

فصلنامه علمی مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی
دوره ۱۵، شماره ۴ (پیاپی ۵۳)، زمستان ۱۳۹۹
شاپای چاپی ۵۹۶۸-۲۵۳۸ شاپای الکترونیکی ۵۹۵۵X-۲۵۳۸
<http://jshsp.iaurasht.ac.ir>

مقاله پژوهشی
صص. ۱۱۵۸-۱۱۳۷

الگوسازی مولفه‌های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی شهرستان ماسال

حبیب محمودی چناری - استادیار گروه مطالعات ناحیه‌ای، پژوهشکده محیط زیست، جهاد دانشگاهی گیلان، رشت، ایران
سید حسن مطیعی لنگرودی* - استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
حسنعلی فرجی سبکبار - دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
مجتبی قدیری معصوم - استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران
مجید یاسوری - استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۲۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۹/۱۱

چکیده

گردشگری کشاورزی، شکلی از گردشگری خاص، و به عنوان بخشی از گردشگری روستایی محسوب می‌شود، که آمیخته با مولفه‌هایی چون روستا، مزرعه، گردشگر، ذینفعان و کشاورزانی است که همواره در معرض انواع ریسک‌های اقتصادی قرار دارند. این پژوهش با هدف الگوسازی مولفه‌های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ماسال با تاکید بر مولفه کشاورز، تلاش می‌کند تا با ارائه الگویی از جایگاه کشاورزان در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی، این فرم از گردشگری را به عنوان راهبردی جهت تنوع بخشی به منابع درآمدی روستاییان معرفی نماید. شهرستان ماسال دارای ۱۰۸ نقطه روستایی بوده که در مجموع و بر اساس نمونه‌گیری در مطالعات توصیفی، ۲۰ درصد روستاها، یعنی ۲۰ روستا به عنوان نمونه مشخص شد. جامعه آماری شامل ۲۵۸۸ خانوار روستایی ساکن در ۲۰ نقطه روستایی انتخاب شده در سه ناحیه، دامنه، کوهپایه و کوهستانی در شهرستان ماسال می‌باشد، که بر اساس فرمول نمونه‌گیری کوکران با سطح خطای ۵ درصد، ۳۳۸ خانوار به عنوان جامعه نمونه انتخاب شدند. رویکرد این پژوهش کمی، و در تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری توصیفی و تحلیلی-اکتشافی استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد، شاخص‌هایی که در کشاورزان برای ایجاد گردشگری کشاورزی باید مورد توجه باشد، شامل ویژگی‌های فردی، دانش و مهارت، سرمایه و دارایی، انگیزه و تمایل به خدمات رسانی به گردشگران کشاورزی می‌باشد. همچنین برآیند کلی الگوی پژوهش نشان داد که براساس شاخص‌های مذکور در وضع کنونی، خانوار روستایی ساکن در مناطق کوهپایه و کوهستانی، گرایش بیشتری نسبت به پذیرش گردشگری کشاورزی از خود نشان داده‌اند.

واژه‌های کلیدی: الگوسازی، گردشگری کشاورزی، ویژگی‌های فردی کشاورزان، شهرستان ماسال، استان گیلان

نحوه استناد به مقاله:

محمود چناری، محمود؛ مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ فرجی سبکبار، حسینعلی؛ قدیری معصوم؛ مجتبی و یاسوری، مجید. (۱۳۹۹). الگوسازی مولفه‌های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی شهرستان ماسال. *مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۱۵(۴)، ۱۱۵۸-۱۱۳۷.
http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_672816.html

مقدمه

سکونتگاه‌های روستایی تحت عنوان یک نظام به هم پیوسته، متشکل از اجزا و عناصری مرتبط با یکدیگر که از کنش متقابل نیروها و عوامل محیطی شکل گرفته، دارای ساختار و کارکردهای معینی می‌باشند (Safari et al, 2018; Quoted by: Rostam). کارکرد اصلی مناطق روستایی، کشاورزی است و به دلیل تأثیر ویژه آن بر اشتغال، تعدیل فقر و درآمد، امنیت غذایی و خودکفایی، از اهمیت بالایی برخوردار است (Shayan, 2011: 151). معیشت بخش عظیمی از گروه‌های انسانی ساکن در مناطق روستایی در گرو فعالیت‌های کشاورزی بوده و از آن طریق امرار معاش می‌کنند. کشاورزی به عنوان اولین بخش از فعالیت‌های اقتصادی نقش بسیار مهمی را در تأمین امنیت غذایی و نظام سلامت جوامع روستایی ایفا می‌کند. بخش کشاورزی به طور مستقیم از طریق تولید بیش‌تر و صادرات و به صورت غیرمستقیم از طریق افزایش تقاضا برای خدمات و کالاهای صنعتی در جوامع روستایی، به رشد اقتصادی کمک نموده و در نتیجه موجب خلق فرصت‌های شغلی جدید می‌گردد (Falsafiyan & ghahremanzadeh, 2010).

در سال‌های اخیر تحولات محیطی و انسانی سبب بر هم خوردن الگوهای رایج نظام تولید کشاورزی در بسیار از مناطق روستایی جهان گردیده و این امر بصورت تغییر کارکرد فضای کشاورزی، تغییر کاربری زمین‌های مزروعی، ترد شدن بصورت زمین‌های بایر و متروکه شدن اراضی قابل مشاهده می‌باشد (Briedenhann & Wicknes, 2004: 71)، که در نتیجه باعث عدم پایایی نظام‌های بهره‌برداری کشاورزی در جوامع جهان سوم شده، به طوری که کشاورزی دیگر درآمد چندان برای کشاورزان ندارد. کشاورزی در برابر دیگر کاربری‌های زمین قدرت رقابتی چندان نداشته و معمولاً کشاورزان در صورت مساعد بودن شرایط و داشتن توان لازم، اقدام به تغییر کاربری اراضی می‌کنند (Sirakaya et al, 2001). و این در حالی است که نظام‌های کشاورزی دستور کار مشخصی برای پاسخ‌گویی منطقی و پایدار به این مشکلات نداشته و هنوز بر اساس رژیم تولید گرا حرکت می‌کنند (Varmazyary, 2013: 7). جوامع کشاورزی در کشورهای در حال توسعه که اکثریت ساکنین مناطق روستایی را شکل می‌دهند، نیازمند توجه و برنامه‌های خاص و مبتنی بر توان‌ها و انگیزه‌های محلی می‌باشند تا ضمن بهبود شرایط زیستی، زمینه مناسبی را برای رشد و افزایش کیفیت زندگی آن‌ها فراهم نمایند.

نتایج بررسی انواع رویکردهای در زمینه توسعه روستایی، نشان می‌دهد که راهبردهای متفاوتی در دوره‌های زمانی مختلف، به منظور تنوع بخشی و تقویت منابع درآمدی کشاورزان اعمال شده است، که هر یک از آن‌ها اثرات متفاوتی را بر زندگی جوامع روستایی داشته‌اند. یکی از این رویکردها که از دهه ۱۹۸۰ در ادبیات توسعه روستایی وارد شد، گردشگری روستایی است. زیرا یکی از مهمترین بخش‌هایی که می‌تواند در بازاریابی عادلانه و بهینه محصولات کشاورزی نقش آفرینی کرده و جریان روستا-شهری سرمایه را معکوس سازد، گردشگری است (Varmazyary, 2014: 3). امروزه به گردشگری روستایی به عنوان یک محرک اقتصادی (Yasoori et al, 2012: 1) و کاتالیزوری کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی، اجتماعی نگریده می‌شود (Faraji at al, 2007: 2). چرا که پایه گذاری گردشگری روستایی در مقایسه با دیگر راهبردهای توسعه اقتصاد روستایی، همچون بخشی شدن، آسانتر و ارزانتر خواهد بود (Hessam, 2017; quoted by Shayan, 2011: 151) به طوری که توسعه گردشگری در مناطق مستعد گردشگری روستایی می‌تواند راه حلی برای نجات روستاها از فقر، مهاجرت، مشکلات اقتصادی و اجتماعی باشد (Asadi karam, 2016: 1).

با گذشت زمان، گردشگری روستایی که متأثر از ساختار گردشگری انبوه بوده، نتوانسته است آنچه را که از آن به عنوان راه حلی برای بهبود شرایط زیستی در سکونتگاه‌های روستایی انتظار می‌رفت، فراهم نماید، زیرا همانند گردشگری انبوه بر تمرکزگرایی و عدم مشارکت جامعه میزبان در فرآیند رشد و گسترش خود بنا شده است. به این جهت امروزه توجه به اشکال گردشگری خاص در فرآیند برنامه‌ریزی توسعه روستایی در جهان با تأکید بر محور پایداری، با شدت بیشتری مورد توجه می‌باشد. گردشگری که به ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه میزبان آسیب نمی‌زند، گردشگری خاص یا جایگزین نامیده می‌شود. گردشگری جایگزین می‌تواند به طور فعال تلاش کند که احترام به واقعیت‌های فرهنگی را از طریق آموزش و برخورد سازمان یافته به گردشگران احیا نماید (de kate, 1990: 52). یکی از محبوب‌ترین و پر رونق‌ترین انواع گردشگری جایگزین، گردشگری کشاورزی است. گردشگری کشاورزی فعالیتی برای جذب گردشگران به یک منطقه، به منظور تنوع بخشیدن به فعالیت‌های کشاورزی و پذیرایی از گردشگران در مزرعه می‌باشد (Arachi, 2017: 17). گردشگری کشاورزی به عنوان راهبردی بدیل، می‌تواند در زمینه توسعه پایدار

روستایی و کشاورزی کمک شایانی نماید (1: 2018; Anabestani & Mozaffari). این امر بویژه در کشورها و مناطقی که گزینه‌های محدودی برای توسعه دارند، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است (3: 2012; Moteei & heydari). با استناد به این تجربیات، از آنجایی که از یک سو بیشتر مناطق روستایی ایران، بخصوص مناطق روستایی شمالی کشور که در آن‌ها کشاورزی و زندگی روستایی نمود بیشتری دارد، از وضعیت چندان مناسبی برخوردار نبوده و از طرفی با توجه به اینکه در سال‌های اخیر شدت مورد توجه گردشگران قرار گرفته‌اند، می‌تواند بستری برای توسعه و رونق فعالیت‌های گردشگری کشاورزی محور، تحت عنوان گردشگری کشاورزی باشد، که این امر می‌تواند زمینه را برای تنوع بخشی به اقتصاد روستاها و بهبود کیفیت زندگی خانوار کشاورز فراهم سازد. در این ارتباط جغرافیای روستایی شهرستان ماسال واقع در غرب استان گیلان، با توجه به اعمال مجموع سیاست گذاری‌های بنیادی و حمایتی دولت در دوره پس از انقلاب در بخش کشاورزی هنوز به سطح قابل قبولی از رشد و توسعه دست نیافته است و حوزه روستایی و بخصوص کشاورزی این شهرستان چندان از وضعیت مناسبی برخوردار نبوده و نیازمند توجه ویژه با تکیه بر توان‌های محیطی است. سیمای شهرستان ماسال و جغرافیای روستایی آن از طبیعتی بسیار جذاب، جاذبه‌های کشاورزی بخصوص شالیزارها، باغات کوچک و دامداری و زنبورداری، پرورش زنبور عسل و انواع طیور محلی برخوردار بوده که بستر مناسبی برای شکل‌گیری گردشگری کشاورزی می‌باشد. توسعه گردشگری کشاورزی می‌تواند به رشد مناطق روستایی در شهرستان ماسال منجر شود. از آنجایی که در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی کنشگران زیادی دخیل هستند، شناخت و مشخص نمودن جایگاه هریک از این عناصر ضروری است. زیرا با شناخت آن‌ها می‌توان در برنامه‌ریزی و رونق گردشگری کشاورزی، تصمیمات مناسب‌تری اتخاذ نمود. یکی از مهم‌ترین کنشگران شکل‌گیری گردشگری کشاورزی، کشاورزان به عنوان جوامع میزبان می‌باشند. نقش روستاییان کشاورز به عنوان عنصری موثر در ایجاد ساختارها و جاذبه‌های این نوع از گردشگری بسیار مهم و حیاتی است. گردشگری کشاورزی شامل محصولات و خدماتی است که از سوی کشاورزان تهیه و ارائه می‌شود. کشاورزان می‌پذیرند در قبال دریافت هزینه، آنچه را که گردشگران می‌خواهند، برای آن‌ها فراهم کنند.

