگین در وضعیت موجود، برخورد مناسب جامعه میزبان با گردشگران است. می‌توان گفت که برخورد مناسب میزبان و کشاورزان در رویارویی با گردشگران و پذیرایی از آنها در جذب و جلب علاقه گردشگران و همچنین پایداری گردشگری کشاورزی تأثیر بسزایی دارد که در این عامل و در وضعیت موجود در رتبه نخست قرار گرفته است. در این زمینه نتیجه پژوهش غفوری (۱۳۹۳) نیز این مطلب را تأیید می‌کند که برخورد مناسب جامعه میزبان در جذب گردشگر مؤثر است.

در بخش مربوط به عوامل بازدارنده اجتماعی فرهنگی، شاخص تغییر شیوه زندگی، آداب و رسوم و فرهنگ روستا در وضعیت موجود، مانعی در راه توسعه گردشگری کشاورزی است. تغییر نحوه زندگی روستاییان در سال‌های گذشته و الگوگرفتن از زندگی شهری در بسیاری از جنبه‌های کشاورزی، دامداری، نحوه زندگی و حتی فرهنگ و آداب و رسوم سبب کاهش جذابیت بعد فرهنگی زندگی آنها برای بسیاری از افراد و در نتیجه تأثیر منفی بر پایداری و توسعه گردشگری به‌ویژه گردشگری کشاورزی شده است. نتیجه پژوهش Kisi (2019) نیز این مطلب را تأیید می‌کند.

عامل فیزیکی کالبدی به‌مثابه دومین عامل پیش‌برنده و بازدارنده پایداری گردشگری کشاورزی شناسایی شد. در عامل پیش‌برنده فیزیکی کالبدی، قوی‌ترین شاخص، مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی و قوی‌ترین مانع یا بازدارنده، گرایش بیشتر مردم به استفاده اختصاصی از فضای روستا در قالب ویلا و باغ خصوصی است. همان‌طور که اشاره شد، استان مازندران به‌ویژه غرب آن از لحاظ جاذبه‌های گوناگون و ظرفیت‌های کشاورزی در کشور جایگاه بالایی دارد؛ در واقع مطرح بودن به‌مثابه قطب کشاورزی کشور و نخستین استان مسافرپذیر در کشور، ظرفیت و قابلیت مناسبی برای توسعه گردشگری کشاورزی است که دهیاران نیز به آن اشاره کرده‌اند؛ بنابراین لازم است برای توسعه پایدار گردشگری کشاورزی به‌مثابه یک ظرفیت مدنظر قرار گیرد.

در بخش موانع همان‌گونه که مشاهده می‌شود، کشاورزان بیشتر به تبدیل مزارع و کشتزارهای خود به ویلا و باغ شخصی تمایل دارند که این نشان از ناآگاهی و خطرپذیری کم آنها دارد. در این زمینه لازم است با تدوین برنامه‌های

آموزشی و واقعی کردن نتایج اقتصادی گردشگری کشاورزی برای کشاورزان، این ذهنیت و دیدگاه را در آنها کم‌رنگ کرد. بر این اساس بذرافشان و سامانی (۱۳۹۸)، Kisi (2019) و Parkar (2015) در پژوهش‌های خود همسو با نتیجه این پژوهش بر این موضوع تأکید کردند که فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب و فراهم‌بودن آنها برای توسعه گردشگری مؤثر است؛ به طوری که نبود آنها یک مانع و بازدارنده است.

در عامل سیاستی قانونی قوی‌ترین شاخص در پیش‌برنده‌ها، ارائه تدابیر مناسب برای جلوگیری از تغییر کاربری باغی و زراعی به مسکونی و قوی‌ترین بازدارنده، مشکل در گرفتن مجوزهاست.

