نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و یکم، شماره ۶۳، زمستان ۱۴۰۰

تحلیلی بر عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی و زمینه یابی کارآفرینی در مناطق روستایی(مورد مطالعه: روستاهای استان تهران)

دریافت مقاله: ۹۸/۲/۲۰ **پذیرش نهایی:** ۹۹/۶/۱۲

صفحات: ۳۳۴-۳۱۵

افشین بهمنی: دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
Email: Afshin.bahmani@ut.ac.ir
مجتبی قدیری معصوم: استاد جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران [1]
Email: Mghadiri@ut.ac.ir
مهدی حاجیلو: دانش آموخته دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
Email: Mehdihajilo1@yahoo.com
فریده عظیمی: دکتری اقتصاد کشاورزی، سازمان جهاد کشاورزی استان تهران، تهران، ایران.
Email: Farideh.azimi96@yahoo.com
مهدیه قدیری معصوم: کارشناس ارشد منابع طبیعی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
Email: Mahdyeh.gh@yahoo.com

چکیده

گردشگری کشاورزی محرکی برای اقتصاد آسیب پذیر روستایی و تحقق نیازهای شهروندانی است که برای بازدید یا مشارکت در فعالیت های مزرعه، خرید مستقیم محصولات کشاورزی و مأنوس شدن با طبیعت و بوم گردی، هزینه هایی می پردازند که موجب رونق اقتصادی، اشتغال زایی و آبادانی روستاها خواهد شد. هدف پژوهش حاضر که ماهیت آن کاربردی و روش آن توصیفی- تحلیلی است، تبیین و شناسایی عوامل موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی مناطق روستایی باشد. جامعه آماری پژوهش شامل سه گروه مسئولین و کارشناسان، مردم محلی و گردشگران بوده که برای هر گروه با توجه به فرمول کوکران به ترتیب ۳۴، ۲۶۱ و ۲۰ نفر نمونه انتخاب گردید. تمرکز اصلی داده ها بر روش میدانی بوده که از طریق پرسشنامه و مصاحبه چهره به چهره جمع آوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی از جمله میانگین و فراوانی و روش های آمار استنباطی از جمله آزمون t تک نمونه ای، کای اسکوئر(خی دو) و کروسکال والیس بهره گرفته شد. یافته ها نشان می دهد که عواملی نظیر تأمین اقامتگاه برای گردشگران، طرح های تشویقی دولت، هماهنگی بین سازمان های دولتی، آگاهی بخشی به کشاورزان و بسترسازی برای سرمایه گذاری بخش خصوصی با سطح معناداری ۰/۰۰۰ و مقدار مثبت کای اسکوئر، مهم ترین اولویت های موثر در توسعه گردشگری کشاورزی مناطق روستایی استان تهران می باشند.

کلید واژگان: گردشگری، گردشگری کشاورزی، کارآفرینی روستایی، روستاهای استان تهران

---

۱ . **نویسنده مسئول**: تهران، دانشگاه تهران، دانشکده جغرافیا، ۰۹۱۲۰۹۸۵۹۴۵

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

مقدمه

مناطق روستایی در کشورهای در حال توسعه برای بقای خود با محدودیت های متعددی بویژه در توسعه اقتصادی مواجه اند، زیرا اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیت های کشاورزی به تنهایی توانایی نگهداشتِ جمعیتِ در حال رشد آن ها را نداشته و همین امر منجر به آسیب پذیری و شکننده بودن شرایط اقتصادی، کیفیت پایین سطح زندگی، نارسایی های زیرساختی- خدماتی و نظایر آن می شود. به همین دلیل بایستی گزینه های جدیدی با استفاده از منابع محلی و ظرفیت های موجود این مناطق مورد توجه قرار گیرد(زامورا[1]، ۲۰۱۱: ۱۱۵). در زمینه گردشگری در مناطق روستایی، کسب و کارهای کوچک و خرد در قالب کسب و کارهای خانوادگی و گردشگری مبتنی بر جامعه محلی وجود دارند، همه این ها ممکن است مزایای قابل توجهی در توانمندسازی ساکنان روستایی در کشورهای در حال توسعه داشته باشند، در این میان مطالعاتی همانند(مایدین و مُهد[2]، ۲۰۱۱: ۵۷؛ عبدالعزیز[3]، ۲۰۱۳: ۱۶؛ چن و الستون[4]، ۲۰۱۳)، به تقویت منبع اصلی تامین بودجه برای کسب و کارهای کوچک و خرد در ارتباط با گردشگری که معمولا با منابع مالی و شخصی صاحبان کسب و کارها به جای بودجه رسمی مانند وام های بانکی ایجاد می شوند، تاکید داشته است. لذا بررسی موانع موجود در توسعه کسب و کارهای ناشی از گردشگری و همچنین بهبود فضای کسب و کار این حوزه، در توسعه هر چه بیشتر گردشگری، بسیار حائز اهمیت می باشد(براتی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۱). در حقیقت فعالیت گردشگری به عنوان یکی از بزرگترین منابع رشد اقتصادی و ایجاد اشتغال هر منطقه بوده و رشد سریع آن، تغییرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی فراوانی را به دنبال خواهد داشت. نکته حائز اهمیت اینکه گردشگری با ویژگی های خاص خود و وجود روابط پسین و پیشین با سایر فعالیت های اقتصادی، صنعتی پویا با آینده ای روشن تلقی می‌شود(زیدی، ۱۳۹۰: ۷۹). بر این اساس، با توجه به تجارب به دست آمده از کشورهای پیشرفته و توسعه یافته، می توان عنوان نمود که توجه به کسب و کارهای خرد و کوچک در توسعه منطقه ای و تعدیل ساختاری نابرابری های منطقه ای بسیار موثر بوده و در این راستا گردشگری به عنوان یکی از اصلی ترین محرک های لازم برای شکل گیری و توسعه این کسب و کارها مطرح می باشد. همچنین با توجه به اینکه در سطح کشور ۲۶ درصد از جمعیت در روستاها سکونت دارند، ساکنین آن از نظر اقتصادی در وضعیت نامطلوبی قرار داشته و خروج از این وضعیت نیازمند توجه به ساختارهای اقتصادی توانمند و درون زا است، که توجه به کسب و کارهای خرد و کوچک یکی از اساسی ترین این موارد می باشد. در این میان یکی از زمینه های ایجاد مشاغل مرتبط با بخش کشاورزی در مناطق روستایی، توسعه گردشگری کشاورزی در این مناطق می باشد. گردشگری کشاورزی یکی از انواع گردشگری روستایی است که علاوه بر