در این راستا هدف اصلی در این پژوهش، الگوسازی مولفه‌های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی با تاکید بر عنصر کشاورز به عنوان یکی از عناصر شکل‌گیری گردشگری کشاورزی در شهرستان ماسال می‌باشد و تلاش می‌کند تا، میزان، توان، تمایل و نگرش کشاورزان را در ارتباط با پذیرش این نوع از گردشگری، به صورت یک الگوی فضایی ارائه نماید. در این راستا، کشاورزان شهرستان ماسال به عنوان عنصری موثر در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی، در قالب چهار شاخص: ویژگی‌های فردی، سرمایه و دارایی، مهارت و دانش - انگیزه، و تمایل به ارائه خدمات و محصولات گردشگری کشاورزی در نظر گرفته شده‌اند. در این راستا سوال اصلی پژوهش بدین شکل مطرح می‌شود که "الگوی بهینه مولفه‌های موثر بر شکل‌گیری گردشگری کشاورزی بر اساس مولفه کشاورز در شهرستان ماسال چگونه است؟"

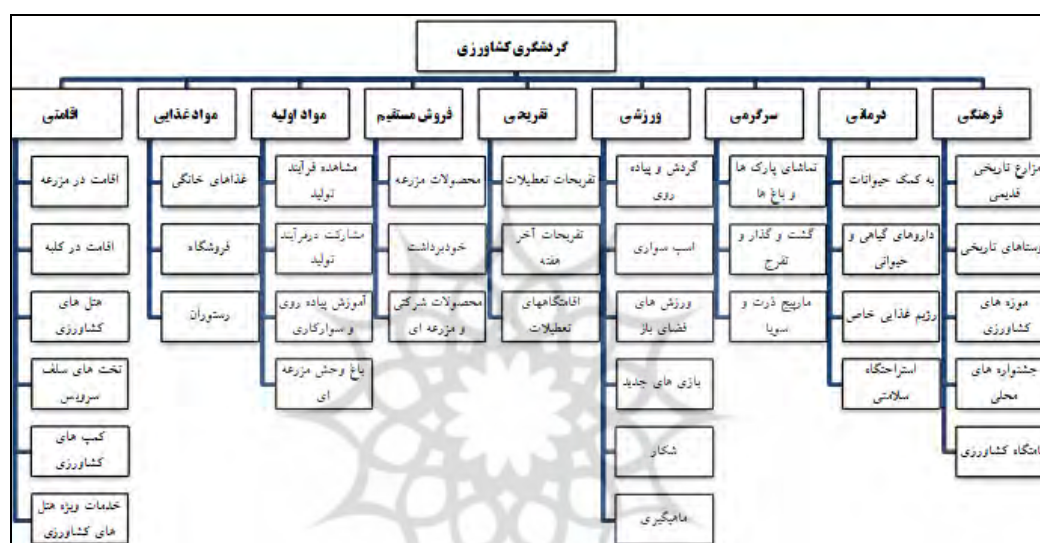
در این راستا و قبل از وارد شدن به موضوع و بررسی جایگاه آن در ادبیات علمی جهان، توجه به مبانی و مفاهیم گردشگری کشاورزی و تعاریف ارائه شده از سوی نظریه پردازان حوزه گردشگری و گردشگری روستایی و دیدگاه‌های ارائه شده در این خصوص امری ضروری و اجتناب ناپذیر می‌باشد. تعاریف، دیدگاه‌ها و نظرات مختلفی از سوی پژوهشگران و نظریه پردازان حوزه گردشگری در ارتباط با گردشگری کشاورزی مطرح شده است. بر اساس یافته‌های مرکز کشاورزی دانشگاه ایالتی لویزیانا، گردشگری کشاورزی پدیده‌ی نسبتاً جدیدی نیست (11: 2017; Shabani et al) بلکه در اوایل قرن بیستم ظهور و بروز پیدا کرده است (72: 2014; Karimi). اصطلاح گردشگری کشاورزی یا آگریتوریسم (Agritourism) از دو واژه Agri و Tourism تشکیل شده است. ترکیب این دو به معنای گردشگری مزرعه یا گردشگری کشاورزی است. گردشگری کشاورزی به معنای گردشگری بر اساس مزارع یا گذران تعطیلات در مزارع می‌باشد (26: 2017; Quoted by arachi, 1998; Kuneht et al). گردشگری کشاورزی از منابع مرسوم و سنتی موجود کشاورزی به منظور جذب بازدیدکننده‌های بیرونی استفاده می‌کند (Varmazyary, 2013: 26). گردشگری کشاورزی معمولا در مزارع و کشتزارهایی اتفاق می‌افتد که در مناطق روستایی جذاب واقع شده‌اند (Tew & Barbie, 2012: 72). گردشگری کشاورزی بر پایه امکانات روستایی شکل می‌گیرد (50: 2013; Heidari, 2013; 493; flischer, 2005). و می‌تواند به عنوان فرصتی برای تنوع بخشیدن به فعالیت‌های افراد درگیر در بخش کشاورزی باشد

Ghadiri (Balezentis et al, 2012: 1). گردشگری کشاورزی پیوندی فی مابین گردشگری و بخش کشاورزی است (Ghadiri (Masooms et al, 2010: 128). گردشگری کشاورزی انعکاسی از تدارک فرصت‌های جدید در زمینه ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق گردشگری در مزارع می‌باشد (Javan & saghaeei, 2009: 128). بدین ترتیب این نوع از کسب و کارها می‌تواند گردشگران را به حامیان اصلی کشاورزان و ساکنان روستایی یا به عبارت دیگر خانوارهای زراعی، دامی و حیات وحش تبدیل کند (Varmazyari, 2013: 3)

گردشگری کشاورزی یا اگری توریسم، کسب و کار ایجاد مزرعه یا واحد کشاورزی به عنوان مقصد گردشگری و با اهداف آموزشی و تفریحی است (Shabani et al, 2017: 10). گردشگری کشاورزی از جمله راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مطرح شده است (Su, 2011). گردشگری کشاورزی شغلی است که کشاورزان یا دامداران روی فعالیت‌های کشاورزی، باغی یا کسب و کار کشاورزی، با هدف ایجاد تفریح برای بازدیدکنندگان و آموزش آنان انجام می‌دهند (Varmazyari, 2013: 5). در این شکل از گردشگری، فعالیت خدماتی جای فعالیت تولیدی را نمی‌گیرد، بلکه درآمد کشاورزان را تکمیل می‌کند و آنان را در همان سبک زندگی کشاورزی شان ارتقاء می‌دهد. گردشگری کشاورزی، فرصتی را برای جلب حمایت عمومی از نواحی روستایی فراهم می‌کند (George & Rilla, 2005: 5). گردشگری کشاورزی زیرمجموعه‌ای از گردشگری روستایی است، چرا که از مولفه‌های آن در رونق کسب و کار خود بهره می‌برد (Moradi, 2011:31; quoted from; Lopez & Gracia, 2006: 86). گردشگری کشاورزی شامل طیف گسترده‌ای از محصولات و خدماتی است که در قالب سه محور زیر دسته‌بندی می‌شوند: الف؛ چیزی برای دیدن، ب؛ چیزی برای انجام دادن و ج؛ چیزی برای خریدن (Sznagder, 2009: 275). از آنجایی که در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی نقش دو مولفه فعالیت‌های گردشگری و کشاورزی از اهمیت زیادی برخوردار بوده، ایجاد این نوع از گردشگری نیازمند مناطقی است که؛ اولاً گردشگرپذیر بوده و در ثانی فعالیت‌های کشاورزی (زراعت، باغداری و دام و طیور، شیلات و...) در آن وجود داشته باشد. در ترسیم یک چارچوب منسجم از گردشگری کشاورزی دو سطح به طور کلی قابلیت بررسی دارد. در سطح اول در نظر گرفتن کنشگران این گونه از گردشگری و برخورداری و نقش هر یک از این کنشگران در فعالیت‌های گردشگری دارای اهمیت است. در سطح دوم وجود موضوعاتی است که کنش، پیرامون آن‌ها صورت می‌گیرد، یعنی فعالیت‌های گردشگری در غالب فعالیت‌های اصلی و جنبی مورد توجه می‌باشد (Moradi, 2012: 30). گردشگران پیرامون بازدید از نواحی روستایی و زمین‌های کشاورزی، به ویژگی‌های ذاتی آن همچون فضا، آرامش و آسایش یا به عنوان پناهگاه دنیای مدرن بودن، اهمیت زیادی می‌دهند و این ویژگی‌ها از ارکان اصلی گردشگری در نواحی روستایی می‌باشد (Fakhim Zadeh & Khatibi, 2016: 67-68; quoted from Sharply, 2001). در صورت ایجاد رابطه مستحکم و پایدار گردشگران با مردم محلی و احساس آنکه در مدت کوتاهی که در روستا به سر می‌برند، جزئی از مردم محلی می‌باشند، بازگشت و مراجعت مداومی را سبب می‌شود که خود گردشگری کشاورزی تداوم داری را شکل می‌دهد (Fakhim Zadeh & Khatibi, 2016:68).

کنشگران گردشگری کشاورزی شامل: گردشگر، محیط روستا، میزبان (کشاورز-روستاییان) و ذینفعان و خود مزرعه و فعالیت‌های وابسته به آن است، که هر یک در روندی خاص بر جریان گردشگری تأثیر گذار می‌باشند. در این میان هر کدام از این کنشگران در برگیرنده ویژگی‌هایی بوده که باید در راستای هدف اصلی گردشگری کشاورزی که همان فراهم آوردن درآمد مازاد برای کشاورزان است، پردازش شوند. به دلیل گستردگی ابعاد و تأثیر موثر هر یک از این کنشگران بر ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی، در این مقاله تنها به یکی از آن‌ها (کشاورز) پرداخته می‌شود. اما مساله‌ای که این جا مطرح می‌شود، میزان پذیرش این نوع از گردشگری و مولفه‌های آن از سوی کشاورزان با توجه به توان، انگیزه و شناخت آن‌ها به عنوان میزبان اصلی آن است. کنشگر میزبان یا کشاورزان، در رویکردی برای کسب درآمد مازاد، گردشگری کشاورزی را در مزارع خود می‌پذیرند. اما نمی‌توان تمامی کشاورزان را به عنوان میزبانی موفق در زمینه گردشگری محسوب نمود. از این رو گردشگری کشاورزی برای همه کشاورزان نیست بلکه مختص ایجاد گونه‌ای از هویت و شرایط محیطی از سوی برخی کشاورزان برای موفقیت در عرصه گردشگری کشاورزی می‌باشد. برخی از شرایط ضروری کشاورزان به عنوان میزبان در عرصه گردشگری می‌تواند مواردی همچون: هویت بیرونی، شکیبا و بردبار، تفکری متفاوت و یک مجموعه از مهارت‌ها، نیاز به ایجاد لذت و تقسیم زندگی خود با مهمانان، سن، جنسیت، مالکیت، سطح درآمد، سطح تحصیلات، دانش کشاورزی، بعد خانوار، نوع فعالیت کشاورزی (زراعی، باغی، دامی و طیور، شیلات)، فعالیت‌های

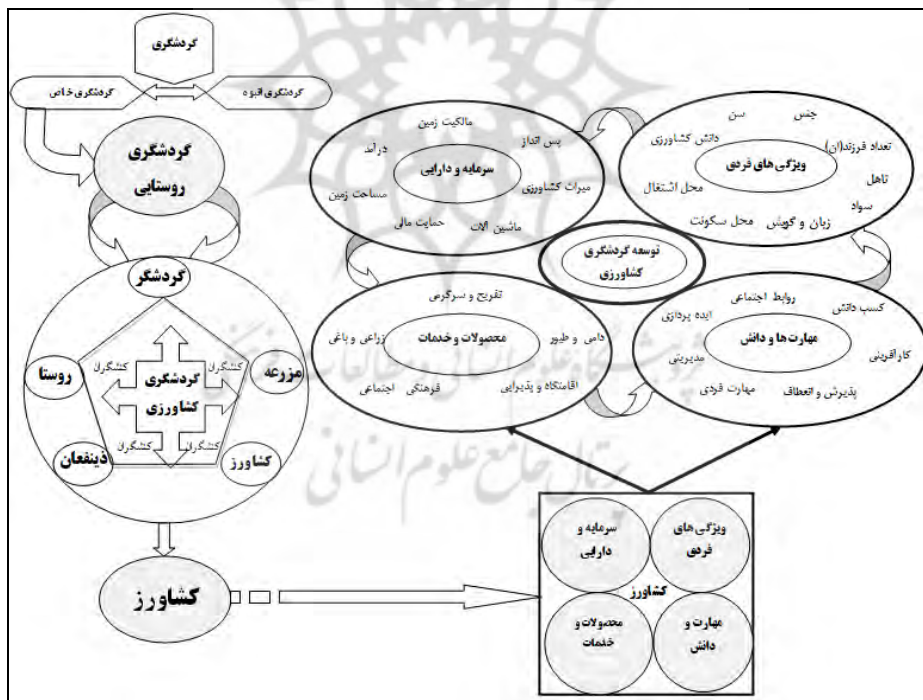
اقامتی و خدماتی، محصولات فرهنگی، سرگرمی و جاذبه‌های مزرعه محور، زبان و گویش، میزان مساحت زمین، تعداد دام، پیشینه تاریخی زیستی (مدت سکونت در روستا)، ... باشد که در ایجاد یک محیط یا مزرعه جذاب موثر است (The Study writers: 2001: 60; quoted by: Abri, 2001: 13; To tabulation & adaptation from Zanjirtoreh, 2009: 13). محصولات و خدمات گردشگری کشاورزی: هنگام مطالعه و بازدید از مزارع گردشگری کشاورزی می‌توان طیف گسترده‌ای از محصولات و خدمات ارائه شده را مشاهده کرد. براساس مطالعات موجود، در اسناد علمی نه دسته از محصولات و خدمات مشخص شده‌اند و جزئیات دقیق‌تر هر زیرشاخه در داخل هر طبقه قرار دارد. چنین تنوعی منجر به منحصر به فرد شدن هر مزرعه گردشگری کشاورزی می‌شود (Sznajder et al, 2009: 275). گردشگری کشاورزی مدرن طیف گسترده‌ای از محصولات و خدمات را ارائه می‌دهد. از این رو برای طبقه بندی محصولات و خدمات گردشگری کشاورزی لازم است دو معیار اصلی مشخص شود. معیار اول به دسترسی فصلی آن‌ها و دیگری، به شاخه‌های گردشگری کشاورزی مربوط است (Jamepour & Heidari, 2016: 25). (Snajder, 2009:50) خدمات و محصولات گردشگری کشاورزی را در ۹ طبقه و شرح زیر دسته بندی کرده است:



شکل ۱. محصولات و خدمات گردشگری کشاورزی (Source: Sznajder et al, 2009: 134)

از منظر دیگر توجه به بحث تاریخچه موضوع گردشگری کشاورزی و سابقه پژوهشی این مفهوم در ادبیات علمی جهان موضوعی مهم و اساسی است. تا پیش از سال ۱۹۹۰ آگروتوریسم کمتر مورد توجه محققان قرار گرفته و مطالب کمی راجع به آگروتوریسم چاپ شد. با این وجود محققان از سال ۱۹۹۱ به این موضوع علاقه مند شدند و اقدام به چاپ مطالبی راجع به آگروتوریسم در دو مجله توریسم پایدار و پژوهش‌های تفریحی توریسم نمودند (Moradi, 2012, 37; quoted by Joanne Lack, 1997: 21). هرچند اصطلاح گردشگری کشاورزی در ۲۵ سال آخر قرن بیستم، حدود سال ۱۹۷۵، در ادبیات جهانی ظهور کرد (Sznajder et al, 2009: 3)، و هم اکنون حدود ۴۰ سال از عمر آن می‌گذرد، با این وجود نتایج حاصل از اسناد علمی موجود نشان می‌دهد، اکثر مطالعات انجام شده - بیش از ۷۰ درصد - مربوط به ۷ سال اخیر یعنی از سال ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۷ می‌باشند. این امر می‌تواند نشان دهنده اهمیت یافتن هر چه بیشتر بحث گردشگری کشاورزی در سال‌های اخیر باشد. بررسی پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه گردشگری کشاورزی در جهان در ارتباط با موضوع پژوهش هرچند از نظر عنوان شبیه به پژوهش حاضر نیست، اما محور بحث همه آن‌ها گردشگری کشاورزی و توسعه مولفه‌های مختلف آن می‌باشد. نظریه‌ها و دیدگاه‌های مختلفی در این خصوص مطرح شده است: پشتیبانی مالی بیشتر دولت همراه با شبکه مناسب‌تری از همه ذینفعان، پایه‌های رشد تجارت گردشگری کشاورزی را در مناطق روستایی فراهم می‌کند (Demirovich, 2014). کشاورزان جهت شروع کارآفرینی گردشگری کشاورزی نیاز به آشنایی با مهارت‌های مرتبط با گردشگری کشاورزی و آموزش لازم در این زمینه دارند (Asaet et al, 2014). عدم مهارت کارآفرینی و خلاقیت بهره برداران، مهم‌ترین عامل محدود کننده توسعه گردشگری کشاورزی است، و ارائه خدمات گردشگری کشاورزی و بالا بردن میزان مهارت کارآفرینی زارع، اصلی‌ترین سرمایه فرد در توسعه این نوع از گردشگری می‌باشد (Blacka et al, 2009).