همان‌طور که در بخش فیزیکی کالبدی نیز اشاره شد، کشاورزان بیشتر تمایل دارند زمین زراعی خویش را به ویلا تبدیل کنند. با توجه به از بین رفتن و کاهش زمین‌های زراعی در سال‌های گذشته، دهیاران اذعان کردند که در این زمینه دولت و مسئولان واکنش نشان داده و برای ویلاسازی قوانین سختگیرانه تصویب کرده‌اند که در شرایط موجود تصمیم شایسته و درستی است؛ اما در بخش بازدارنده‌ها بیشتر پاسخگویان هم‌نظر بودند که گرفتن مجوز گردشگری کشاورزی کار ساده‌ای نیست و طی کردن پروسه طولانی سبب بی‌انگیزگی کشاورزان می‌شود. این مهم به‌جد نیازمند برنامه‌ریزی کارشناسانه است که تصویب قوانین تبدیل‌نکردن اراضی به ویلا مغایرتی با صدور مجوز ایجاد سایت گردشگری کشاورزی نداشته باشد. مطالعات بذرافشان و سامانی (۱۳۹۸)، Kisi (2019)، Giaccio et al. (2018) و Calina et al. (2017) در زمینه قوانین سختگیرانه محیط‌زیستی به‌مثابه پیش‌برنده و طولانی‌بودن پروسه دریافت مجوز و کاغذبازی این نتیجه را تأیید می‌کند.

در عامل مدیریتی براساس دیدگاه پاسخگویان قوی‌ترین پیش‌برنده در وضعیت موجود، برگزاری کارگاه‌های علمی آموزشی، نشست‌های شخصی و کنفرانس‌های کشاورزی و نیرومندترین مانع، دغدغه‌مندنبودن مسئولان شهرستان در زمینه گردشگری کشاورزی است. در واقع در بخش پیش‌برنده‌ها وضعیت موجود تمامی شاخص‌ها در سطح پایینی است که به برنامه‌های کارشناسی دقیق نیاز دارد؛ اما پاسخگویان بیان کردند که در سال‌های گذشته تعداد محدودی کلاس در زمینه گردشگری کشاورزی برگزار شد که متوقف شد و ادامه‌دار نبود؛ بنابراین با توجه به پیگیر نبودن مسئولان، کشاورزان نیز از آنها استقبال نکردند و این شاخص نسبت به شاخص‌های دیگر در این بعد امتیاز نسبتاً بیشتری را کسب کرد. نتایج پژوهش محمودی چناری و همکاران (۱۳۹۹)، بذرافشان و سامانی (۱۳۹۸) و رضوانی و همکاران (۱۳۹۵) در برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی و درباره دغدغه‌مندنبودن مسئولان در زمینه گردشگری کشاورزی مهر تأییدی بر این نتیجه‌گیری است. در واقع زمانی که مسئولان درباره گردشگری، اهمیت آن و همچنین مزایای آن از جنبه‌های مختلف اطلاعات داشته باشند و به این باور دست یابند که گردشگری کشاورزی می‌تواند به توسعه و پیشرفت کشاورزی و مناطق روستایی کمک کند، برای برنامه‌ریزی، تصویب قانون و انجام فعالیت‌های مؤثر اقدام می‌کنند.

در عامل ارتباطی تبلیغی در بخش پیش‌برنده‌ها، قوی‌ترین و تأثیرگذارترین شاخص از نظر پاسخگویان اطلاع‌رسانی به‌موقع درباره برگزاری نمایشگاه‌های کشاورزی و قوی‌ترین بازدارنده، اطلاع‌رسانی و تبلیغات ضعیف در زمینه شناساندن توانمندی‌های گردشگری کشاورزی منطقه است که با نتیجه مطالعه عنابستانی و مرادی (۱۳۹۶) همسوست.

آنها بر لزوم تبلیغ و اطلاع‌رسانی در زمینه گردشگری کشاورزی تأکید کردند. در واقع توسعه، پیشرفت و همگانی شدن هر عاملی نیازمند تبلیغ و اطلاع‌رسانی است. گردشگری کشاورزی نیز با توجه به نوباد بودن آن در کشور و ضعف برنامه‌های تبلیغی و اطلاع‌رسانی توسعه آن از لحاظ تبلیغی و آموزشی نیازمند برنامه‌ریزی و کار برنامه‌ریزی شده و فرهنگی است که لازم است مدنظر قرار گیرد.