1 . Zamora
2 . Maideen & Mohd
3 . Abdul- Aziz
4 . Chen & Elston

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

داشتن مزیت های متفاوت، موجبات توسعه کشاورزی را نیز فراهم می نماید، لذا توسعه گردشگری کشاورزی و به تبع آن توسعه مشاغل مرتبط، نیازمند شناسایی عوامل مؤثر، ایجاد سازو کارهای مناسب، شناسایی زمینه ها و معرفی مشاغل مرتبط با توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی خواهد بود. در این میان استان تهران دارای ۱۰۴۷ آبادی است که از این تعداد ۲۹۱ روستا کاملاً خالی از سکنه، ۱۲۷ روستا دارای ۴-۱ خانوار و ۵۲ روستا دارای ۹-۵ خانوار می باشند. مهاجرت انبوه روستاییان به مناطق شهری پدیده ای است که مهمترین عامل آن را می توان بیکاری و نبودن زمینه های شغلی مناسب در سطح روستا ها دانست. در اکثر روستاهای استان تهران، زمینه های تولید محصولات کشاورزی(باغی – زراعی – دامی) وجود داشته که طبعاً به واسطه تولید اینگونه محصولات، مشاغل جانبی مرتبط با آن ها نیز ایجاد شده، یا می توان اینگونه مشاغل را ایجاد نمود. لذا با در نظر گرفتن اینکه اغلب مناطق روستایی استان تهران دارای پتانسیل های کشاورزی و ظرفیت های گردشگری می باشند، توسعه گردشگری کشاورزی در استان با رویکرد کارآفرینانه می تواند یکی از زمینه های مؤثر توسعه روستایی و توسعه کشاورزی چند کارکردی باشد. در همین راستا پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال است که مهم ترین وجوه موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی مرتبط با گردشگری در مناطق روستایی استان تهران کدام اند؟ بدین منظور به بررسی ساختار مفهومی و پیشینه مطالعات صورت گرفته در این زمینه پرداخته خواهد شد.

مبانی نظری

کارآفرینی در بافت روستایی متوجه ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق روستایی و ایجاد کارهای مخاطره‌آمیز جدید و متنوع بوده و راهکاری جدید برای توانمندسازی و ظرفیت سازی روستاها به ویژه در کشورهای در حال توسعه می باشد(ورکیانی پور و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۵۰). به دلیل تسلط بخش کشاورزی در اغلب مناطق روستایی، تاکید عمده بر کارآفرینی کشاورزی است، زیرا توسعه کارآفرینی روستایی قابلیتی برای کمک به تنوع بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیرکشاورزی روستاییان محسوب می شود و فرصت های مناسبی را برای کاهش خطر معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می کند(امیری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱). کشاورزان به شیوه های مختلف می توانند درآمدی مکمل از گردشگری به دست آورند(ناسرز[1]، ۲۰۰۹: ۵۱)، به بیان دیگر؛ افزایش فشارهای مالی بر مزارع خانوادگی، کسب و کارهای مزرعه را تحت فشار قرار داده تا به کشاورزی به عنوان ابزاری برای حفظ عملیات توجه کنند(نیکرسون[2]، ۲۰۰۱: ۱۶) و از گردشگری کشاورزی به عنوان مناسب ترین استراتژی برای حفظ و تدوام کسب و کار مزرعه بهره بگیرند(فلان و شارپلی[3]، ۲۰۱۰: ۶۹). از دیدگاه کشاورزی، گردشگری کشاورزی، افزایش درآمد مزرعه و کارآفرینی کشاورزی را موجب می شود، از دیدگاه گردشگری، گردشگری کشاورزی می تواند تنوع بخشی به محصولات

1. Nasers
2 . Nickerson
3 . Phelan and Sharpley

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

و خدمات کشاورزی موجود، افزایش جریان های گردشگری به مناطق روستایی و رونق کسب و کارهای گردشگری در مناطق روستایی را در پی داشته باشد(هاتِلی[1]، ۲۰۰۹: ۳۶).

کارآفرینی و ایجاد کسب و کار جدید از جمله عواملی است که می تواند بر حل مشکل بیکاری، توسعه اقتصادی و ارتقای نوآوری در یک کشور موثر باشد(کریمی، ۱۳۹۴: ۹۳). بسیاری از صاحب نظران کارآفرینی را به عنوان اساس توسعه پایدار و ایجاد اقتصاد دانش محور می دانند. کارآفرینی در کشاورزی، صنعت و خدمات از نظر اصول و مبانی یکسان می باشد. گرچه کارآفرینی در کشاورزی در اصل تفاوتی با کارآفرینی شهری و یا دیگر بخش های اقتصادی ندارد، اما محتوای داده های ضروری جهت توسعه کارآفرینی از جمله سرمایه، آموزش، مدیریت، فناوری، زیرساخت ها، شبکه توزیع در مناطق روستایی و کشاورزی نسبت به مناطق شهری و صنعتی متفاوت است(سپه پناه و موحدی،۱۳۹۴: ۵۹). به عبارتی کارآفرینی در کشاورزی به معنای به کارگیری خلاقیت و نوآوری در فعالیت های مرتبط با کشاورزی بوده و زمینه های کارآفرینی متنوعی در این بخش وجود دارد. همه اقداماتی که می تواند به صورت مستقیم و غیر مستقیم به ایجاد اشتغال، درآمد و بهره برداری مطلوب و پایدار، به نیازهای بخش کشاورزی توجه نماید و موجب بهبود کیفیت زندگی در نواحی روستایی و کشاورزی شود در قلمرو کارآفرینی کشاورزی قرار می‌گیرد(کرمی و آگهی، ۱۳۹۴: ۱۳). به عبارت دیگر کارآفرینی کشاورزی را می‌توان شیوه‌ای جدید در بخش کشاورزی برای افزایش و خلق درآمد و ثروت و نیز ایجاد اشتغال قلمداد نمود(رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۳). در همین راستا موحدی و همکاران بیان می دارند که کارآفرینی کشاورزی تلاش برای ایجاد تنوع تولید و رها شدن از وضعیت تولید مواد خام در چرخه عرضه محصولات و حرکت به سمت تولید برای بازارهای خاص، ارائه خدمات به سایر کشاورزان و شاغلین روستایی، استفاده از ظرفیت های کشاورزی مزارع و واحدهای دامپروری برای جذب گردشگران و اشتغالزایی می باشد.