عوامل اقتصادی و اجتماعی مهم ترین فاکتورهای انگیزشی برای شروع یک فعالیت گردشگری کشاورزی می‌باشند. مولفه‌های موثر در ایجاد گردشگری کشاورزی شامل چهار بعد روستا، کشاورز، مزرعه و گردشگر بوده که از طریق اثرات اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، و زیست محیطی بر توسعه کارآفرینی روستایی اثرگذاراند (Mace, 2005) توسعه گردشگری کشاورزی بنا بر دلایل مختلف از جمله نهادی و برنامه‌ریزی نامنجم، بصورت نامحدود در کشور ایران توسعه یافته است (Vermesyari et al, 2013). متغیرهای اجتماعی، نهادی، اقتصادی و محیطی از دیدگاه جامعه محلی در راستای ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی بسیار مهم و حیاتی است (Heydari et al, 2013). مهمترین عوامل جهت جذب گردشگران، جاذبه‌های کشاورزی از جمله؛ مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، کوچه باغ‌ها و برگزاری جشنواره و نمایشگاه گل و گیاه و آب و هوای مطلوب، نهادهای مدیریتی، تبلیغات، تعامل و هم فکری بین مسئولین، سازمان‌های مرتبط با گردشگری، مردم و کشاورزان می‌باشد (Moradi et al, 2012). نتیجه بررسی مطالعات انجام شده در ایران و جهان به این صورت است که در ایران، مطالعات انجام شده بر محور امکان‌سنجی برخی از عناصر گردشگری کشاورزی مانند محیط طبیعی و گردشگران تکیه دارد و در مطالعات خاجی نگرش‌ها بیشتر به سمت سنجش اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی است. در حالی که این پژوهش در تلاش است تا یکی از مولفه‌های موثر در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی را به طور کامل بررسی و با کشف متغیرهای موثر، الگوی ارتباطات درونی آن‌ها را ترسیم نماید. همان طوری که اشاره شد، گردشگری کشاورزی، متشکل از مجموعه عناصری است که در شکل‌گیری آن نقش موثر و مهمی را ایفا می‌کنند. این عناصر شامل گردشگر، میزبان یا کشاورز، محیط مزرعه و فعالیت‌های آن، محیط روستا و عوامل تسهیل‌کننده یا دینفعان می‌باشند. از این بین، کشاورزان به عنوان عاملی کلیدی در ایجاد زیرساخت‌ها و شکل دهنده به جاذبه‌های گردشگری کشاورزی در مزرعه، بسیار مهم تلقی می‌گردند. شناخت ویژگی‌ها، نگرش‌ها و گرایش آن‌ها به اینگونه از گردشگری، در رونق و توسعه هرچه بهتر آن موثر خواهد بود. جایگاه کشاورزان در رونق گردشگری کشاورزی در چارت زیر مشخص شده است:



شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش جمع‌آوری اطلاعات، پیمایشی با رویکرد کمی، و از نظر روش تحلیل داده‌ها، اکتشافی است. جامعه آماری این پژوهش، خانوارهای ساکن در مناطق روستایی شهرستان ماسال می‌باشند. شهرستان ماسال طبق آخرین سرشماری نفوس مسکن سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، دارای ۱۰۸ نقطه روستایی بوده که از این تعداد، ۹۴ روستا در زمان

سرشماری داری سکنه و ۱۴ روستا خالی از سکنه بوده اند که این تعداد (۱۴ نقطه روستایی خالی از سکنه) در هنگام انتخاب نمونه آماری از فرآیند نمونه گیری حذف شده اند. در نتیجه از مجموع ۹۴ نقطه روستایی دارای سکنه، و بر اساس نمونه گیری در مطالعات توصیفی، ۲۰ درصد روستاها، تقریباً ۲۰ روستا به عنوان روستای نمونه انتخاب شدند. از آنجایی که در بحث گردشگری کشاورزی، نوع جاذبه، کمیت و کیفیت و همچنین پراکندگی آنها بر اساس توپوگرافی زمین متفاوت بوده و گردشگران خاصی را می‌طلبد، در این پژوهش نمونه گیری در سطح روستا و همچنین خانوار روستایی منطبق با توپوگرافی شهرستان ماسال انجام شد. بطوری که ۹ روستا از دامنه، ۶ روستا از کوهپایه و ۵ روستا از منطقه کوهستانی انتخاب گردید.

حوزه بندی نواحی محیط طبیعی در شهرستان ماسال بر اساس شاخص ارتفاع شامل؛ ناحیه دامنه ای تا ارتفاع ۱۰۰ متر، کوهپایه ای تا ارتفاع ۵۰۰ متر و ناحیه کوهستانی بالاتر از ۵۰۰ متر می باشد (Guilan Province's land use plan, 2017).

در انتخاب ۲۰ روستای نمونه در فضای واقعی، با مشورت کارشناسان بومی و لحاظ نمودن دو معیار؛ جمعیت و میزان مشارکت در فعالیت های گردشگری تلاش شد تا روستاهایی انتخاب شوند که پراکنش فضایی آنها رعایت شده و اصل شانس سهم مشارکت برای همه نقاط در نظر گرفته شود. در گام بعد و برای انتخاب حجم نمونه از میان خانوار روستایی، به تعداد خانوار ساکن در ۲۰ نقطه روستایی مشخص شده مراجعه شد. این ۲۰ نقطه روستایی در مجموع دارای ۲۵۸۸ خانوار بوده که براساس فرمول نمونه گیری کوکران با سطح خطای ۵ درصد، ۳۳۵ خانوار به عنوان حجم نمونه انتخاب شده که برای کاهش خطای تصادفی بودن داده ها ۳۳۸ نمونه به عنوان حجم نمونه نهایی مشخص شد و به همین تعداد پرسشنامه محقق ساخته با سوالات ترکیبی در بین آنها توزیع گردید. ابزار اصلی تحقیق، پرسشنامه ای بود که روایی آن توسط پانل متخصصان و پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ ۰/۹۴۶ در سطح ۶ معیار در مجموع با ۶۲ گویه تأیید شد. به منظور کشف الگوی شاخص های مرتبط با کشاورزان به عنوان عنصری موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ماسال، شاخص های چون ویژگی های فردی کشاورزان، دانش و مهارت، سرمایه و دارایی و همچنین تمایل و توانایی به ارائه انواع خدمات و محصولات مرتبط با گردشگری کشاورزی مورد بررسی قرار گرفتند.

جدول ۱. ویژگی و شاخص های کشاورزان در توسعه گردشگری کشاورزی

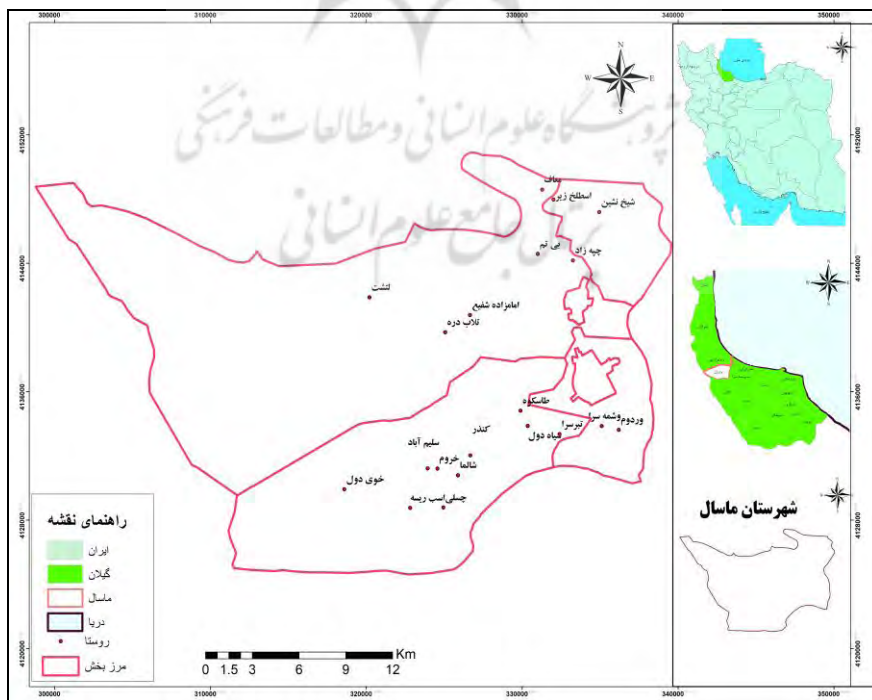
شاخص	نقش در گردشگری کشاورزی	کشاورز
ویژگی های فردی کشاورزان	سن	در فعالیت های کشاورزی، با افزایش سن کشاورزان، معمولاً آنها محافظه کارتر شده، تنوع و تغییر در اراضی کشاورزی را سخت تر می پذیرند و از سویی قوای جسمی آنها کاهش می یابد. قدرت ریسک کمتری دارند، در حالی که در سنین پایین تر انگیزه و تمایل برای تغییر و پیشرفت در فعالیت های کشاورزی بهتر دیده شده است.
	جنسیت و تاهل	جنسیت تنها در فیزیولوژی جسم خلاصه نمی شود. مردان نسبت به زنان، پسران نسبت به دختران، مردان مجرد نسبت به مردان متاهل و همچنین زنان مجرد به نسبت زنان متاهل، نگرش ها، انگیزه ها و هنجارهای خاصی را در فرآیند تولید کشاورزی دنبال می کنند.
	تعداد فرزندان	گردشگری کشاورزی فعالیتی کاربر است. داشتن فرزندان علاقه مند و تحصیل کرده می تواند در روند کار تولید و تنوع بخشیدن به آن موثر باشد. فرزندان می توانند روش های نوینی را بیاموزند و در مزرعه بکار گیرند.
	محل اقامت و اشتغال به کشاورزی	محل سکونت فرد و اشتغال او به فعالیت های کشاورزی در گردشگری کشاورزی نقش موثری دارد. زمانی که کشاورز در داخل مزرعه خود سکونت دارد، فرصتی مناسب برای گردشگرانی است که تمایل دارند در مزرعه با کشاورز زندگی کنند. از طرفی کشاورز نظارت بیشتری بر امور دارد.
	سطح سواد	سواد و سطح آن -مقاطع تحصیلی، بر بینش کشاورزان تاثیر بسزایی دارد. افراد با تحصیلات بالاتر معمولاً انعطاف بهتری را در برابر تغییرات نشان می دهند.
	زبان و گویش	زبان و گویش در گردشگری نقش موثری دارند. اینکه جامعه میزبان چقدر توانایی برقراری ارتباط با جامعه مهمان را داشته باشد. در گردشگری کشاورزی، گردشگران تمایل دارند با خود کشاورز یا مالک مزرعه ارتباط بیشتری گرفته و مدتی با او زندگی کنند، از او در باره محصولات و خدمات یا به عبارتی فعالیت های سوال کنند و بیشتر بدانند. میزبان باید به یک زبان مرسوم ملی یا بین المللی مسلط باشد تا به نیازهای گردشگران به راحتی پاسخ دهد.
مهارت و دانش	مهارت های شخصی	ارتباط کلامی و رفتاری، مهمان پذیری، انتقال حس خوب، القای امنیت روانی، مذاکره و گفت و گو، درون گرایی و برون گرایی، مسئولیت پذیری، توانایی حل مناقشات و تضادها و بحران های رفتاری کشاورز از عوامل موثر در جذب و پذیرش گردشگران کشاورزی می باشد.
	دانش کشاورزی و کسب دانش روز	دانش کشاورزان معمولاً تجربی است. کشاورزانی که از دانش روز و آکادمیک برخوردارند، نگرش بهتر و ایده های به روزتری نسبت تحولات کشاورزی دارند و منعطف تر هستند. این می تواند شامل دانش بومی کشاورز نیز باشد.
	خلاقیت و ایده پردازی نوین	شامل ارائه راهکارهای جدید کسب درآمد، کارآفرینی روستایی بر اساس منابع موجود در مزرعه و... می باشد. گردشگران کشاورزی علائق و نیازهای خاصی دارند. کشاورزانی موفق تراند که نیاز گردشگران را بشناسند، درک کرده و در زمان و مکان مناسب و با نهایت احترام و صداقت به آن ها پاسخ دهند.
کشاورز	مهارت مدیریتی و مهارت های تجاری	شامل؛ توانایی مدیریت منابع مالی؛ انسانی، مدیریت خود و زمان. کشاورزانی موفق خواهند بود که دانش و بینش مدیریتی نوین و به روزی داشته باشند. خدمات رسانی به مشتریان را بلد باشند. شناخت مشتری و بازار، بازاریابی و فروش محصولات و خدمات، آشنایی با مقررات کسب و کار را آموخته باشند یا بصورت تجربی کسب کرده باشند.