در بخش پیش‌برنده‌های مرتبط با عامل زیرساخت فکری، قوی‌ترین شاخص، توجه دانشگاهی به حوزه کشاورزی و وجود واحد دانشگاهی در استان است و در بخش بازدارنده‌ها، نیرومندترین شاخص به آموزش ندادن مردم بومی در مناطق مختلف در زمینه ظرفیت‌های گردشگری کشاورزی مربوط است. همان‌طور که بارها اشاره شد، گردشگری کشاورزی پدیده‌ای جدید است که اطلاعات و دانشی درباره آن در بین کشاورزان و گردشگران وجود ندارد. بسیاری از کشاورزان از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های این بخش اطلاعی ندارند و از نحوه کسب درآمد از گردشگری کشاورزی و مدیریت آن بی‌اطلاع هستند. این مطلب را بذرافشان و سامانی (۱۳۹۸) و رضوانی و همکاران (۱۳۹۵) نیز در مطالعه خود بیان و آن را تأیید کردند.

همان‌گونه که در بخش پیشینه و مبانی نظری اشاره شده، این صنعت در کشورهای توسعه‌یافته بسیار مورد توجه قرار گرفته است، اما در کشور ما با توجه به بدیع و نبودن آن پژوهش‌هایی انجام شده و در حال انجام است؛ اما اینکه چقدر نتایج پژوهش‌ها مدنظر قرار گیرد و عملیاتی شود، خود جای بررسی و مطالعه دارد.

در بخش پیش‌برنده مربوط به عامل مشارکتی، نیرومندترین شاخص از نظر دهباران مشارکت روستاییان و مردم بومی در راهنمایی گردشگران و نیرومندترین بازدارنده در عامل مشارکتی، مشارکت ضعیف آژانس‌های گردشگری در گردشگری کشاورزی است. همبستگی و مشارکت مردم محلی نشان از فرهنگ غنی میهمان‌نوازی در آنها دارد که در غرب استان مازندران نیز به‌مثابه یک ظرفیت در وضعیت موجود شناخته شده است. این همکاری در کمک به گردشگران و راهنمایی آنها در زمینه‌های مختلف پتانسیلی برای توسعه گردشگری کشاورزی است که می‌توان از آن استفاده کرد؛ اما فعالیت ضعیف آژانس‌های گردشگری کشاورزی در زمینه معرفی جاذبه‌های گردشگری مانعی در این مسیر است که این نشان از ناآشنایی آنها با ظرفیت‌های این بخش و نحوه بهره‌گیری از آنها و ناآگاهی از این مسئله دارد و نیازمند آموزش است. مطالعات غفوری (۱۳۹۳) و Kisi (2019) درباره مشارکت و همکاری جامعه میزبان در کمک و راهنمایی گردشگران و فعالیت ضعیف آژانس‌ها و تورهای گردشگری در راستای نتیجه پژوهش پیش‌روست. در عامل بازاریابی و در بخش پیش‌برنده‌ها، نیرومندترین شاخص به تقاضای گردشگران برای مقاصد گردشگری کشاورزی و محصولات ارگانیک محلی و نیرومندترین شاخص در بخش بازدارنده‌ها، به نشناختن بازار و قابلیت‌های آن توسط مردم محلی و گردشگران مربوط است. در واقع با کشت محصولات جدید و متنوع با الگوهای کشت متفاوت می‌توان سبب جلب نظر گردشگران و جذب آنها به سوی گردشگری کشاورزی شد؛ اما بازاریابی و توانایی بازاریابی یک هنر و تخصص است که لازم است کشاورزان این مهارت و قابلیت را در خود تقویت کنند. لازم است به‌منظور بازاریابی درست، برنامه‌های آموزشی برای کشاورزان ارائه شود و واسطه‌ها حذف شوند و گردشگران درباره محصولات کشاورزی، مزایای مصارف و اهمیت خرید آنها در مزرعه و به‌صورت مستقیم توجیه شوند. پاسخگویان