در استراتژی بخش گردشگری(دات[2]، ۲۰۱۲: ۳۶)، گردشگری به عنوان یک صنعت چند بعدی دیده می شود که این صنعت به بخش های مختلف اقتصادی کمک می کند، و این صنعت توانایی ایجاد فرصت های شغلی را با خود به وجود می آورد. بر طبق دیدگاه باسبی و ریندل[3](۲۰۰۰)، در این میان گردشگری مزرعه به عنوان یک پدیده جدید در گردشگری نبوده، زیرا بیش از صد سال است که در بسیاری از بخش های اروپا رواج دارد. پیج و گیرتز[4](۱۹۹۷) بر این عقیده هستند که گردشگری کشاورزی به عنوان یک مفهوم اصلی نبوده، بلکه انبوهی از ابهام در ارتباط با معنا و دامنه این صنعت وجود دارد. شارپلی و واس[5](۲۰۰۶)، معتقدند که بیش از نیم قرن است که کشورهای متعدد در سیاست ملی خود به حمایت از توسعه گردشگری مزرعه، تاکید می نمایند و معتقدند مزایا و اثرات گردشگری کشاورزی بر توسعه، موضوع جدیدی نیست. نیلسون[6](۲۰۰۲) ادعا

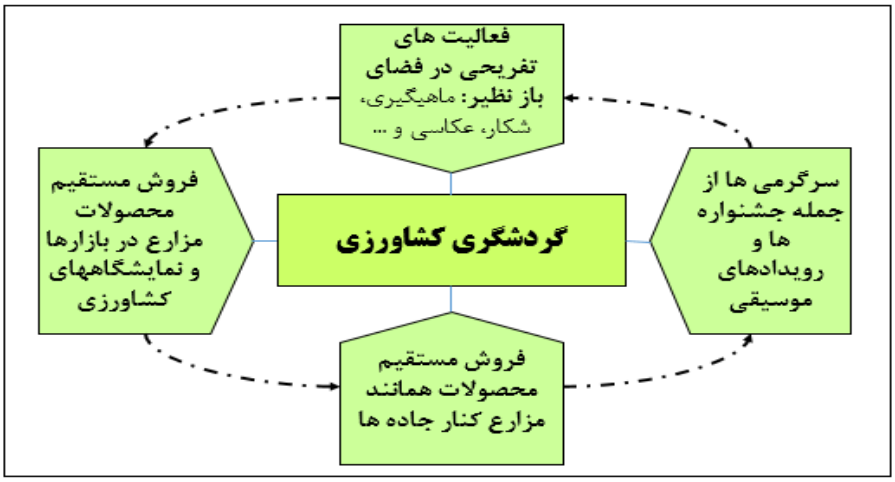
1 . Hately
2 .DoT
3 -Busby and Rendle
4 -Page and Gertz
5 -Sharpley and Vass
6 -Nilsson

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

می کند که گردشگری مزرعه پس از جنگ جهانی دوم آغاز شده و در حقیقت ریشه در مفهوم گردشگری اجتماعی داشته که در سال های ۱۹۲۰ تا ۱۹۳۰ محبوب بوده است. لذا این نوع گردشگری برای سال های زیادی مورد توجه بوده، اگرچه با نام های متفاوت از آن یاد شده است. از دیدگاه کایپر[1](۲۰۱۱)، گردشگریِ کشاورزی به عنوان فعالیت و خدماتی بوده که بوسیله کشاورزان و اجتماعات روستایی به منظور ایجاد درآمد اضافی برای کسب و کارهای خود، که بیانگر توانمندی های محیط روستا می باشد، شکل می گیرد. اما این تنها یکی از تعاریف برای گردشگری کشاورزی می باشد. گردشگری کشاورزی به عنوان یک از زیرمجموعه های گردشگری روستایی می تواند نقش بسیار مهمی را در توسعه عمومی مناطق خاص در کشور را ایفا کند، این نوع گردشگری، انعکاسی از تدارک فرصت های جدید در زمینه ایجاد فرصت های اقتصادی از طریق گردشگری در مزارع می باشد(جوان و سقایی، ۱۳۸۳: ۱۳۰). هگارتی و پرزیزبورسکا[2](۲۰۰۵) بیان می‌دارند که گردشگری روستایی و گردشگری کشاورزی، اصطلاحاتی هستند که دارای مراوده کامل بوده‌اند، به طوری که نسبت به هم وابستگی کامل داشته و به نظر می‌رسد گردشگری کشاورزی بخشی از مفهوم کلی گردشگری روستایی می-باشد. باسبی و رندل(۲۰۰۰)، استدلال می‌کنند که گردشگری مزرعه می‌بایست بخش مهمی از گردشگری روستایی، که به عنوان بخشی از محل اقامت و جاذبه های روزمره که در مناطق روستایی در دسترس می‌باشد، شناخته شود و از دیدگاه آنان گردشگری کشاورزی بخش جدا نشدنی از گردشگری روستایی می‌باشد. گردشگری کشاورزی با دیدگاه‌های متفاوت و توسط گروه‌های مختلف و سازمان‌ها تعریف شده، فلیپ[3](۲۰۱۰)، بیان می‌کند، گردشگری کشاورزی به عنوان یکی از اشکال تنوع بخشی و به عنوان یک کاتالیزور موثر برای توسعه روستایی و درآمد کشاورزی مطرح می‌باشد(شارپلی و واس[4]، ۲۰۰۶: ۱۰۴۰). برناردو و همکاران[5] (۲۰۰۴) استدلال می‌کنند، گردشگری کشاورزی به عنوان یک نوشداروی نهایی برای مشکلات اقتصادی منطقه و یا کشور نبوده اما گزینه‌های متنوعی را برای بهره مندی از منابع کشاورزی و ایجاد فرصت‌های شغلی برای مردم محلی ارائه می‌دهد. برنت و هوگن[6](۲۰۱۱) استدلال می‌کنند، متنوع سازی کشاورزی بر اساس گردشگری به عنوان یک تغییر اساسی برای کشاورزان و کارگران وابسته به زمین بوده که نیازمند توسعه مهارت های جدید و شایستگی ها به منظور کار مشترک با گردشگران برای توسعه می‌باشد شکل(۱).