شخص	نقش در گردشگری کشاورزی
برنامه‌ریزی و دارایی	مالکیت زمین مالکیت مفهومی هویت بخش است. کشاورزانی که مالکیت زمین و اراضی کشاورزی را خود برعهده دارند از انگیزه بالاتری نسبت به زمانی که زمین اجاره‌ای یا برای شخص دیگری باشد برخوردارند.
	درآمد و پس‌انداز کشاورزانی که درآمد خوبی از زمین زراعی خود داشته باشند و بتوانند پس‌انداز کنند، به مراتب انگیزه بهتری برای تنوع بخشی به منابع درآمدی خود دارند. کمک‌های مالی دولتی و صندوق‌های حمایتی نیز، تاثیر زیادی بر کشاورزان در جهت راه‌اندازی کسب و کار جدید خواهند داشت.
	مساحت اراضی برای تنوع بخشیدن به فعالیت‌های کشاورزی، داشتن زمین بسیار مهم است. معمولاً در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی نیاز به اراضی چندان وسیع نیست. زیرا در مزارع کوچک هم می‌شود اقدام به این کار کرد. وسعت زمین برای پاسخ دادن به نیازهای مختلف گردشگران ضروری است.
	ماشین‌آلات یکی از جاذبه‌های گردشگری کشاورزی برای گردشگران، پی بردن به کار ابزار کشاورزی، کارکردن با آن و یا راندن و سوار شدن بر وسایل موتوری مزرعه است. در تملک بودن اینگونه وسایل قدرت مانور بیشتری به کشاورز می‌دهد.
محصولات و خدمات	میراث کشاورزی برخوداری از سابقه تاریخی، ابزار، وسایل کشاورزی قدیمی، ساختمان‌های قدیمی، نقش‌ها و نمادهای موجود در مزرعه، افسانه‌ها و داستان‌های قدیمی، از جاذبه‌های گردشگری کشاورزی می‌باشند. بسیاری از گردشگران با هدف شناخت الگوهای فرهنگی وارد مناطق روستایی می‌شوند.
	زراعی و باغی گردشگران گردشگری کشاورزی به جاذبه‌های خاصی چون استراحت و عکاسی، تهیه غذا، برداشت محصول از زمین، قدم زدن در باغ و مزرعه برنج و گندم، تست کردن میوه‌ها، علاقه‌منداند.
	دامی و طیور گردشگران مایل اند شیر بدوشند، به ماکیان دانه بدهند، گوسفندان را نوازش کنند.
	اقامت و پذیرایی گردشگران دوست دارند در مزرعه اقامت داشته باشند. در زمین زراعی چادر بزنند. همراه با خانواده کشاورز اقامت کنند. خدمات غذایی دریافت نمایند.
	فرهنگی - اجتماعی گردشگران دوست دارند پخت انواع غذاهای محلی را یادگیرند. محصولات فرهنگی را بخرند. موسیقی محل و رقص ببینند. میراث گذشته را بشنوند. در جشنواره‌ها و بازارهای محلی شرکت کنند.
	تفریحی و سرگرمی گردشگران دوست دارند که کشاورزان در مزارع خود برایشان شرایطی برای ماهیگیری، اسب سواری، قایق سواری، دوچرخه سواری، شکار و... را فراهم نمایند

Source; Barbieri & Tew, 2009; Joanne Lack, 1995; Rezaei, 2016; Imani, 2011; Motallebi Varkani, 2012; Tork choran, 2015; Taheri, 2011; Jensen et al, 2006

قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان ماسال، به مساحت ۶۳۳ کیلومتر مربع در شمال غربی استان گیلان واقع شده است. این شهرستان از سمت شمال به شهرستان رضوانشهر و از جنوب و شرق به شهرستان صومعه‌سرا و از غرب به شهرستان خلخال از استان اردبیل محدود می‌شود. طبق تقسیمات اداری - سیاسی، ماسال دارای ۲ بخش مرکزی و شاندرمن، ۲ نقطه شهری، ۴ دهستان و ۱۰۸ نقطه آبادی می‌باشد (Planning & Budget Organization of Guilan province, 2016).



شکل ۳. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه (Source: Statistical Center of Iran, 2016)

یافته‌ها و بحث

یافته‌های توصیفی

یافته‌های تحقیق شامل یافته‌های توصیفی و تحلیلی است که در ارتباط با الگوسازی مولفه‌های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی با تاکید بر کشاورزان شهرستان ماسال بیان شده است. این پژوهش در شهرستان ماسال، در سطح مناطق روستایی منطبق بر وضعیت توپوگرافی شهرستان انجام شده است. واحد تحلیل خانوارهای روستایی کشاورز ساکن در ۴ دهستان، ماسال، حومه، شاندرمن و شیخ نشین بوده است. براساس توپوگرافی شهرستان ماسال؛ توزیع پرسش‌نامه‌ها به این صورت بوده که ۴۵ پرسش‌نامه معادل ۱۳/۳ درصد در ناحیه کوهستانی، ۶۵ پرسش‌نامه معادل ۱۹/۲ درصد در ناحیه کوهپایه‌ای، و ۲۲۸ پرسش‌نامه معادل ۶۷/۵ درصد در ناحیه دامنه‌ای تکمیل شده، و این مقادیر به نسبت سهم کل خانوار ساکن در هر یک از این نواحی تخصیص یافته است.

وضعیت مشارکت کنندگان در این پژوهش از نظر جنسیت به این صورت بوده که از مجموع ۳۳۸ سرپرست خانوار روستایی دارای فعالیت کشاورزی، ۲۸۲ نفر معادل ۸۳/۴ درصد مرد و ۵۶ نفر معادل ۱۶/۶ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. در ارتباط با گروه سنی در جامعه نمونه مورد مطالعه، ۱۱ طبقه سنی با فاصله طبقاتی ۵ ساله در نظر گرفته شد. کمترین میزان سن کشاورزان مشارکت کننده در فرآیند پرسشگری ۳۰ سال و بیشترین آن ۸۰ سال بوده است که در گروه‌های سنی ۵ ساله طبقه بندی شده‌اند. بیشترین فراوانی مربوط به طبقه ۴۵ تا ۴۹ سال با تعداد ۸۸ نفر معادل ۲۶/۰۴ درصد و کمترین طبقه سنی ۷۵ تا ۸۰ سال با ۴ نفر معادل ۲/۹۶ درصد بوده است. میانگین سنی جامعه نمونه ۵۰/۰۶ سال می‌باشد. در ارتباط با میزان سواد و تحصیلات کشاورزان مورد مطالعه، ۷۸ نفر معادل ۲۳/۱ درصد بیسواد، ۱۷ نفر معادل ۵ درصد دارای سواد قرآنی، ۱۱۳ نفر معادل ۳۳/۴ درصد ابتدایی، ۶۲ نفر معادل ۱۸/۳ درصد راهنمایی، ۵۸ نفر معادل ۱۷/۲ درصد مقطع دیپلم و ۱۰ نفر معادل ۳ درصد تحصیلات لیسانس و بالاتر داشته‌اند. در ارتباط با زبان و گویش، ۵ درصد به زبان فارسی و گیلکی تکلم داشته، ۶۳/۳ درصد به زبان تالشی و فارسی، ۳۰/۲ درصد فقط تالشی و ۱/۵ درصد به زبان ترکی صحبت می‌کنند. در خصوص آشنایی با زبان خارجی وضعیت جامعه مورد مطالعه، ۸۵/۵ درصد با زبان خارجی آشنایی نداشته، ۱۱/۲ درصد در حد ابتدایی، ۲/۷ درصد در حد برقراری ارتباط آشنایی دارند. نوع زبان خاجی هم اکثراً انگلیسی و دو نفر به زبان فرانسه آشنایی داشته‌اند.

یکی دیگر از مولفه‌ها در شاخص مشخصات فردی کشاورز، محل اقامت و اشتغال اوست. در جامعه مورد مطالعه و براساس مطالعات میدانی مشخص شد که ۷۱/۳ درصد از خانوار در داخل بافت روستا سکونت داشته‌اند یعنی محل سکونت و منزل آن‌ها در خارج از زمین کشاورزی است. ۲۱/۶ درصد در داخل زمین کشاورزی سکونت داشته‌اند. همچنین ۰/۹ درصد خانوار دارای فعالیت کشاورزی ساکن شهر بازار جمعه و ۶/۲ درصد در شهر ماسال اقامت دارند. از طرفی ۹۲ درصد جامعه نمونه مورد مطالعه در همان روستای محل سکونت خود مشغول به فعالیت کشاورزی بوده و تنها ۸ درصد از خانوار محل فعالیت آن‌ها در روستای دیگر می‌باشد. در ارتباط با تعداد فرزندان که در زمان انجام پژوهش با خانواده‌های خود زندگی می‌کرده‌اند، به این صورت بوده که ۲۳ خانوار (معادل ۶/۸ درصد) هیچ فرزندی با آن‌ها زندگی نمی‌کرد. در ۶۷ خانوار (۱۹/۸ درصد) ۱ فرزند، در ۱۷۵ خانوار (۵۱/۸ درصد) ۲ فرزند، در ۱۷ خانوار (۵ درصد) ۴ فرزند، در ۲ خانوار (۰/۶ درصد) ۵ فرزند سکونت داشته‌اند. در ارتباط با تعداد فرزندان دارای تحصیلات دانشگاهی در بین خانوار روستایی مورد مطالعه، ۱۵۶ خانوار معادل (۴۶/۲ درصد) فرزند دانشگاهی نداشته و یا اعلام نکرده‌اند. ۱۰۸ خانوار معادل (۳۲ درصد) دارای ۱ فرزند دانشگاهی، ۵۱ خانوار معادل (۱۵/۱ درصد) دارای ۲ فرزند دانشگاهی، ۴ خانوار معادل (۱/۲ درصد) دارای ۵ فرزند دانشگاهی، ۶ خانوار معادل (۱/۸ درصد) دارای ۶ فرزند دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند. همچنین در ارتباط با مولفه‌های شاخص سرمایه و دارایی در بین خانوار کشاورز در شهرستان ماسال براساس داده‌های مستخرج شده از پرسش نامه مشخص شد که در خصوص منبع درآمد و میزان آن؛ درآمد ۷۳/۱ درصد از کشاورزان مستقیم از راه انواع فعالیت‌های کشاورزی است. ۹/۵ درصد به طور غیر مستقیم و ۱۷/۴ هم به صورت مستقیم و غیر مستقیم می‌باشد. میانگین متوسط کل درآمد در بین خانوار روستایی با احتساب فروش محصولات کشاورزی به قیمت سال جاری، ۱۵ میلیون تومان برآورد شد. البته تنها چند خانوار دارای درآمد بالایی بودند که به علت انحراف معیار شدید نسبت به میانگین از فرآیند پردازش کنارگذاشته شدند.

در ارتباط با درآمد متوسط سالانه، که در ۵ گروه درآمدی، تا ۹ میلیون تومان، ۱۰ تا ۱۹ میلیون تومان، ۲۰ تا ۲۹ میلیون تومان، ۳۰ تا ۳۹ میلیون تومان، ۴۰ و بیشتر از ۴۰ میلیون تومان طبقه بندی شد؛ ۳۸ خانوار معادل ۱۱/۲ درصد در گروه درآمدی تا ۹ میلیون، ۱۶۰ خانوار معادل ۴۷/۳ درصد در گروه درآمدی ۱۰ تا ۱۹ میلیون، ۹۱ خانوار معادل ۲۶/۹ درصد در گروه ۲۰ تا ۲۹ میلیون، ۲۵ خانوار معادل، ۷/۴ درصد در گروه ۳۰ تا ۳۹ و ۲۴ خانوار معادل ۷/۱ درصد در گروه ۴۰ و بیشتر از ۴۰ میلیون قرار گرفتند. در جامعه مورد مطالعه ۷۳/۳ درصد خانوار اعلام کرده اند منبع درآمد اصلی آن‌ها فقط از راه فعالیت‌های کشاورزی بوده و منبع درآمد دیگری ندارند. ۲۶/۷ درصد خانوار دارای منابع درآمدی دیگری بوده‌اند که متوسط درآمد آن ۳ میلیون تومان بوده است. میانگین درآمد فروش حاصل از محصولات کشاورزی در سال تقریباً ۲۰ میلیون تومان بوده و این مقدار از میانگین درآمد کل بیشتر است. این به این جهت است که در هنگام اعلام میزان درآمد از سوی خانوار همواره با مقداری محافظه کاری همراه بوده و معمولاً خانوار درآمد خالص خود را به طور دقیق اعلام نمی‌کنند. از طرفی در خصوص میزان پس‌انداز، اکثر خانوار اعلام نمودند که مقدار درآمد در طول سال از طریق فروش محصولات و خدمات مختلف در روستا کسب شده و پس‌انداز چندانی نمی‌توانند داشته باشند. البته عده‌ای هم حاضر نبودند به این سوال پاسخ روشنی بدهند. به طور کل با توجه به مشاهده میدانی در زمان تکمیل پرسش‌نامه، و با توجه به وضع موجود روستاها، غالب روستاییان نمی‌توانستند پس‌اندازی داشته باشند. در ارتباط با میراث کشاورزی و سابقه تاریخی، در منطقه مورد مطالعه، میانگین مجموع کل سال‌های سکونت خانوار روستایی مورد مطالعه، ۴۲ سال بوده که با میانگین سنی جامعه برابری می‌کند. یعنی تمام کشاورزان از بدو تولد در همان روستای خود زندگی کرده و مشغول به فعالیت بوده‌اند.

از سوی دیگر بررسی پیشینه سکونتی اجداد خانوار روستایی براساس اطلاعات خود خانوار نشان می‌دهد که، ۸۳/۷ درصد از خانوار روستایی حداقل یک یا دو نسل قبل خود در همین روستا ساکن بوده‌اند. ۱۰/۴ درصد، مهاجر بوده و اجداد آن‌ها ساکن این روستا نبوده‌اند، ۵/۹ درصد هم اعلام کرده‌اند که اطلاعی از گذشته خود ندارند. در خصوص مالکیت زمین نتایج خروجی آمارهای توصیفی نشان می‌دهد که ۹۶/۵ درصد خانوار دارای مالکیت شخصی یا خانوادگی و، ۳/۵ درصد به صورت اجاره‌ای بوده است. در خصوص مساحت اراضی تحت مالکیت خانوار روستایی کشاورز، ۱۰/۱ درصد خانوار دارای اراضی بین ۲۰۰ تا ۹۰۰ متر، ۵۵/۷ درصد دارای ۱۰۰۰ تا ۹۰۰۰ متر، ۲۹/۹ درصد دارای ۱ هکتار تا ۱/۹ هکتار (ده هزار تا ۱۹ هزار مترمربع) و ۹/۸ درصد دارای ۲ تا ۵ هکتار زمین کشاورزی می‌باشند. در خصوص تملک بر ابزار کشاورزی، اکثر کشاورزان برای انجام عملیات کاشت، داشت و برداشت از ماشین آلات اجاره‌ای استفاده کرده و تعدادی هم برخی از ماشین آلات را در اختیار داشته‌اند. به جهت اینکه سطح اراضی خرد و کوچک بوده و عمده تولید فصلی است، تمایلی برای تملک بر ابزار تولید، بخصوص ماشین آلات به جهت هزینه بالای خرید و نگهداری وجود ندارد.