بیان داشتند که گردشگران و مسافران ورودی به این منطقه استقبال خوبی از محصولات کشاورزی و محلی منطقه دارند که ظرفیت و عامل مؤثری در وضعیت موجود است؛ اما شناخت کشاورزان و گردشگران از قابلیت‌های بازار و پتانسیل‌های آن کم است و در این زمینه به آموزش و ارتقای آگاهی نیاز است. رضوانی و همکاران (۱۳۹۵) و (2010) Icoz et al. نیز در پژوهش خود بر اهمیت بازاریابی و لزوم شناخت گردشگران از بازار و قابلیت‌های آن تأکید کردند. براساس مطالب یادشده پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- انجام اقداماتی برای تقویت فرهنگ گردشگری کشاورزی؛ از جمله برگزاری جشنواره‌های روستایی و کشاورزی و احیا و عرضه مراسم مذهبی و فرهنگی محلی در مزارع یا روستاها که سبب می‌شود علاوه بر معرفی و بیان جاذبه‌های روستایی و کشاورزی، ارزش‌های فرهنگی نیز احیا و تقویت شوند.
- ساخت جاذبه‌های جدید گردشگری در کنار سایت‌های گردشگری کشاورزی که سبب جلب توجه و علاقه گردشگران و فرهنگ‌سازی با هدف توسعه گردشگری کشاورزی می‌شود.
- بهبود کیفیت جاده‌ها و مسیرهای دسترسی به سایت‌های گردشگری کشاورزی، تهیه نقشه مزارع گردشگری و توزیع آن در بین گردشگران و همچنین توسعه تورهای گردشگری و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشاورزی که به توسعه گردشگری کشاورزی و پایداری آن کمک می‌کند.
- تصویب قانون جدی در زمینه گردشگری کشاورزی، برنامه‌ریزی و اقدام عملی و کاربردی دولت در این زمینه. تسهیل صدور مجوز، حذف کاغذبازی و ارائه تسهیلات و مشوق‌هایی به کشاورزان که در تضعیف موانع و تقویت پیش‌برنده‌های فیزیکی کالبدی مؤثر است.
- ارائه اطلاعات به گردشگران و راهنمایی آنها در زمینه گردشگری کشاورزی از طریق گوشی همراه؛ تربیت و پشتیبانی از نیروی متخصص و آموزش دیده در زمینه برنامه‌ریزی و مدیریت گردشگری، ارائه آموزش‌های لازم به کارشناسان و کارکنان تورها در زمینه گردشگری کشاورزی و مهارت‌های مدیریتی به افراد درگیر در پروژه‌های گردشگری کشاورزی.
- ساخت برنامه‌های مستند، فرهنگی، آموزشی و تبلیغی در رسانه‌های مختلف درباره سایت‌های گردشگری و معرفی جاذبه‌های گردشگری کشاورزی به کل کشور از طریق رسانه ملی و سایر رسانه‌ها، چاپ و توزیع بروشورهای گردشگری کشاورزی، تهیه نشریات محلی و کتابچه‌های راهنما در زمینه گردشگری کشاورزی و توزیع آن در میان گردشگران منطقه، راه‌اندازی سایت گردشگری کشاورزی و ارائه اطلاعات از این راه برای تقویت نیروهای پیش‌برنده و تضعیف بازدارنده‌ها.
- انجام پژوهش‌های کاربردی و تقاضامحور و توجه دانشگاهی به مبحث گردشگری کشاورزی، افزایش دانش و اطلاع‌رسانی کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و نحوه راه‌اندازی و مدیریت یک سایت گردشگری با برگزاری کلاس‌های آموزشی و آموزش از طریق رسانه‌ها، ارائه آموزش به کارکنان واحدهای خدمات‌رسان گردشگری با توجه به ضعف بودن دانش و آگاهی این کارکنان واحدهای خدمات‌رسان گردشگری درباره گردشگری کشاورزی.
- آموزش دهیارها، شوراها و تعاونی‌ها درباره گردشگری کشاورزی و مشارکت آنها در این زمینه، آموزش و