1 -Kiper
2. Hegarty and Przezborska
3. Philip et al
4. Sharpley and Vass
5. Bernardo, Valentin and Leatherman
6. Brandth and Haugen

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]



شکل(۱). سیستم طبقه بندی برای کسب و کارهای گردشگری کشاورزی(مأخذ: نظرات آیکوز و همکاران[1]، ۲۰۱۲)

فاکتورهای گردشگری کشاورزی و انتظارات مالی

گردشگری کشاورزی در اقتصاد محلی به تولید پول پرداخته، چرا که که گردشگران مرتبط با سفر خودشان در آنجا پول خرج می کنند(براون و همکاران[2]، ۲۰۱۴: ۵۱). گذران فراغت و فعالیت های گردشگری کشاورزی معمولا فعالیت های تجاری بیشتری را در جوامع محلی نسبت به فروش مستقیم محصولات کشاورزی ایجاد می نمایند، اگرچه این نوع کسب و کارها بسیار کمتر رواج یافته است. گردشگری کشاورزی گاهی اوقات می تواند به خوبی عمل نموده، اما به طور معمول اینگونه نخواهد بود. زیرا به عنوان یک صنعت در حال رشد در مناطق کم جمعیت تمرکز داشته، از وسعت زیادی برخوردار نیست. به عبارتی این نوع گردشگری به راحتی نمی تواند کشاورزانی را که صرفا وابسته به آن هستند حمایت نماید، در حقیقت تاثیرات گردشگری کشاورزی محدود بوده، به این صورت که با جامعه روستاییان وسیع، نمی توان درآمد عایدی از کسب و کارهای کوچک این بخش را برای همه آن ها تقسیم نمود(پانیک و همکاران[3]، ۲۰۱۱: ۱۵۴). اما تصور کلی بر این بوده که گردشگری کشاورزی به عنوان یک نیروی اقتصادی تثبیت کننده و فراهم کننده درآمد، مکملی برای کشاورزان محلی در بهبود زندگی خواهد بود(فوبورد و همکاران[4]، ۲۰۱۲: ۷۱). مزایای آن به احتمال زیاد برای صاحبان مزارع(بویژه زنان شاغل در مزارع) و با افزایش قابل توجه درآمد برای کسب و کارهای خردِ محلی بوده است(کامن و فاستر[5]، ۲۰۰۶؛ داس و راینی[6]، ۲۰۱۰: ۴۴). قابل ذکر است ویژگی‌های صاحبان و مالکان کسب و کارهای گردشگری کشاورزی می‌تواند بر نتایج اقتصادی اثرگذار باشد، هر مزرعه‌ای می‌تواند گردشگری کشاورزی را شامل گردد، اما برخی از آن ها بهتر از بقیه خواهند بود و این بستگی به رفتارهای شخصی داشته

1- Icoz, Pirnar and Gunlu
2 . Brown and et al
3 . Panyik and et al
4 . Fobord and et al
5 . Comen & Foster
6 . Das & Rainey

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

که شدیدا بر درآمدهای ناشی از کسب و کارهای گردشگری کشاورزی اثر گذار خواهد بود(باربیری و مشنگا[1]، ۲۰۰۸: ۹۲). تاثیر تجارب صاحبان کسب و کارها بر درآمد حاصل از گردشگری کشاورزی برای پیش بینی بسیار دشوار می باشد، به عبارتی تجارب صاحبان زمین به وضوح بر تولید محصولات اثر گذار بوده اما همیشه نمی تواند به خوبی صورت پذیرد چرا که آنان در ارتباط با گردشگری کشاورزی تجربه کافی نداشته اند و تمایل برای گرایش به موارد جدید زمان بر بوده که این خود در این مسیر تاثیر گذار می باشد(وارد ثورب[2]، ۲۰۱۵: ۲۳۴). فاکتور اثر گذار دیگر، شبکه های اجتماعی و تجاری می باشند، در حقیقت شبکه های اجتماعی به کسب و کارها اجازه دسترسی به بازارهای گردشگری می دهند، کسب و کارهای وابسته به مزارع زمانی که بخواهند خارج از این جریان عمل نمایند، تحت تاثیر جریان های سخت و دشوار قرار می گیرند. همچنین شبکه های تجاری استاندارد برای کسب و کارهای گردشگری روستایی چندان دور از دسترس نبوده، صاحبان گردشگری روستایی می بایست با ایجاد گروه هایی منسجم، شبکه های تجاری را برای خود فراهم آورده، سپس در آن به رقابت بپردازند(سونینو[3]، ۲۰۰۴؛ چی و همکاران[4]، ۲۰۰۵؛ آلونسو و اُ نین[5]، ۲۰۱۰). که در این ارتباط برخی از همکاری ها نیازمند تقسیم سرمایه، تجارب، علم و دانش می باشد، تاکید بر این همکاری بسیار آسان می باشد چرا که برای کسب و کارهایی با رقابت کنندگان وسیع، همکاری باعث تولید مزایای بیشتر نسبت به رقابت می گردد و نتایج این همکاری ها را می توان برای نمونه در بخش کسب و کارهای کوچک گردشگری کشاورزی در کشورهای اروپایی و در گروه های منطقه ای در ایالت متحده امریکا مشاهده نمود(فوربورد[6] و همکاران، ۲۰۱۲: ۳۹).