یافته‌های تحلیلی

در ارتباط با الگوسازی شاخص‌های مرتبط با کشاورزان به عنوان یکی از کنشگران موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی، و در راستای متغیرهای مشخص شده در جدول (۱)، و همچنین برای پی بردن به نقش هریک از شاخص‌های چهارگانه ترسیم شده در مدل مفهومی، الگوی درونی داده‌های مطالعات میدانی استخراج و ارتباط درونی و فضایی آن‌ها مشخص گردید. در ارتباط با دو شاخص ویژگی‌های فردی، و سرمایه و دارایی که مولفه‌های آن‌ها تک بعدی است، برای نمایش وضع موجود از آمار توصیفی، و برای تحلیل ارتباط این دو شاخص با مولفه‌های گردشگری کشاورزی از اسناد و تجارب پژوهش‌های انجام شده، استفاده گردید. در این خصوص و در ارتباط با شاخص ویژگی‌های فردی، جنسیت ارتباط نزدیکی با فعالیت‌های کشاورزی و به ویژه گردشگری کشاورزی خواهد داشت. موضوعی که در تحقیقات انجام شده، همواره مورد تاکید بوده است. در ایران به جهت ساختارهای فرهنگی، جامعه روستایی مردسالار بوده و به دنبال آن مالکیت‌ها و مدیریت فعالیت‌های کشاورزی نیز برعهده مردان می‌باشد. زنان نیز نقش قابل توجهی در انجام امور کشاورزی داشته و گاهی نقش آن‌ها در فعالیت‌های کشاورزی از مردان بیشتر است. جنسیت به جهت اینکه نگرش و گرایش خاصی در فرد ایجاد می‌کند، در انجام امور کشاورزی بسیار مهم است. در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی، زنان می‌توانند نقش موثری داشته باشند. زیرا آن‌ها به طور مداوم در مزرعه و خانه حضور داشته، می‌توانند به خوبی فعالیت‌ها را مدیریت نموده و به نیاز گردشگران پاسخ دهند. در جامعه مورد مطالعه، ۸۳/۴۳ درصد را مردان و ۱۶/۵۷ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. در این پژوهش هدف اصلی مصاحبه و گردآوری داده از خود سرپرست مزرعه بوده و در مواردی که ایشان حضور نداشته‌اند،

از همسرشان اطلاعات گردآوری شد. بر این اساس با توجه به این آمار هرچند جنسیت و نقش آن در مدیریت مزرعه برای پذیرش تغییر و تحول مهم است، اما این نمی‌تواند در منطقه مورد مطالعه مانع توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی باشد. زیرا زنان عملاً در مزرعه حضور فعال داشته و تنها بر اساس آمار برتری با مردان است. از سویی دیگر تعداد فرزندان و حتی جنسیت آن‌ها نقش موثر در رونق هر چه بهتر فعالیت‌های کشاورزی خواهد داشت. مطالعه میدانی و مشاهدات عینی در سطح منطقه نشان داد که در حال حاضر و براساس شرایط موجود، رغبت جوانان، خصوصاً دختران در گرایش به کار کشاورزی پایین است. زیرا آن‌ها درآمدی خوبی را از وضعیت فعلی فعالیت‌های کشاورزی ندارند. تعداد، جنسیت و نگرش فرزندان نقش موثری در القای اثرات مثبت تغییرات در فعالیت‌های کشاورزی و امور جنسی وابسته به آن، در خانوار خواهد داشت. در منطقه مورد مطالعه این شاخص از نظر کمی از شرایط خوبی برخوردار بوده است.

همچنین بررسی اسناد و ادبیات موضوع، نشان می‌دهد تحقیقاتی در دنیا در ارتباط با گردشگری کشاورزی و متغیر سن انجام شده است. معمولاً با افزایش سن، تمایل و انگیزه نسبت به تنوع و تغییر در تمام زمینه‌ها کاهش می‌یابد. کشاورزان کهن سال رغبت، توان و تمایل کمتری نسبت به پذیرش فعالیت‌های جدید در مزرعه خود دارند. بیشترین گروه سنی در جامعه مورد مطالعه در طبقه ۴۴ تا ۴۹ سال، با ۲۶ درصد و میانگین کلی جامعه نمونه ۵۱ سال است. این سن، دوران میان سالی و ابتدای دوره سالمندی و معمولاً آغاز دوره بازنشستگی و به عبارتی دوران پختگی کامل است. با توجه به ویژگی گردشگری کشاورزی، و تجربیات جهانی در این خصوص، منطقه مورد مطالعه از این حیث از شرایط نسبتاً خوبی برخوردار است. زیرا با اتخاذ سیاست‌های درست و کاربردی می‌توان کشاورزان را در راستای فعالیت‌های کشاورزی و تنوع بخشی به آن‌ها هدایت و مدیریت کرد.

در ارتباط با متغیر سواد - به عنوان یکی دیگر از ویژگی‌های فردی کشاورزان - و گردشگری کشاورزی باید به این نکته که نقش سواد و دانش در هر زمینه‌ای در توسعه روستایی بسیار چشم‌گیر خواهد بود، توجه نمود. دانش، بینش عمیقی به فرد داده و او را نسبت به مسائل حساس تر و مسئولیت پذیرتر می‌کند. سطح دانش و بینش کشاورزی کشاورزان در پذیرش تحولات نوین بسیار موثر خواهد بود. مطالعات مختلف نشان می‌دهد، افراد تحصیل کرده خصوصاً در حوزه کشاورزی ریسک‌پذیرتر بوده و انعطاف بهتری خواهند داشت. در منطقه مورد مطالعه، سطح سواد کشاورزان پایین و دانش کشاورزی بیش از ۹۵ درصد کشاورزان بر اساس تجربه و میراث گذشته می‌باشد. این امر گاهی مانعی در مسیر تحول و رشد مناطق روستایی است. با توجه به خصوصیات گردشگری کشاورزی و تجربه محور بودن آن، در محدوده مورد مطالعه می‌توان با در نظر گرفتن دوره‌های آموزشی کوتاه مدت، کشاورزان را برای مشارکت در اینگونه فعالیت‌ها آماده کرد. از سوی دیگر باید به نقش محل اقامت و اشتغال به فعالیت کشاورزی در ارتباط با گردشگری کشاورزی توجه کرد. با توجه به اینکه گردشگری کشاورزی نوعی فعالیت تفریحی-آموزشی است که به شدت به فعالیت‌های مزرعه و کشاورز وابسته بوده، هم زیستی این دو (کشاورز و مزرعه) می‌تواند زمینه بهتری را در ارتباط با تامین نیاز گردشگران فراهم نماید. در محدوده مورد مطالعه هرچند غالب کشاورزان در همان روستای محل اقامت خود مشغول فعالیت‌های کشاورزی بوده، اما در اکثر روستاها خصوصاً در مناطق دامنه‌ای محل سکونت و زمین کشاورزی جدا از هم می‌باشند. یعنی زمین‌های کشاورزی در یک جا متمرکز بوده و منازل هم در کنار هم هستند. ولی فاصله این دو چندان زیاد نیست. از این حیث این دو متغیر شرایط خوبی دارند.

یکی دیگر از مولفه‌های فردی موثر در گردشگری کشاورزی برقراری ارتباط جامعه بومی بخصوص گروه کشاورزان به عنوان میزبان، با گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد. آن‌ها باید بتوانند با مهمان خود به گرمی ارتباط برقرار کرده، خدمات مورد نیاز گردشگر را برای او فراهم کنند. در منطقه مورد مطالعه، زبان و گویش اصلی جامعه بومی تالشی بوده، در پاره‌ای از مناطق گیلکی و به ندرت ترکی نیز دیده شده است. اما غالب در سطح منطقه به زبان تالشی صحبت می‌کنند، زبان دوم آن‌ها فارسی است. آشنایی با زبان خارجی بسیار پایین بوده و در چند مورد به آن اشاره شده است. با این حال برای شکل گیری گردشگری کشاورزی در ارتباط با گردشگران داخلی مشکلی وجود نداشته و در خصوص گردشگران خارجی، لیدرها می‌توانند نقش ارتباطی داشته باشند. هرچند ارتباط مستقیم و بی واسطه میزبان با مهمان، می‌تواند صمیمی‌تر و عمیق‌تر شکل گرفته و امنیت خاطر بهتری برای طرفین داشته باشد. از سوی دیگر در ارتباط با شاخص سرمایه و دارایی کشاورزان باید به متغیرهایی چون، مالکیت و اندازه زمین، ماشین آلات، درآمد، پس‌انداز، میراث کشاورزی، تاریخی و فرهنگی، حمایت مالی و ... اشاره نمود. وضعیت کلی این متغیرها در ارتباط با گردشگری کشاورزی به شرح زیر می‌باشد.

بررسی اسناد و سوابق پژوهش در ارتباط با موضوع پژوهش نشان می‌دهد که اندازه زمین، شکل، توپوگرافی و دسترسی، نقش موثری در شکل‌گیری فعالیت‌های جدید کشاورزی خواهند داشت. تجربه نشان داده است که اراضی کوچک و یکدست به مراتب برای فعالیت گردشگری کشاورزی مناسب‌تر می‌باشند. زیرا امکان پذیرش گردشگر و فراهم آوردن خدمات در مزارع بزرگ قدری مشکل است. از این حیث منطقه مورد مطالعه شرایط خوبی دارد. در بحث ابزارآلات کشاورزی معمولاً وجود وسایل مورد استفاده در فرآیند تولید (کاشت، داشت و برداشت) خود بخشی از جاذبه زمین زراعی محسوب می‌شود. از این حیث در منطقه مورد مطالعه مزارع کشاورزی از برخی ابزاربرخوردار بوده و این می‌تواند برای گردشگران جذاب باشد، مانند کمباین، ماشین نشاء برنج، دستگاه شیردوش. از سوی دیگر در ارتباط با شاخص سرمایه و دارایی کشاورزان، درآمد، منبع درآمد، و همچنین حمایت‌های مالی متغیرهایی هستند که باید مورد بررسی قرار گیرند. میزان درآمد و منبع آن، بخصوص مقدار وابستگی به منبع درآمد، میزان تمایل و انگیزه و همچنین شرایط لازم را برای پذیرش تغییر و افزودن فعالیت جدید به فرآیند کسب و کار فعلی را تسهیل نموده و یا شاید مانع آن باشد. در این خصوص منطقه ماسال نیازمند توجه ویژه می‌باشد.

در ارتباط با دو شاخص دیگر، یعنی مهارت و دانش، و خدمات و محصولات گردشگری کشاورزی، از آمار استنباطی و آزمون‌های آماری پارامتریک استفاده شد. به این صورت که برای اندازه‌گیری میزان تاثیر هر یک از مولفه‌های موثر در دو شاخص ذکر شده بر میزان شکل‌گیری گردشگری کشاورزی، آزمون رگرسیون خطی، مدل گام به گام مناسب ارزیابی گردید. در آزمون آماری رگرسیون خطی امکان سنجش ارتباط بین متغیرها و هم‌چنین امکان پیش‌بینی رفتار متغیر وابسته از طریق متغیر مستقل قابل بررسی است. در این پژوهش، مجموع ۶ متغیر دو شاخص مهارت و دانش، خدمات و محصولات مرتبط با گردشگری کشاورزی در قالب یک فرآیند ۶ مرحله‌ای با استفاده از مدل گام به گام در رگرسیون خطی میزان ارتباط و همبستگی آن‌ها سنجیده شد، و بر اساس میزان سطح معناداری (sig) کمتر از ۰/۰۵ صدم، در تمام شاخص‌ها، همبستگی و ضریب بتای آن‌ها تایید شد. در ابتدا میانگین هندسی و انحراف معیار، میزان چولگی و کشیدگی داده‌ها مشخص گردید تا از اعتبار داده‌ها اطمینان حاصل شود. براساس داده‌های جدول (۲) دامنه چولگی و کشیدگی داده‌ها نرمال‌اند. زیرا در بازه (۲-، ۲+) قرار گرفته‌اند. مقادیر چولگی یا کجی، منفی است و در حالت کجی منفی، مد بزرگتر از میانه و میانه بزرگتر از میانگین است (بیانگر این است که در مجموع افراد به گزینه‌ها، نمره بالایی داده‌اند و دید مثبتی به آن‌ها داشته‌اند). از طرفی کشیدگی نیز منفی است. کشیدگی زمانی منفی است که میزان آن از صفر کوچک‌تر باشد، در این حالت شکل منحنی کوتاه‌تر از منحنی نرمال است و به صورت پخی در می‌آید (نشان دهنده آن است که تقارن وجود ندارد و پاسخ دهندگان به همه گزینه‌ها به طور تقریبی اشاره داشته‌اند). میانگین هندسی متغیرها نشان می‌دهد که اختلاف میانگین بین آن‌ها شدید نیست. بازه توزیع میانگین‌ها در بین ۳ تا ۳/۴۵ صدم، و انحراف معیار کمتر از ۱ می‌باشد و در این میان، میانگین متغیر محصولات و خدمات فرهنگی به نسبت بالاتر از سایر متغیرهاست و نشانگر آن است که این متغیر در سطح منطقه از سوی مشارکت کنندگان با دید متفاوت تری مورد توجه بوده است.