مشارکت مردم بومی درباره گردشگری کشاورزی و مشارکت آنها در تصمیمات مرتبط با گردشگری کشاورزی و همچنین مشارکت در راهنمایی و جذب گردشگر کشاورزی، توجیه، آموزش و جلب نظر آژانس‌های گردشگری در زمینه راهنمایی و ترغیب گردشگران به بازدید از جاذبه‌های گردشگری کشاورزی منطقه برای تقویت این نیروها و توسعه گردشگری کشاورزی.

- توسعه کشت محصولات جدید و متنوع و با الگوهای متنوع کشت که سبب جلب نظر گردشگران به سمت مزارع و توسعه گردشگری کشاورزی می‌شود.

- برگزاری نمایشگاهها و ایجاد بازارچه‌های کوچک محلی از محصولات کشاورزی و دامی محلی و حتی محصولات فراوری شده در مکان‌های گردشگرپذیر که علاوه بر بهبود بازاریابی، سبب جلب نظر گردشگران به گردشگری کشاورزی می‌شود.

لازم است با عملیاتی کردن راهکارها و پیشنهادها درصد برطرف کردن موانع و نیروهای بازدارنده و تقویت پیش‌برنده‌ها برآمد.

منابع

- بذرافشان، مرتضی، سامانی، سحر، (۱۳۹۸). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی، مورد مطالعه: شهرستان جهرم، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۱۴، شماره ۴۷، ۱۹۳-۲۲۰.
- بوذرجمهری، خدیجه، شایان، حمید، قندهاری، الهام، (۱۳۹۶). نقش و جایگاه گردشگری کشاورزی در توسعه روستایی، همایش منطقه‌ای ظرفیت‌های گردشگری توسعه شهرستان فردوس، دانشگاه فردوسی مشهد، ۲۳ و ۲۴ اسفند، ۱-۱۴.
- بهنمی، افشین، قدیری معصوم، مجتبی، حاجی‌لو، مهدی، عظیمی، فریده، قدیری معصوم، مهدیه، (۱۴۰۰). تحلیلی بر عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی و زمینه‌یابی کارآفرینی در مناطق روستایی، مورد مطالعه: روستاهای استان کرمانشاه، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۲۱، شماره ۶۳، ۳۱۵-۳۲۵.
- حیدری، زهرا، مطیعی لنگرودی، سید حسن، (۱۳۹۱). تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی براساس دیدگاه گردشگران، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۱، شماره ۱، ۳۰-۳۵.
- رضوانی، محمدرضا، بدری، سید علی، ترابی، ذبیح‌الله، ملکان، احمد، عسگری، علی، (۱۳۹۵). ارزیابی توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی حاشیه کلان‌شهر تهران، مورد مطالعه: روستای آهار، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۷، شماره ۲، ۲۸۹-۲۹۹.
- ظاهری، محمد، سعدی، سیما، (۱۳۹۷). تحلیل پایداری زیست‌محیطی در جوامع روستایی حاشیه اکوسیستم تالاب براساس الگوی بوم روستا، مطالعه موردی: روستاهای حاشیه تالاب زیوار، نشریه محیط‌شناسی، دوره ۴۴، شماره ۲، ۲۵۷-۲۷۵.
- عنابستانی، علی‌اکبر، مظفری، زهرا، (۱۳۹۷). تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی، مطالعه موردی: روستاهای نمونه گردشگری دهستان فضل شهرستان نیشابور، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۷، شماره ۱۴۵، ۱۲۳-۱۲۴.