روش تحقیق

منطقه مورد مطالعه

استان تهران به مرکزیت شهر تهران، با وسعتی حدود ۱۲۹۸۱ کیلومتر مربّع، از شمال به استان مازندران، از جنوب به استان قم، از جنوب‌غربی به استان مرکزی، از غرب به استان البرز و از شرق به استان سمنان محدود شده است. جمعیت این استان طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ بالغ بر ۱۳۲۶۷۶۳۷ نفر بوده که ۱۲۴۵۲۲۳۰ نفر در نقاط شهری و ۸۱۴۶۹۸ نفر در نقاط روستایی ساکن هستند. به لحاظ تقسیمات کشوری سال ۱۳۹۵، استان تهران مشتمل بر ۱۶ شهرستان، ۳۳ بخش، ۴۴ شهر، ۷۱ دهستان و ۱۰۴۷ آبادی است که از این تعداد ۲۹۱ روستا کاملاً خالی از سکنه می باشند. در این پژوهش تعداد ۸ شهرستان دماوند، فیروزکوه، شمیرانات، پیشوا، پاکدشت، شهریار، ملارد و ری به عنوان جامعه آماری مدنظر بوده که در هر شهرستان سه روستا به صورت نمونه مورد بررسی قرار گرفته است جدول (۱) و شکل (۲).

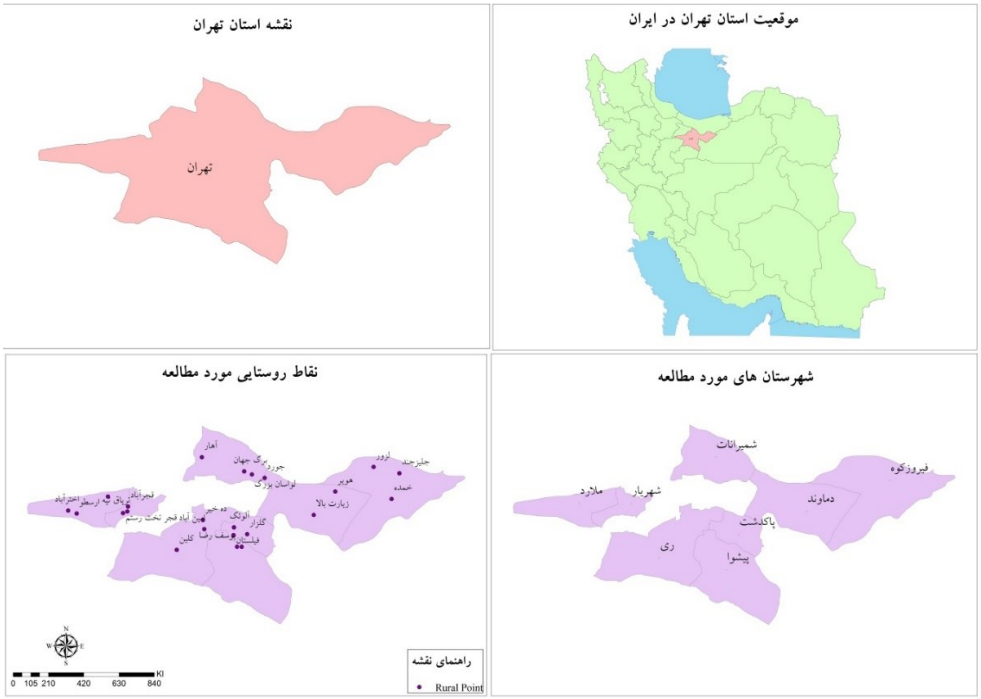
1 . Barbieri & Mshenga
2 . Ward Thorp
3 . Sonnino
4 . Che and et al
5 . Alonso & O Neill
6 . Forbord and et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

جدول(۱). تعداد جمعیت و خانوار شهرستان ها و روستاهای مورد مطالعه در استان تهران

ردیف	شهرستان	روستا	تعداد جمعیت	تعداد خانوار	ردیف	شهرستان	روستا	تعداد جمعیت	تعداد خانوار
۱	دماوند	جورد	۳۴۵	۱۱۰	۵	شهریار	قجر تخت رستم	۴۲۷	۱۰۶
		زیارت	۷۵	۳۴			تورپاق تپه	۵۶۸	۱۶۶
		هویر	۲۱۶	۷۷			قجرآباد	۱۱۷۵	۳۳۲
۲	فیروزکوه	لزور	۹۶۵	۳۱۴	۶	ملارد	اختر آباد	۵۶۱	۱۲۹
		جلیزجند	۳۳۹	۱۶۳			گله کهریز	۴۰۱	۱۰۷
		خمده	۱۹۶	۶۶			ارسطو	۱۰۴۸	۲۹۷
۳	پاکدشت	گلزار	۵۵۷۳	۱۴۸۷	۷	ری	امین آباد	۸۸۷۳	۲۳۶۱
		فیلستان	۴۷۱۶	۱۲۵۸			ده خیر	۲۵۰۹	۶۷۰
		آلوئک	۱۸۶۸	۴۹۴			کلین	۵۳۴	۱۵۸
۴	شمیرانات	لواسان بزرگ	۹۷۱	۳۱۵	۸	پیشوا	یوسف رضا	۱۵۲۳	۳۴۶
		آهار	۱۰۰۵	۳۶۴			طارند پایین	۹۲۴	۲۲۲
		برگ جهان	۵۷۷	۲۰۲					