جدول ۲. آماره‌های توصیفی شاخص دانش و مهارت، و محصولات و خدمات کشاورزی

شاخص آماری	زراعت و باغداری	دامداری	اقامت و پذیرایی	مهارت و دانش	محصولات فرهنگی	تفریح و سرگرمی
میانگین	۳/۱۸	۳/۲۵	۳/۳۱	۳/۲۱	۳/۴۱	۳/۲۶
مد	۳/۰۶	۳/۵۲	۲/۷۳	۲/۸۳	۴/۱۹	۲/۲۹
انحراف معیار	۰/۶۹	۰/۷۰	۰/۸۴	۰/۶۷	۰/۷۳	۰/۸۰
چولگی	-۰/۴۷	-۰/۳۸	-۰/۳۵	-۰/۱۵	-۰/۴۹	-۰/۳۷
کشیدگی	-۰/۱۲	-۰/۷۴	-۰/۷۱	-۰/۳۴	-۰/۳۳	-۰/۸۰
میانه	۳/۳۳	۳/۴۷	۳/۳۲	۳/۳۰	۳/۵۳	۳/۳۶

در مجموع و بر اساس متغیرهای دو شاخص مهارت و دانش - انگیزه، و محصولات و خدمات به عنوان شاخص‌های موثر کشاورزان در ارتباط با گردشگری کشاورزی مشخص شد که، متغیرهای دامداری، زراعت و باغداری دارای بیشترین سهم در پذیرش و امکان شکل‌گیری گردشگری کشاورزی از سوی کشاورزان را دارند. میزان اثر گذاری این دو متغیر به ترتیب ۱/۱۵ و ۱/۲۳ درصد، و خالص اثر گذاری آن‌ها به ترتیب ۰/۱۸۶ و ۰/۱۷۶ می‌باشد. همچنین میزان اثرگذاری متغیرهای خدمات تفننی با ۰/۹۰۶ درصد، انگیزه (مهارت و دانش کشاورزان) ۰/۸۸۱ درصد، محصولات و خدمات فرهنگی با ۰/۸۲۰ درصد و اقامت و پذیرایی

۸۰۰/درصد برنگرش کشاورزان در پذیرش گردشگری کشاورزی موثر بوده‌اند. در نتیجه متغیرهایی که ضریب تاثیر بیشتر داشته‌اند، مولفه‌های کلیدی هستند. چراکه بیشتر مورد استقبال کشاورزان بوده‌اند. به عبارتی این متغیر در حال حاضر مورد پذیرش خانوار روستایی کشاورز در منطقه می‌باشد. از طرف دیگر اگر مجموع اثرگذاری و اثر پذیری هریک از متغیرها را تحت عنوان اثر در نظر بگیریم، متغیرهای باغداری و زراعت، دامداری، انگیزه، اقامت و پذیرایی، بالاترین حد اثربخشی را داشته و نقش کلیدی دارند. در این پژوهش متغیر دامداری، زراعت، باغداری (منظور از باغداری اراضی باغی، حیاط و زمین‌های علوفه ای کوچک می‌باشد) دارای رتبه بالاتری می‌باشند. به عبارتی باید گفت که در ارتباط با شاخص‌های انگیزه و ارائه خدمات؛ متغیرهای دامداری، زراعت و باغداری تاثیر بیشتری بر نگرش و پذیرش گردشگری کشاورزی از سوی کشاورزان داشته‌اند.

در بازدیدهای میدانی و مشاهدات عینی از منطقه مشخص شد که در ناحیه دامنه‌ای فعالیت غالب کشت برنج بوده و با حرکت به سمت کوهپایه و کوهستان، تنوع فعالیت‌های کشاورزی بیشتر می‌شود. بخصوص در ناحیه کوهپایه علاوه بر کشت برنج در سطوح کوچک، دامداری و باغداری، پرورش زنبور عسل و پرورش ماهی و همچنین فعالیت‌های گردشگری مرسوم‌تر و با شدت بیشتر در جریان می‌باشد. این امر با ادامه در نواحی کوهستانی با افزایش فعالیت‌های دامداری و اقامتگاه گردشگری در ۶ ماه اول سال باشدت بیشتری قابل مشاهده است. نکته‌ای که باید به آن اشاره نمود، برتری میانگین متغیرهایی چون زراعت و باغداری، دامداری و اقامتگاهی و حتی انگیزه، می‌باشد. این امر بخاطر نگرش بسیار خوب خانوار روستایی در مناطق کوهپایه و کوهستانی است، که در حال حاضر بطور نسبی با فعالیت‌های گردشگری و پذیرش گردشگران ارتباط بیشتری دارند. در واقع خانوارهایی که شکل فعلی گردشگری را بیشتر لمس کرده و به نوعی با آن درگیر بوده، پذیرش بهتری نسبت به اشکال جدید گردشگری داشته و دارند. از سویی محدودیت اراضی و منابع درآمدی، آن‌ها را مجاب می‌کند، به روش‌های مآزاد درآمد و تقویت منابع درآمدی خود فکر کنند.

جدول ۳. تحلیل مسیر مهم ترین شاخص‌های اثرگذار در پذیرش گردشگری کشاورزی از سوی کشاورزان^۱

وابسته / مستقل	باغ	دام	اقامت	مهارت	فرهنگی	تفریحی	اثرپذیری	اثرگذاری	اثر	خالص اثرگذاری
باغ	۰	۰/۳۷۸	۰/۲۶۹	۰/۲۰۴	۰/۰۰۰	۰/۱۲۱	۰/۹۷۲	۱/۱۵۸	۲/۱۳۰	۰/۱۸۶
دام	۰/۴۲۴	۰	۰/۲۱۹	۰/۱۱۸	۰/۰۰۰	۰/۲۹۳	۱/۰۵۴	۱/۲۳۰	۲/۲۸۴	۰/۱۷۶
اقامت	۰/۳۳۵	۰/۲۴۳	۰	۰/۱۶۸	۰/۰۰۰	۰/۱۲۲۰	۰/۸۶۸	۰/۸۰۰	۱/۶۶۸	-۰/۰۶۸
مهارت	۰/۲۷۱	۰/۲۰۱	۰/۱۹۴	۰	۰/۴۵۶	۰/۰۰۰	۱/۱۲۲	۰/۸۸۱	۲/۰۰۳	-۰/۲۴۱
فرهنگی	۰/۰۰۰	۱۳۶۰	۰/۰۰۰	۰/۳۹۱	۰	۰/۳۷۰	۰/۸۹۷	۰/۸۲۰	۱/۷۱۷	-۰/۰۷۷
تفنی	۰/۱۲۸	۰/۲۷۲	۰/۱۱۸	۰/۰۰۰	۰/۳۶۴	۰	۰/۸۸۲	۰/۹۰۶	۱/۷۸۸	۰/۰۲۴
اثرگذاری	۱/۱۵۸	۱/۲۳۰	۰/۸۰۰	۰/۸۸۱	۰/۸۲۰	۰/۹۰۶				

همچنین برای پی بردن به میزان خالص اثر گذاری، درگام بعدی، با محاسبه میانگین مجموعه اثرگذاری و اثرپذیری شاخص‌ها (میانگین مجموع، ۰/۱۹۳ هزارم می‌باشد) متغیرهایی که ضریب تاثیر آن‌ها بیشتر از میانگین مجموع اثرات بود محاسبه گردید که بصورت ماتریس صفر و یک (منطق بولی) در جدول زیرقابل مشاهده می‌باشد. در این مرحله نیز دو شاخص زراعت و دامداری و اقامتگاه در رتبه‌های بالاتری نسبت به سه شاخص دیگر قرار گرفته‌اند.

۱. توضیح گروه پژوهش: منظور از باغ یا دام و... بررسی نظر یا نگرش کشاورزان نسبت به متغیرهای باغداری و دامداری، اقامتگاه، انگیزه خدمت رسانی، فرهنگی و امور تفنی و سرگرمی است. در واقع از کشاورزان خواسته شده است که تا چه میزان تمایل دارند، در صورتی که گردشگری کشاورزی در شهرستان ماسال شکل بگیرد، جاذبه‌های مربوط به دامداری و باغداری را برای گردشگران مهیا نموده و یا به نوعی به آن‌ها اجازه دهند وارد محدوده باغی و یا دامداری آن‌ها شوند. و همچنین موارد دیگر. به خاطر کاهش حجم جدول و نمایش بهتر آن، شاخص‌ها به این شکل خلاصه شده، در جدول آورده شده‌اند. این عوامل به صورت شبکه‌ای بر یکدیگر تاثیرگذار بوده و از هم تاثیر می‌پذیرند.

جدول ۵. ماتریس (+ و ۱) خالص اثر متغیرها موثر بر نگرش کشاورزان در پذیرش گردشگری کشاورزی

متغیر	باغ	دام	اقامت	انگیزه	فرهنگی	تفنی
باغ	۰	۱	۱	۱	۰	۰
دام	۱	۰	۱	۰	۰	۱
اقامت	۱	۱	۰	۰	۰	۰
انگیزه	۱	۱	۱	۰	۱	۰
فرهنگی	۰	۰	۰	۱	۰	۱
تفنی	۰	۱	۰	۰	۱	۰

جدول ۶. اثرپذیری، اثرگذاری، اثر و خالص اثر مولفه‌های موثر بر نگرش کشاورزان نسبت به ایجاد گردشگری کشاورزی

شاخص‌ها	اثرپذیری	اثرگذاری	اثر	خالص اثر
نگرش کشاورزان نسبت به مولفه‌های باغداری در ایجاد گردشگری کشاورزی	۰/۸۵۱	۱/۰۳۰	۱/۸۸۱	۰/۱۷۹
نگرش کشاورزان نسبت به مولفه‌های دامداری در ایجاد گردشگری کشاورزی	۰/۹۳۶	۱/۰۹۴	۲/۰۳	۰/۱۵۸
نگرش کشاورزان نسبت به مولفه‌های اقامتگاه در ایجاد گردشگری کشاورزی	۰/۵۷۸	۰/۶۸۲	۱/۲۶	۰/۱۰۴
نگرش کشاورزان نسبت به مولفه‌های مهارت و انگیزه در ایجاد گردشگری کشاورزی	۱/۱۲۲	۰/۵۹۵	۱/۱۱۷	-۰/۵۲۷
نگرش کشاورزان نسبت به مولفه‌های فرهنگی در ایجاد گردشگری کشاورزی	۰/۷۶۱	۰/۸۲۰	۱/۵۸۱	۰/۰۵۹
نگرش کشاورزان نسبت به مولفه‌های اوقات فراغت در ایجاد گردشگری کشاورزی	۰/۶۳۶	۰/۶۶۳	۱/۲۹۹	۰/۰۲۷

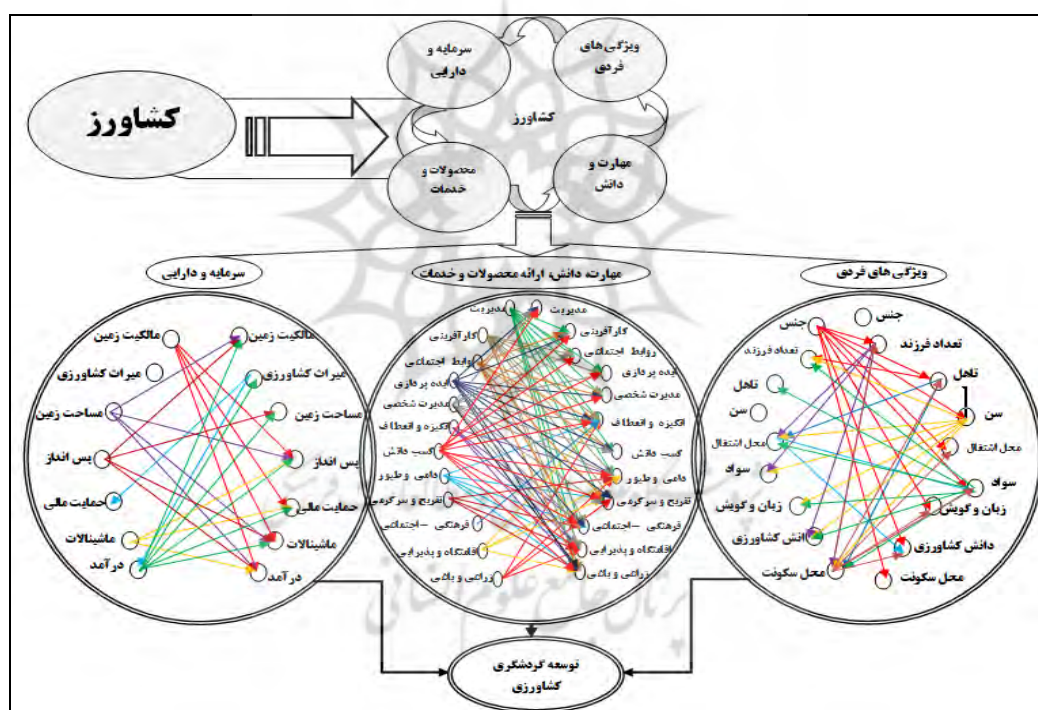
با توجه به جدول (۶)، میزان اثرگذاری مولفه باغداری و فعالیت‌های مرتبط با آن بر سایر مولفه‌ها، $۱/۰۳$ می‌باشد. یعنی وجود فعالیت‌های باغ و باغداری می‌تواند عامل مهمی در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی باشد. از طرفی میزان اثرپذیری آن با مقدار $۰/۸۵۱$ نشان دهنده این واقعیت است که این عامل تحت تأثیر عوامل دیگر نیز می‌باشد. در ارتباط با بحث دامداری میزان اثرگذاری این شاخص $۱/۰۹$ و اثرپذیری آن $۰/۹۳۶$ می‌باشد. در ارتباط با شاخص اقامتگاه و سکونت میزان اثرگذاری $۰/۶۸۲$ و اثرپذیری آن $۰/۵۷۸$ می‌باشد. درخصوص انگیزه، مهارت، دانش و توانایی‌های فردی کشاورزان، تأثیرگذاری این شاخص $۰/۵۹۵$ و اثرپذیری آن $۱/۱۲$ می‌باشد. همچنین در ارتباط با شاخص فرهنگی، میزان اثرگذاری $۰/۸۲۰$ و اثرپذیری آن $۰/۷۶۱$ می‌باشد. و در نهایت شاخص تفریحی یا اوقات فراغت با میزان اثرگذاری $۰/۶۶۳$ و اثرپذیری $۰/۶۳۶$ ، نشان دهنده جایگاه هر یک از مولفه‌ها در ارتباط با نقش آن‌ها در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی، در قالب کشاورز مطرح می‌باشد. از سوی دیگر مقدار اثر کل هر یک از شاخص‌ها نشان می‌دهد که آن‌ها تا چه میزان از نگاه کشاورزان در شکل‌گیری و ایجاد گردشگری کشاورزی موثر هستند. در مجموع ارتباط بهینه مولفه‌های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی با تأکید بر مولفه کشاورز، براساس مقدار خالص اثر متغیرها در راستای منطبق بولی، به شکل زیر قابل ترسیم می‌باشد. در این تصویر، روابط دورنی شاخص‌ها براساس جدول (۶) ترسیم شده است که نشان دهنده میزان تأثیر و تأثر مستقیم و غیر مستقیم آن‌ها از یکدیگر می‌باشد.