- عنابستانی، علی‌اکبر، مرادی، کبریا، (۱۳۹۶). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی، مطالعه موردی: شهرستان محلات، فصلنامه مطالعه برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره ۱۴، شماره ۴۹، ۸۱۷-۸۳۱.
- عامریون، احمد، رضوی، سید پرویز، عبدی، قاسم، توفیقی، شهرام، رفعتی، حسن، عامریون، عفت، (۱۳۹۰). اثر تحلیل میدان نیرو (کرت لوین) در بررسی عوامل مؤثر بر سطح خدمات فعلی کارکنان مراکز بهداشتی و درمانی منتخب نظامی استان مازندران، مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی ارتش جمهوری اسلامی ایران، دوره ۹، شماره ۲، ۸۷-۹۸.
- غفوری، فرزاد، (۱۳۹۳). الگوی توسعه گردشگری برمبنای توسعه بازی‌های بومی و محلی در کشور، مجله مطالعات مدیریت ورزشی، دوره ۱۷، شماره ۳۴، ۱۵۳-۱۷۴.
- کریمی، سعید، (۱۳۹۴). کارآفرینی گردشگری کشاورزی راهبردی نوین برای توسعه روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۱، شماره ۴، ۶۹-۹۰.
- فتیحی سقزچی، فریبا، جعفری، حمیدرضا، ادیبی، مهدی، باقرکریمی، مسعود، وفایی‌منش، رضا، (۱۳۹۷). استفاده از خدمات زیست‌محیطی به‌عنوان شاخص اکولوژیکی برای مناطق دوستدار گردشگری، مجله محیط‌زیست، دوره ۲، شماره ۴۴، ۲۴۱-۲۵۵.
- محمودی، مریم، چیذری، محمد، کلانتری، خلیل، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، خداوردی‌زاده، محمد، (۱۳۹۲). برآورد میزان تمایل به پرداخت گردشگران برای خدمات گردشگری مزرعه‌ای در استان‌های حاشیه‌ای دریای خزر، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۶، ۱۱-۲۹.
- محمودی چناری، حبیب، مطیعی لنگرودی، سید حبیب، فرجی سبکبار، حسنعلی، قدیری معصوم، مجتبی، یاسوری، مجید، (۱۳۹۹). الگوسازی مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی شهرستان ماسال، مجله مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، دوره ۱۵، شماره ۴، ۱۱۳۷-۱۱۵۸.
- نوروزی، اصغر، فتیحی، عفت، (۱۳۹۷). ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (گردشگران و کشاورزان) در شهرستان لنجان، مجله جغرافیا و توسعه، دوره ۷، شماره ۱۷، ۲۴۱-۲۶۰.
- نوروزی، زینب، فروزانی، معصومه، محمدزاده، سعید، (۱۳۹۹). شناسایی موانع و تسهیل‌کننده‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی مشارکت مردمی در احداث و بهره‌برداری از کانال‌های آبیاری با استفاده از تحلیل میدان نیرو، مورد مطالعه: شهرستان ویس، مجله علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران، دوره ۱۶، شماره ۱، ۴۸-۵۷.
- ورمزیاری، حجت، رحیمی، علیرضا، فاقعی، داوود، اسدی، علی، (۱۳۹۵). تحلیل انگیزه‌های گردشگران در انتخاب مقصد گردشگری کشاورزی، مطالعه موردی: بخش الموت شرقی، مجله پژوهش‌های روستایی، دوره ۴، شماره ۷، ۶۴۴-۶۵۷.
- Anderson, J.R., (2003). *Risk mnagment in rural development A review*, The world bank rural development family, rural development Steagtegy Background, 20 (3), 4- 14.
- Altinay, M., & Kashif, H., (2015). *Sustainable tourism development: A Case Study Of North Cyprus*, International Journal of contemporary Hospitality Management, 17 (3), 272- 280.
- Arachi, D.J., (2017). *Agri-tourism: Family Style*, Cornhusker Economics, University of Nebraska-Lincoln Extension, 4 (2), 1- 25.
- Baulcomb, J.S., (2003). *Management of Change Through Force Field Analysis*, Journal of Nursing Management, 11 (3), 80- 275.