مأخذ: یافته های پژوهش



شکل(۲). نقشه منطقه مورد مطالعه

مأخذ: ترسیم بر اساس داده های مرکز آمار ایران

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]

[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

داده و روش کار

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و به شیوه توصیفی- تحلیلی انجام شده است. گردآوری داده ها به دو شیوه اسنادی و غالبا پیمایشی صورت گرفته و جامعهٔ آماری این پژوهش، شامل سه گروه مسئولین مرتبط با توسعه روستایی در استان، مردم محلی و گردشگران نقاط روستایی ۸ شهرستان دماوند، فیروزکوه، شمیرانات، پیشوا، پاکدشت، شهریار، ملارد و ری واقع در استان تهران می باشند که از هر شهرستان تعداد سه روستا به عنوان نمونه مورد بررسی انتخاب گردید و بر مبنای فرمول کوکران، تعداد افراد مورد مطالعه در گروه اول ۳۴ نفر، گروه دوم ۲۶۱ نفر و گروه سوم ۲۰ نفر تعیین و به شیوه تصادفی اطلاعات جمع آوری شد. گردآوری اطلاعات میدانی از طریق تهیه پرسشنامه و مصاحبه چهره به چهره صورت گرفت. مبنای طرح سوالات پرسشنامه، سوال اصلی تحقیق بوده که بر اساس آن، تعداد ۲۸ متغیر با توجه به پیشینه مطالعات مرتبط شناسایی و سوالات به دو شیوه باز و بسته به صورت طیف ۵ گزینه ای لیکرت طراحی گردید. روایی پرسشنامه با نظر کارشناسان و صاحب نظران مورد تایید قرار گرفت و جهت تعیین میزان پایایی سوالات، از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد که نتیجه قابل قبول ۰/۹۱۱ حاصل گردید. تجزیه و تحلیل آماری در این پژوهش با استفاده از مجموعه ای از روش های آمار توصیفی و استباطی(آزمون t تک نمونه ای، کای اسکوئر و کروسکال والیس) و بر اساس خروجی نرم افزارهای SPSS و GIS انجام شد و در نهایت مهم ترین اولویت های موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی استان تهران شناسایی و تبیین گردید.

نتایج

آمار توصیفی

یافته‌های توصیفی مرتبط با مشخصات فردی پاسخگویان نشان می‌دهد که ۷/۷ درصد مردم محلی در گروه سنی ۱۸ تا ۲۵ سال، ۲۴/۱ درصد در گروه سنی ۲۶ تا ۳۵ سال، ۲۹/۱ درصد در گروه سنی ۳۶ تا ۴۵ سال، ۲۱/۵ درصد در گروه سنی ۴۶ تا ۵۵ سال و ۱۷/۶ درصد در گروه سنی ۵۶ سال و بالاتر قرار داشته اند. در گروه کارشناسان بیشترین فراوانی(۳۵/۵ درصد) به طبقه سنی ۵۵-۴۶ سال و در گروه گردشگران نیز بیشترین فراوانی متعلق به طبقه سنی ۴۵-۳۶ سال می باشد. به لحاظ جنسیت، ۸۸/۹ درصد پاسخگویان در گروه مردان و ۱۱/۱ درصد را زنان تشکیل داده اند. بررسی وضعیت تحصیلی پاسخگویان نشان می دهد که گروه های تحصیلی دیپلم و فوق دیپلم و لیسانس به ترتیب با ۳۳ درصد و ۲۴/۹ درصد بیشترین فراوانی را داشته و از تعداد ۲۶۱ نفر پاسخ دهنده روستایی، ۸۸ نفر معادل ۳۳/۸ درصد آن ها در مشاغل آزاد اشتغال داشته اند.

در ادامه بررسی یافته های توصیفی، به ارزیابی گزاره های مربوط به عوامل موثر در توسعه گردشگری کشاورزی پرداخته خواهد شد. با توجه به تعداد ۲۸ گزاره مرتبط به عامل یاد شده، بررسی فراوانی گزینه‌ها نشان می‌دهد که در همه موارد، سطح اهمیت عوامل موثر در توسعه گردشگری کشاورزی، بالاتر از حد متوسط(۳) می‌باشد. به عبارت دیگر، هر یک از عوامل تعیین شده از دیدگاه روستاییان دارای نقش و اهمیت قابل توجهی در توسعه گردشگری کشاورزی و رونق فعالیت های کارآفرینی مبتنی بر کشاورزی هستند. اما به لحاظ درجه اهمیت هر عامل، تفاوت های نسبی از دیدگاه روستاییان وجود دارد. بر اساس داده ها، وجود طرح های تشویقی و حمایتی از سوی دولت در زمینه انجام اقدامات و ابتکارات گردشگری کشاورزی با میانگین۴/۰۱ درصد بیشترین اهمیت

را داشته و بسترسازی برای مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی، هماهنگی سازمان های مرتبط با گردشگری کشاورزی و مهیا نمودن زیرساخت های اساسی از جمله تامین اقامتگاه در اولویت های بعدی قرار دارند. ۳۱/۴ درصد پاسخگویان بر اهمیت حمایت ها و اقدامات پشتیبانی کننده دولتی و همچنین زیرساخت های اقامتی تاکید نموده و این دو عامل را دارای اهمیت ویژه توصیف نموده اند. در رابطه با اهمیت مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی، میانگین پاسخ ها ۳/۸۸ درصد بوده که گویای اهمیت زیاد ورود بخش خصوصی به توسعه فعالیت های این بخش و ضرورت مشارکت آن ها در توسعه کسب و کارهای مرتبط با روستا و گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی استان تهران می باشد. میزان نوسانات بازار، میزان ریسک و آسیب پذیری، ارائه مشاوره جهت توجیه و ارزیابی اقتصادی فعالیت ها و نقش وبسایت های مرتبط و همچنین تطبیق پذیری فعالیت های کارآفرینی با نیاز ساکنین محلی به ترتیب و به طور نسبی از دیدگاه ساکنین روستاها، از اهمیت کمتری در توسعه گردشگری کشاورزی و رونق کسب و کارهای جدید در حوزه گردشگری روستاهای استان برخوردار می باشد جدول(۲).