شکل ۷. ارتباط بهینه شاخص‌ها براساس مقدار خالص اثر و اثرکل

گردشگری کشاورزی، بخشی از گردشگری روستایی و زیر مجموعه‌ای از گردشگر جایگزین می‌باشد. بررسی اسناد موجود در این حوزه، در مطالعات داخلی و خارجی نشان داد که پژوهشگران در شکل‌گیری آن ۵ عامل را موثر می‌دانند. این عوامل شامل محیط روستا، مزرعه، گردشگر، کشاورز و ذینفعان مختلف می‌باشند. امیری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان ارائه یک مدل

مفهومی به منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی، به چهار عامل از ۵ عامل بالا اشاره می‌کند و این درحالی است که به عامل تسهیلگران در مدل پژوهشی خود توجه نکرده است. پی بردن به نقش هریک از این عوامل نیازمند مطالعه عمیق و گسترده در ارتباط با تک تک مولفه‌های آن‌ها می‌باشد. بر این اساس در پژوهش حاضر نقش کشاورزان به عنوان یکی از عوامل تأثیر گذار در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی در قالب الگوسازی شاخص‌های آن مورد مطالعه قرار گرفت. تجربه کشورهای مختلف در این خصوص نشان می‌دهد که ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی با مشارکت و حضور جامعه روستایی بخصوص کشاورزان امکان‌پذیر می‌باشد (Badri et al, 2013). به این صورت که کشاورزان در قالب ۴ شاخص شامل؛ ویژگی‌های فردی کشاورزان، دانش و مهارت، سرمایه و دارایی و همچنین تمایل و توانایی ارائه انواع محصولات و خدمات مرتبط با گردشگری کشاورزی به گردشگران، مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. الگوی بهینه مولفه‌های موثر کشاورزان در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی در قالب شکل (۸) و در نتیجه بررسی مجموع ۴ شاخص با بیش از ۱۵۰ گویه مختلف، جمع بندی و طراحی شده است. این الگو پس از طراحی به روش دلفی توسط جمعی از کارشناسان مورد بررسی قرار گرفته و تایید شده است. بر اساس این الگو، نقش کشاورزان در توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ماسال باید در قالب ۴ شاخص ذکر شده مدنظر باشد. هریک از شاخص‌های چهارگانه باید براساس جدول (۱)، دارای مناسب‌ترین مقدار مثبت خوب بوده تا بتوانند زمینه ساز توسعه گردشگری کشاورزی باشد. همان طوری که در شکل (۸) مشخص شده است، شاخص‌های چهارگانه کشاورزان در شهرستان ماسال، در ضمن برخورداری از ارتباط درونی متغیرها، دارای پیوند بیرونی با یکدیگر نیز می‌باشند.



شکل ۸. الگوی سازی مولفه‌های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی با تاکید بر مولفه کشاورز در شهرستان ماسال

بنابراین منطقی‌ترین الگوی بهینه در ارتباط با نقش کشاورزان در توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ماسال به صورت شکل (۸) قابل ارائه می‌باشد. این الگوی با نتایج پژوهش محققانی چون (Zanjireh, 2009; Abri, 2001; Snajder,) هم (Demirovich, 2014; Asaet et al, 2014; Blackaand others, 2009; Mace, 2005; Moradi et al, 2012, 2009) سو بوده و همچنین توسط گروهی از پژوهشگران حوزه گردشگری داخلی و خارجی مورد تایید قرار گرفت. همچنین مدل تحلیلی (Amiri et al, 2016) نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی شامل چهار بعد روستا، کشاورز، مزرعه و گردشگر می‌باشد که در این بین نقش جامعه کشاورزان به عنوان اصلی‌ترین عامل در شکل دادن به فرم‌های مختلف و فعالیت‌های متنوع در گردشگری کشاورزی از اهمیت بالایی برخوردار می‌باشد.

نتیجه‌گیری

با توجه به مدل نهایی، مشخص شد کشاورزان با تمام ویژگی‌های خود به عنوان یکی از کنشگران مهم و موثر در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی می‌باشند. این ویژگی‌ها شامل؛ ویژگی‌های فردی، سرمایه و دارایی، مهارت و دانش-انگیزه، محصولات و خدمات می‌باشد. نتایج پژوهش قطب‌آبادی و همکاران (۱۳۹۶) نیز نشان می‌دهد کشاورزان با بهره‌گیری از ویژگی‌های فردی و مهارتی و همچنین ارائه انواع محصولات و خدمات گردشگری می‌توانند تجربه‌هایی خاص از سبک زندگی و فرهنگ روستایی را برای گردشگران کشاورزی فراهم کنند. روستاییان کشاورز یکی از عوامل اصلی و از بازیگران مهم در عرصه گردشگری کشاورزی بوده که باید به آن‌ها کمک کرد تا زمینه را برای رشد این گونه از گردشگری فراهم نموده و خود نیز از مزایای آن بهره‌مند گردند (Mahmoodi chenari, 2019: 2) در این خصوص در شهرستان ماسال با توجه به مدل ارائه شده، ویژگی‌های فردی کشاورزان از جمله؛ سن سواد، جنسیت، تاهل و تعداد فرزندان، سطح سواد، دانش کشاورزی، محل اقامت و فعالیت، می‌باید مورد توجه باشد. در این راستا پژوهش عنابستانی و مظفری (۱۳۹۷) با عنوان تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی نیز نشان می‌دهد که بین گرایش به گردشگری کشاورزی و متغیرهای مربوط به میزان سن، نوع شغل، میزان تحصیلات، میزان درآمد، میزان کار در مزارع و باغات و میزان رفت و آمد به شهر در طول هفته رابطه وجود دارد. با توجه به ماهیت گردشگری کشاورزی که معمولاً با کشاورزان در ارتباط است، مشارکت جوامع محلی و خصوصاً کشاورزان در روند شکل‌گیری و رشد آن اجتناب‌ناپذیر است (najarzadeh & zabih, 2017). درارتباط با شاخص سرمایه و دارایی، باید به مالکیت زمین، درآمد و پس‌انداز، میراث کشاورزی، حمایت‌های مالی- دولتی، خصوصی و ماشین‌آلات توجه کرد. بدری و همکاران در پژوهشی (۱۳۹۴)، ضمن مطالعه مبحث مشارکت اجتماعی در توسعه گردشگری کشاورزی، میزان دارایی و درآمد فرد و به خصوص اشتغال فرد را عاملی مهم در توسعه گردشگری کشاورزی می‌دانند (Badri & et al, 2015). در این راستا بدون شک توسعه گردشگری کشاورزی نیازمند برنامه‌ریزی، دریافت حمایت‌های مالی و آموزشی لازم، زیرساخت‌ها و تسهیلات عمومی مناسب و مشارکت فعال مقامات و معتمدین محلی نیز می‌باشد (annabestani & mozafari, 2018). و این در حالی است که اغلب کشاورزان فرصت‌های اقامت در خانه و آموزش را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌کنند (arachchi, 2017: 16). در ارتباط با شاخص دانش و مهارت-انگیزه؛ مهارت‌هایی چون: مهارت‌های مدیریتی، تجاری، بازاریابی و شخصی، آموزش و کسب دانایی، کارآفرینی، رفتار اجتماعی و ایده‌پردازی، باید در نظر گرفته شود. در خصوص شاخص خدمات دهی، باید به خدمات اقامتی و پذیرایی، فرهنگی اجتماعی، سرگرمی، باغی و زراعی، و دامداری توجه نمود. سعیدی (2003) موفقیت کشاورزان به عنوان میزبان در عرصه گردشگری کشاورزی را مرهون عواملی چون؛ هویت بیرونی، شکلیا و بردبار، تفکری متفاوت و یک مجموعه از مهارت‌ها، نیاز به ایجاد لذت و تقسیم زندگی خود با گردشگران، سن، جنسیت، مالکیت، سطح درآمد، بعد خانوار، دانش و مهارت و... می‌داند که در ایجاد یک محیط یا مزرعه گردشگری کشاورزی موثر می‌باشند (saedi, 2003). از سوی دیگر پژوهش نوروبی و فتحی (۱۳۹۶) با عنوان ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان شهرستان لنجان) نشان می‌دهند که نگرش و میزان پذیرش کشاورزان منطقه در ارتباط با فعالیت‌های خدماتی، تفریحی، زراعی و باغی مثبت است (Norozi & fathi, 2017). در این خصوص نظریه ماسون و امانی (2007) نیز در خصوص نقش کشاورزان در توسعه گردشگری کشاورزی اغلب از طریق ایجاد تنوع در فعالیت‌های کشاورزی، امکانات اقامتی در مزرعه و اقامت دادن برای استراحت و پذیرایی و دسترسی به فرصت‌های آموزشی برای گردشگران توسط کشاورزانی مطرح می‌شود که خلاق، ریسک‌پذیر، متعهد، مسئولیت‌پذیر، با انگیزه، دارای مهارت و دانشی کافی، می‌باشند (Mason & O'Mahony 2007). کشاورزان در واکنش به فشارهای حاصل از هزینه‌ها و دشواری‌های تولید مازاد کشاورزی، کاهش درآمدهای مزرعه و اتکای بیش از حد به یارانه و در راستای افزایش درآمد خود، رهیافت تنوع بخشی به فعالیت‌های کشاورزی را انتخاب کرده و به ارائه خدمات گردشگری به بازدیدکنندگان به عنوان یک منبع درآمد می‌پردازند (varzideh, 2014) در مجموع و با توجه به خروجی داده‌ها و انطباق با محیط واقعی مشخص شد که در ارتباط با نقش کشاورزان در توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان ماسال، مناطق کوهپایه‌ای و کوهستانی، از شرایط بهتری برای شکل‌گیری و پذیرش فعالیت‌های گردشگری کشاورزی به نسبت مناطق دامنه‌ای برخوردار می‌باشند. بر این اساس باید با آموزش جامعه روستایی و فراهم نمودن تسهیلات، آن‌ها را به این شکل از گردشگری هدایت نمود. زیرا باعث پایداری زندگی روستایی و محیط طبیعی می‌گردد. در نتیجه باتوجه به سوال مطرح شده که ماهیت اکتشافی هم داشته است، مدل بهینه نقش کشاورزان در شکل‌گیری گردشگری کشاورزی، با

تکیه بر شاخص‌های چهارگانه مطرح شده با کشف ارتباطات درونی و تقویت آن‌ها و با توجه به شرایط محیطی در هر یک از نواحی سه گانه ارتفاعی به صورت شکل (۸) مناسب ارزیابی شد. به این مفهوم که باید نقش کشاورزان را در توسعه و ترویج فعالیت‌های گردشگری کشاورزی در قالب مدل ترسیم شده بررسی کرد. در مجموع می‌توان الگوی فوق را برای هر سه منطقه توپوگرافی در شهرستان در دو سطح، شامل ارتباط درونی و ارتباط بین شاخص‌ها پیاده کرد. نتایج پژوهش حاضر با دست آورد اکثر پژوهش‌ها با محوریت کشاورزان و گردشگری کشاورزی همسور بوده و گردشگری کشاورزی را با حضور کشاورزان به عنوان متولیان اصلی این نوع از گردشگری دارای سندیت می‌داند. پیشنهاد پژوهشی و توصیه علمی این پژوهش بررسی و ارائه راه حل‌هایی به منظور ارائه آموزش به جامعه کشاورزان در ارتباط توسعه گردشگری کشاورزی و جذب تسهیلات برای هدایت جوامع بومی به سمت این مدل از گردشگری روستایی است.

تقدیر و تشکر

این پژوهش مستخرج از رساله دکتری بوده و با حمایت مالی سازمانی انجام نشده است.

References

- Aligholizadeh Firouzjaei, N., Badri, S.A., & Faraji Sabokbar, H. (2008). Attitude of the host community to the environmental and economic impacts of tourism in rural areas, Case study of the central part of the city of Noshahr. *Quarterly Journal of Village and Development*, 10(1), 1-22. (In Persian)
- Amiri, S., Ehsanifar, T., Naderi, N., & rostami, F. (2017). A Conceptual Model for Assessing the Impact of Agritourism on Rural Entrepreneurship Development. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 3(1), 37-56. (In Persian)
- Asadi karam, R. (2016). An Analysis of Capacity Understanding and Strategic Planning for Tourism Development, A Case Study: The Village of Delfard Tourism in Jiroft Township. *Planning Human Settlements Studies*, 11(37), 125-150. (In Persian)
- Asante, K. O., Osafo, J., & Nyamekye, G. K. (2014). An exploratory study of factors contributing to divorce among married couples in Accra, Ghana: a qualitative approach. *Journal of divorce and remarriage*, 55(1), 16-32.
- Anabestani, A., Mozaffari, Z. (2018). Explaining Factors Affecting Villagers' Tendency to Agricultural Tourism (Case Study: Tourism Villages of Fazl Village of Neyshabur). *Tourism Planning and Development*, 7(24), 123-145. (In Persian)
- Abri, SH. (2001). A Geographical Perspective on Rural Development, Social Sciences. *Social Research, Islamic*, 2(31), 99-119. (In Persian)
- Balezentis, T., Alvydas balezentis, I K., & Garland, R. (2012). Rural tourism development in lithuania (2003-2010). *A quantitative analysisist tourism management perspectives*, 2(3), 1-6.
- Badri, SA., Razvani, M.R., & Heydari, Z. (2015). Local Community Participation in Agricultural Tourism Planning (Case Study: Rural Areas of Central Tonekabon County). *Journal of Tourism Development Planning, Article*, 2(4), 43-66. (In Persian)
- Blacka, A, P., Counture, C., Ccoale, J., Dooley, A., Hankins, A., lastovica, B., mihalik.C.Reed., & M.Usson. (2009). *Agritourism Virginiacooprative extention poplucation*, 4(3), 300-310.
- Briedenhann, J., & Eugenia, W. (2004). Tourism Routes as a Tool for the Economic Development of Rural areas—vibrant hope or impossible dream. *Tourism management*, 25(1), 71-79.
- De Kadt, E. (1990). Making the Alternative Sustainable: Lessons from Development for tourism, Discussion Paper 272. *Institute of Development Studies*, Brighton, 4(5), 1-21.
- Demirovič, D., Simat, K., & Radović, G. (2014). State Support for Development of Agritourism Entrepreneurship in AP Vojvodina (Serbia). *Tourism Education Studies and Practice*, 1(1), 11-22.