- Bahatta, K., Itagaki, M., & Ohe, Y., (2019). *Determinant Factors of Farmer's Willingness to Start Agritourism in Rural Nepal*, Journal of Agricultural Extension and Rural Development, 4 (1), 146-167.
- Bagi, F.S., & Reeder, R.J., (2012), *Factors affecting farmer participation in agritourism*, Agricultural and Resource Economics Review, 2 (41), 189- 199.
- Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, Ramona., Rujescu, C., & Marin, D., (2019). *Agritourism Asustainable Development Factor for Improving the Health of Rural Settlements, Case Study Apuseni Mountains Area. International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 4 (3), 1- 24.
- Clemens, R., (2014). Keeping Farmers on the Land: Agritourism in the European Union, Iowa Ag Review, 10 (3), 8- 9.
- Calina, A., Calina, J., & Iancu. T., (2017). *Research regarding the implementation, Development and impact of Agritourism on Pomania's Rural areas between 1990 and 2015*, Environ.Eng.Manage, 16 (4), 157- 168.
- Flanigan, S., Blackstock, K., & Hunter, C., (2015). *Generating public and private benefits through understanding what drives different types of agritourism*, Journal of Rural Studies, 41, 129- 141.
- Gao, J., Barbieri, C., & Valdivia, C., (2013). *Agricultural landscape preferences: Implications for agritourism development*, Journal of Travel Research, 3 (53), 366- 379.
- Giaccio, V., Mastronardi. L., Marino, D., Giannelli. A., & Scardera. A., (2018). *Do Rural Policies impact on Tourism Development in Italy? A Case Study of Agritourism*, Employment and income Growth from Sustainable Tourism, 10 (8), 29- 38.
- Iooz, O., rrr rrr , I., & Gill ,, ,, (0000). *The Agri-tourism potential of the Aegean region: swot analysis and suggestions for improvement*, Passion for Hospitality Excellence, 14 (3), 25- 38.
- Kumar, S., (2001). *Force field analysis: applications in PRA, PLA notes*, London. IIED, 199 (36), 17- 23.
- Kisi, N.A., (2019). *Strategic approach to Sustainable tourism development using the a'wot hybrid method: Acase study of zonguldak turkey*. Sustainability, 11 (2), 964- 983.
- Lucha, C., Ferreira, G., Walker, M.A., & Groover, G.E., (2014). *A Geographic Analysis of Agritourism in Virginia*. Virginia Cooperative Extension, (62), 1- 17.
- Mahmoodi, M., Chizari, M., Kalantari, K., & Eftekhari, A.R., (2014). *The quantitative strategic planning matrix (QSPM) applied to agri-tourism: A case study in coastal provinces of Iran*, International Journal of Business Tourism and Applied Sciences, 2 (2), 74- 82.
- Mohd Said, H., Chui Yee, C., & Mei Fung, O., (2012). *A swot analysis on agrotourism destination: A case on rural development in a small town Sekinchan Selangor Malaysia*, International Journal of Business and Management Studies, 1 (2), 29- 43.
- Mak, A.H.N., & Chang, R., (2019). *The driving and restraining forces for environmental strategy adoption in the hotel Industry: A force field analysis approach*. *Tourism Management*, 73, 48- 60.
- Parkar, P., (2015). *Developing agritourism in Ratnagiri district of Konkan (Maharashtra): issues and challenges*, Online International Interdisciplinary Research Journal, 5 (2), 145- 152.
- Rietbergen-McCracken, J., & Narayan, D., (1998). *Participation and social Assessment: Tools and techniques*, The International Bank for Reconstruction and Development (IBRD), World Bank Research Institute: N.W. Washington, D.C. USA.
- Su, B., (2011). *Rural Tourism in China*. *Tourism Management*, 32 (6), 38- 41.
- Yang, L.I., (2012). *Impacts and Challenges in Agritourism Development in Yunnan, China*, *Tourism Planning & Development*, 9 (4), 81- 369.