جدول(۲). یافته های توصیفی مربوط به عوامل موثر در توسعه گردشگری کشاورزی

متغیرها	طیف					میانگین
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	
فراهم نمودن اقامتگاه برای گردشگران	۱/۹	۷/۷	۲۴/۵	۳۴/۱	۳۱/۴	۳/۸۷
وجود طرح های تشویقی دولت	۰/۴	۳/۱	۲۳	۴۲/۱	۳۱/۴	۴/۰۱
هماهنگی بین سازمان های مرتبط با گردشگری، کشاورزی و توسعه	۰/۸	۵/۴	۲۵/۳	۴۲/۵	۲۶/۱	۳/۸۸
بسترسازی جهت مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی	۱/۱	۵/۴	۲۴/۱	۴۲/۹	۲۶/۴	۳/۸۸
حمایت سازمان های غیر دولتی	۱/۵	۵/۴	۲۶/۸	۴۳/۳	۲۳	۳/۸۱
برگزاری کارگاه ها، نشست ها و کنفرانس های تخصصی	۱/۱	۶/۱	۳۲/۲	۴۳/۷	۱۶/۹	۳/۶۹
مشارکت در فعالیت های مزرعه و آشنایی با فعالیت های کشاورزی	۲/۳	۹/۲	۲۹/۹	۳۹/۵	۱۹/۲	۳/۶۴
توجه آکادمیک به گردشگری کشاورزی و وجود دانشگاه در منطقه	۳/۹	۵/۷	۳۴/۵	۴۲/۱	۱۳/۸	۳/۵۶
پژوهش های کافی و تقاضا محور در زمینه گردشگری کشاورزی	۳/۱	۹/۲	۳۸/۷	۳۲/۶	۱۶/۵	۳/۵۰
میزان ارتباط کارآفرینان با تولیدکنندگان، واسطه ها و فروشندگان	۴/۲	۱۰	۳۷/۹	۳۴/۱	۱۳/۸	۳/۴۳
میزان آگاهی بخشی به کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و .	۱/۱	۶/۹	۲۹/۵	۴۸/۳	۱۴/۲	۳/۶۷
برخورداری کشاورزان از منابع مالی جهت سرمایه گذاری در گردشگری کشاورزی	۱/۵	۴/۶	۴۳/۳	۳۷/۵	۱۳	۳/۵۶
اطلاع رسانی و تبلیغات در مورد جاذبه ها و توانایی های گردشگری منطقه	۰/۸	۹/۶	۳۷/۹	۳۸/۷	۱۳	۳/۵۴
نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت های اقتصادی گردشگری کشاورزی	۱/۹	۸/۴	۴۱/۴	۳۶/۴	۱۱/۹	۳/۴۸
موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی	۱/۱	۷/۷	۴۰/۶	۳۹/۵	۱۱/۱	۳/۵۲
دارا بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی مورد نیاز	۰/۸	۶/۵	۴۴/۸	۳۴/۹	۱۳	۳/۵۳
وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات گردشگری کشاورزی	۱/۱	۸/۴	۴۶	۳۳/۳	۱۱/۱	۳/۴۵
میزان آشنایی کارآفرینان با مسائل حوزه کاری	۰/۴	۱۱/۹	۴۲/۹	۳۷/۲	۷/۷	۳/۴۰
میزان توجه مدیران محلی به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در زمینه گردشگری	۱/۵	۸/۴	۴۳/۳	۳۶	۱۰/۷	۳/۴۶
استفاده از نیروی متخصص بومی در راستای توسعه گردشگری کشاورزی	۰/۸	۹/۲	۴۱/۴	۳۴/۱	۱۴/۶	۳/۵۲
تبلیغات و افزایش آگاهی در زمینه کسب و کارهای گردشگری کشاورزی	۱/۵	۸/۸	۴۳/۷	۳۲/۶	۱۳/۴	۳/۴۸
ارائه مشاوره جهت توجیه و ارزیابی اقتصادی فعالیت ها	۱/۹	۱۳	۴۶/۷	۳۰/۳	۸	۳/۳۰
ایجاد وبسایت گردشگری مناطق مذکور و لینک کردن آن با سایت های مرتبط	۳/۱	۹/۶	۴۸/۳	۳۱/۸	۷/۳	۳/۳۱
متناسب بودن کسب و کارهای گردشگری کشاورزی با نیاز و خواسته مردم محلی	۱/۱	۱۳	۴۳/۷	۳۵/۶	۶/۵	۳/۳۳

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

میزان استقبال جامعه از کسب و کار گردشگری کشاورزی	۲/۳	۱۱/۱	۴۴/۴	۳۳/۷	۸/۴	۳/۳۵
میزان سودآوری کسب و کار گردشگری کشاورزی	۳/۴	۱۰	۴۵/۶	۳۰/۳	۱۰/۷	۳/۳۵
میزان نوسانات بازار نسبت به محصول تولیدی فعالیت کارآفرینی	۴/۶	۱۱/۱	۴۹/۸	۲۸/۴	۶/۱	۳/۲۰
میزان ریسک محصول تولید شده توسط فعالیت کارآفرینی	۳/۴	۱۴/۲	۴۶/۴	۲۸	۸	۳/۲۳