- Fakhimzadeh, H., Khatibi, MR., (2017). *Agritourism, New Horizons in the Development of Tourism and Agriculture*. Tehran: Javid elm Publications. (In Persian)
- Falsafiyan, M., & Ghahramanzadeh, L. (2010). Investigating the causal relationship between growth of agricultural sector and economic growth in Iran. *Journal of Agricultural Sciences*, 4(14), 91-101. (In Persian)
- Fleischer, A., & Tchetchik, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture. *Tourism Management* 26, 493-501.
- George, H., & Rilla, E., L. (2005). *Agritourism and nature tourism in California*. University of California (System), ANR Publications.
- Ghadiri Masoomsh, M., Stelaji, AR., & Pazoki, M. (2010). *Sustainable Tourism (Rural and Ascension)*. Tehran: University of Tehran. (In Persian)
- Ghasemi Ardahaii, A., & Rostam Alizadeh, V. (2012). Effects of Rural Mortgage Lending on Rural Life. *Journal of Housing and Urban Development*, 31(10), 67-84. (In Persian)
- Gilan Province Land Preparation Program. (2017). Plan and Budget Organization. (In Persian)
- Hesam, M. (2017). Satisfaction of tourists from rural tourism destinations (Case study: villages of Fouman Township). *Journal of Planning Human settlements Studies*, 12(4), 803-819. (In Persian)
- Hosseini Ebari, S.H. (2001). Geographical View on Rural Development. *Social Sciences, Social Research*, 31, 99-119. (In Persian)
- Iran's National Bureau of Statistics, *Housing Population Census of* .(2011-2016). Guilan Province. (In Persian)
- Imani, SF. (2011). Feasibility Study of Agri-tourism Attractions of Rodpay shomali county, Central Sari Towanship, Thesis for Master Degree in Geography, Department: *Geography and Tourism Planning, Faculty of Literature and Humanities, Islamic Azad University, Branch Central Tehran*. Supervisor: *Ismail Qaderi*, Summer, 2(5), 25-39 (In Persian)
- Javan, J., & Saghaei, M. (2004). Agriculture and tourism, an approach to earning surplus income. *Geosciences Journal*, 3(3-4), 123-145. (In Persian)
- Jensen, K., Lindborg, C., English, B., & Menard, J. (2006). Visitors to Tennessee agritourism attractions: Demographics, preferences, expenditures, & projected economic impacts. Retrieved from: <http://web.utk.edu/~aimag/pubs/research%20report%20visitors%20surveys3.pdf>.
- Joanne Lack, K. (1997). *Agri-Tourism Development in British Colombia*. Published master's thesis School of Resource and Environmental Management, British Colombia, Canada.
- Heidari, Z., & Jomehpourer, M. (2016). Link between tourism and agricultural activities in order to maintain the environment with an emphasis on attitudes of local communities (Case study: Rural areas of Tonekabon township). *Geography, Journal of Research, International and International Association of Geography Iran*, 14(49), 142-156. (In Persian)
- Karimi, S. (2013). Rural Entrepreneurship, Challenges and Opportunities. *Entrepreneurship in Agriculture*, 1(4), 9-69. (In Persian)
- Kuhen, D., Duncan, H., & Lehman, P. (1998). Consideration for Agricultural Tourism Development. Newyork Sea Grant.
- Lopez, ED., Garcia, F. C. (2006). agrotourism, sustainable tourism and Ultraperipheral areas: The case of Canary Islands. *PASOS Revista de Turism Patrimonio Cultural*, 4(2), 85-97.
- Mace, D. (2005). *Factors Motivating Agrotourism Entrepreneurs*. Cansas: United States Department of Agriculture.
- Arachchi, R.P. (2017). Agrotourism Segment of Rural Tourism, Department of Agribusiness Management, Faculty of Agricultural Sciences, Sabaragamuwa University of Sri Lanka Belihuloya, 2017.
- Moradi, K. (2012). Analysis of agrotourism and its developmental strategies, Case study of Mahallat Township, Master's thesis of geography, *Rural planning orientation*, Supervisor: *Hedayatollah Nouri Zaman Abadi*, Faculty of Geography and Planning, Department of Rural Geography, University of Isfahan. (In Persian)

- Moteei Langroudi, S, H., & Heidari, Z. (2013). Explaining the Capabilities of Agritourism Based on Tourists' Viewpoints, Case Study; Baladeh District, Tonekabon Town. *Journal of Tourism Planning and Development*, 1(3),11-33. (In Persian)
- Mahmoudi Chenari, H. (2019). Evaluation of Agricultural Fields' Capacity in Foothills of Masal City for Agricultural Tourism Development. *National Conference on Tourism Marketing, University of Guilan*. Presented at the conference. (In Persian)
- Motallebi Varkani, A. (2012). Agri-tourism Feasibility Study from the Viewpoint of the Local Community, Case Study of Barzak Sector of Kashan, Thesis for Master's Degree, Supervisor, Ismail Ghaderi, Faculty of Literature and Humanities, *Department of Geography, Azad University Islam, Central Tehran Branch, Geography of Tourism Planning*. (In Persian)
- Norouzi, A., & Fathi, A. (2016). Evaluation of Agricultural Tourism Development Capabilities and Determination of its Adoption in Target Society (Farmers and Tourists) in Lanjan Township. *Geography and Development*, 5(1), 221-240. (In Persian)
- Najjarzadeh, M., & Torabi, Z. (1986). Community-Based Agricultural Tourism Development Planning Using SOAR Framework, Case Study: Dizaj Shahrood Village. *Journal of Tourism and Development*, 6(3). (In Persian)
- Planning and Budget Organization of Guilan Province. (2016). *Culture of Villages in Guilan Province, 2016*. (In Persian)
- Rezaei, M. (2015). Feasibility of Implementation of Agritourism Plan in Nojwan Isfahan Natural Park, Master of Science Degree in Urban Planning, Supervisor, Mahin Nastaran, *School of Architecture and Urban Planning, Department of Urban Planning, University of Isfahan*. (In Persian)
- Safari, A. (2018). Understanding and Analyzing Social Security In Tourism destination villages, Case study: Isfahan province. *Planning of human settlements*, 13(2), 481-501. (In Persian)
- Sha'bani, M., Kianpour, R., & Sadat Alavi, L. (2017). *AgriTourism A Survey of Global Experience*. National Center for Strategic Studies in Agriculture and Water of Iran Room. (In Persian)
- Sharply, R. (2001). *Rural Tourism*. Translated by Rahmatullah Monsishi Zadeh, Monsignal Publications, First Edition.
- Shayan, H., Bouzarjmehr, Kh., & Mirlotfi, M. R. (2010). Investigating the Role of Agriculture in Rural Development (Case Study: Sistan Miankangi Province). *Geographical Quarterly and Regional Development*, 8(15), 123-138. (In Persian)
- Sirakaya, E., Teye, V., & So nmez, S. (2002). Understanding Residents' support for tourism development in the central region of Ghana. *Journal of Travel Research*, 41(1), 57-67.
- Su, B. (2011). Rural Tourism in China. *Tourism Management*, 32(6), 1438-41.
- Sirakaya, T., & et al. (2001). Examining the Sources of Differential Support for Tourism Industry in Two Ghanaian Cities. *Tourism Analysis*, 6(15), 29-40.
- Sznajder, M., Przezborska, L., & Scrimgeour, F. (2009). *Agritourism*. UK: CABI.
- Tew, C., & Barbieri, C. (2010). Importance of Agritourism for Agriprenuer Goal Accomplishment. A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School, *University of Missouri, In Partial Fulfilment of the Requirements for the Degree Master of Science*.
- Taheri, K. (2012). Investigation of Agricultural Capacity in Tourism Attraction (Case Study of Yalabad Village of Saveh Township). Supervisor, Mohammad Salmani Moghaddam, Graduate Degree in Tourism Planning Geography, *Islamic Azad University, Tehran Branch, Tehran, Faculty of Literature and Humanities*. (In Persian)
- Tork, Ch. (2014). The Impact of Agricultural Tourism on Local Economy and Entrepreneurship (Study Area: Katra District of Tonekabon County). Graduate Diploma in Tourism Management, Tourism Planning, Supervisors, Neda Torabi Farrestani, Mehdi Ramezanzadeh, *Department of Tourism and Entrepreneurship, Department of Tourism Management, University of Isfahan*. (In Persian)

- Iranian Mapping Organization, data. (2016). GIS Map Data. (In Persian)
- Varmazyari, H., Asadi, A., Kalantari, Kh., & Rezvani, M.R. (2014). Estimate of willingness to pay citizens for tourism services Case study: Qazvin. *Rural Studies*, 5(2), 397-422. (In Persian)
- Varmazyari, H. (2013). *Designing a Sustainable Tourism Development Plan for Agriculture in Iran*. PhD thesis on Agricultural Economics, College of Agriculture and Natural Resources. University of Tehran, Supervisor, Ali Asadi. (In Persian)
- Verkani, A. (2013). *Agri-tourism feasibility study from the local community perspective, case study of Kashan Bazak District*, thesis for master's degree, supervisor, Ismail Ghaderi, Faculty of Literature and Humanities, Department of Geography Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Geography orientation, Tourism planning. (In Persian)
- Yasoori, Vatankhah Kalorzai, SH. (2017). The Role of Tourism in the Development of Entrepreneurship in Rural Women (Gourabpas county, Fooman Township). *Quarterly Journal of Geographical Studies in Arid Areas*, 5(20), 23-37. (In Persian)
- Zanjirtoreh, S. (2010). *Design and revitalization of the traditional agricultural landscape of the Barroud River valley with emphasis on agricultural tourism, case study, Abyaneh village*, Master's thesis, Faculty of Environment, University of Tehran, Supervisor, Gholamreza Nabi Beidhandi. (In Persian)



How to cite this article:

Mahmaod Chenari, H., Motei Langerodi, S.H., Faraji Sabokbar, H.A., Ghadiri Masom, M., & Yasori, M. (2020). Modeling Effective Components on Development Agritourism Township Masal. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 15(4), 1137-1158.

http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_672816.html

Modeling Effective Components on Development Agritourism Township Masal

Habib Mahmaodi Chenari

Assistant Professor, Department of Regional Studies, Environmental Research Institute, Guilan University Jihad, Rasht, Iran

Seed Hasan Motei Langerodi

Professor, Geography & Rural Planning, Faculty of Geography, Tehran University, Tehran, Iran

Hasan Ali Faraji Sabokbar

Associate Professor, Geography & Urban Planning, Faculty of Geography, Tehran University, Tehran, Iran

Mojtaba Ghadiri Masom

Professor, Geography & Rural Planning, Faculty of Geography, Tehran University, Tehran, Iran

Majid Yasori

Professor, Geography & Rural Planning, Faculty of Geography, Tehran University, Tehran, Iran

Received: 17 July 2019

Accepted: 22 September 2019

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Rural settlements, known as an interconnected system, consisting of components and related elements formed by the interaction of forces and environmental factors, have a certain structure and functions. Livelihoods A large part of human groups living in rural areas depend on agricultural activities and earn a living through it. In recent years, environmental and human-induced changes have led to the collapse of the prevailing patterns of agricultural production in many rural areas of the world, as a result of changes in the functioning of the agricultural space, the shift in land use, land degradation and land abandonment. See. This has resulted in a lack of sustainability of farming systems in Third World societies, so that agriculture no longer has much income for farmers. For this reason, today we have to look for strategies to diversify farmers' income sources. One of these strategies is to focus on specific or alternative tourist destinations. Alternative tourism can actively work, while respecting the cultural realities of host societies and providing training and a structured approach to tourists, provides an economic boom. One of the most popular and, at the same time, the most prosperous types of alternative tourism, is agricultural tourism, which is based on factors such as farmer, farm, village, tourist and stakeholders.

Methodology

This research, in terms of purpose, applied ,In terms of information gathering method, a quantitative survey, and in terms of data analysis method, is exploratory. This study was conducted in the villages of Masal Township. Based on sampling in descriptive studies, from 94 villages inhabited, 20% villages, approximately 20 villages were selected as sample villages. In this research, sampling at the village level as well as rural households was performed according to topography of Masal. 9 villages from the slopes, 6 villages from the foothills and 5 villages

from the mountainous area were selected. In total, four effective indices of farmers in the formation of agritourism, including individual characteristics, capital and assets, knowledge and skills, and the willingness to provide services to tourists were evaluated. For data analysis, descriptive statistics tests were used for the first one and for analytical statistics tests for the second two indicators. In total, the indicators were integrated in terms of spatial communication and their interrelationships were presented as a model.

Result and Discussion

Regarding the modeling of agritourism components with an emphasis on farmers, it was revealed that four indicators, individual characteristics, capital and assets, knowledge and skills, and the willingness to provide products and services are of great importance. In discussing the individual characteristics of farmers, age, gender and marriage, literacy, language and dialect, location and occupation, the number of children should always be taken into consideration. Also, in relation to capital and asset indexes, the source of income and its amount, saving, historical background and ownership were among the farmer's household in Masal Township. Regarding the indicators of knowledge and skills and the willingness to provide services, it should be pointed out to components such as individual, managerial, social, willingness to provide residential services, crops, horticultural and livestock, food and recreation services. Overall, according to the results of the study, it was determined that for the development and development of agricultural tourism with an emphasis on farmers, the four indicators should be developed simultaneously and uniformly at the city level in order to expand the tourism tourism boom.

Conclusion

According to the final model, farmers were identified as one of the most important actors in the formation of agritourism. These features include: individual characteristics, capital and assets, skills and knowledge-motivation, products and services. In this regard, in the Twonship of Masal, according to the proposed model, individual characteristics of farmers, such as literacy, gender, marital status and number of children, level of literacy, agricultural knowledge, residence and activity, should be considered. In connection with the capital and asset index, land ownership, income and savings, agricultural heritage, financial-governmental, private, and financial support should be considered. In relation to the knowledge and skills-motivation index, skills, management skills, business, marketing, personal, education and knowledge acquisition, entrepreneurship, social behavior, and ideas must be considered. Regarding the service index, we must pay attention to residential and catering services, cultural, social, recreational, horticultural, and animal husbandry services. In total, according to the data output, it was found that in mountainous and hilly regions, the conditions for the formation and acceptance of agritourism activities are higher than in the more developed regions.

Kay Words: Modeling, Agritourism, Individual characteristics of farmers, Masal Township, Guilan province