مأخذ: یافته های تحقیق

آمار استنباطی

در این بخش از تحقیق، جهت مقایسه میانگین ها با مقدار مورد انتظار در سه گروه پاسخ دهنده(ساکنین محلی، کارشناسان و گردشگران) و ارزیابی میزان اثرگذاری عوامل مختلف در توسعه گردشگری کشاورزی مناطق روستایی استان تهران، پس از اطمینان از نرمال بودن توزیع داده ها، از آزمون t تک نمونه ای استفاده شد. یافته ها نشان می دهد که رابطه معنادار و منطقی بین عوامل مطرح شده و توسعه گردشگری کشاورزی و زمینه یابی کارآفرینی در این بخش وجود دارد. داده ها نشان می دهد که دیدگاه ساکنین روستاها و کارشناسان مطابقت بیشتری با هم داشته به طوری که در تمامی موارد با سطح معناداری ۰/۰۰۰، اختلاف میانگین پاسخ ها با میانگین مفروض وجود دارد. از سوی دیگر، دامنه پاسخ به سوالات در دو گروه روستاییان و کارشناسان، به سمت متوسط(۳) و بالاتر گرایش دارد. گردشگران به لحاظ نوع دیدگاه و پاسخ به سوالات اگرچه در غالب مولفه ها مشابهت و نزدیکی نظراتشان ملاحظه می شود اما در برخی از سنجه ها از جمله مشارکت در فعالیت های مزرعه، میزان ارتباط کارآفرینان با تولیدکنندگان و واسطه ها، ارائه مشاوره جهت توجیه اقتصادی طرح ها و برخی موارد مندرج در جدول(۳) عدم هماهنگی نظرات وجود دارد، به طوری که گردشگران به موارد مذکور اهمیت و اولویت کمتری داده اند.

جدول(۳). تفاوت میانگین و ارتباط سنجه ها با یکدیگر به تفکیک سه گروه پاسخگو با استفاده از آزمون t تک نمونه ای

گزاره های مربوط به عوامل موثر در توسعه گردشگری کشاورزی	روستاییان		کارشناسان		گردشگران	
	t	Sig (2-tailed)	t	Sig (2-tailed)	t	Sig (2-tailed)
فراهم نمودن اقامتگاه برای گردشگران	۱۳/۶۵	۰/۰۰۰	۵/۸۱	۰/۰۰۰	۷/۸۴	۰/۰۰۰
وجود طرح های تشویقی دولت	۱۹/۴۸	۰/۰۰۰	۴/۰۳	۰/۰۰۰	۶/۶۰	۰/۰۰۰
هماهنگی بین سازمان های مرتبط با گردشگری، کشاورزی و توسعه روستایی	۱۶	۰/۰۰۰	۷/۳۰	۰/۰۰۰	۴/۸۲	۰/۰۰۰
بسترسازی جهت مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی	۱۵/۷۹	۰/۰۰۰	۸/۲۳	۰/۰۰۰	۴/۷۳	۰/۰۰۰
حمایت سازمان های غیر دولتی	۱۴/۴۵	۰/۰۰۰	۳/۷۸	۰/۰۰۰	۲/۳۶	۰/۰۳
برگزاری کارگاه ها، نشست ها و کنفرانس های تخصصی	۱۲/۹۰	۰/۰۰۰	۳/۵۹	۰/۰۰۰	۳/۱۵	۰/۰۰۰
مشارکت در فعالیت های مزرعه و آشنایی با انجام فعالیت های کشاورزی	۱۰/۶۷	۰/۰۰۰	۶/۷۸	۰/۰۰۰	۰/۲۷	۰/۷۹
توجه آکادمیک به گردشگری کشاورزی و وجود دانشگاه در استان و منطقه	۹/۷۶	۰/۰۰۰	۳/۴۵	۰/۰۰۰	۹/۸۵	۰/۰۰۰
انجام پژوهش های کافی و تقاضا محور در زمینه گردشگری کشاورزی	۸/۳۲	۰/۰۰۰	۳/۱۸	۰/۰۰۰	۷/۳۲	۰/۰۰۰
میزان ارتباط کارآفرینان با تولیدکنندگان، واسطه ها و	۷/۰۸	۰/۰۰۰	۳/۲۶	۰/۰۰۰	۲/۰۴	۰/۰۶

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

فروشندگان دیگر						
میزان آگاهی بخشی به کشاورزان در زمینه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی	۱۲/۹۰	۰/۰۰۰	۶/۱۵	۰/۰۰۰	۳/۶۴	۰/۰۰۰
برخورداری کشاورزان از منابع مالی جهت سرمایه گذاری در گردشگری	۱۲/۸۵	۰/۰۰۰	۵/۱۴	۰/۰۰۰	۳/۲۹	۰/۰۰۰
اطلاع رسانی و تبلیغات در مورد جاذبه ها و توانایی های گردشگری منطقه	۱۰/۰۱	۰/۰۰۰	۴/۷۱	۰/۰۰۰	۸/۷۲	۰/۰۰۰
نگرش مثبت مسئولین منطقه به مزیت های اقتصادی گردشگری کشاورزی	۸/۸۰	۰/۰۰۰	۶/۰۶	۰/۰۰۰	۳/۲۹	۰/۰۰۰
موقعیت منطقه از نظر نزدیکی و دسترسی به مراکز جمعیتی	۱۰/۰۱	۰/۰۰۰	۶/۴۵	۰/۰۰۰	۳/۹۹	۰/۰۰۰
دارا بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی مورد نیاز	۱۰/۲۹	۰/۰۰۰	۹/۳۸	۰/۰۰۰	۶/۱۷	۰/۰۰۰
وجود نیروی انسانی بومی در راستای توسعه خدمات گردشگری کشاورزی	۸/۶۰	۰/۰۰۰	۶/۱۶	۰/۰۰۰	۲/۶۹	۰/۰۲
میزان آشنایی کارآفرینان با مسائل حوزه کاری	۷/۹۵	۰/۰۰۰	۵/۰۵	۰/۰۰۰	۱/۴۶	۰/۱۶
میزان توجه مدیران محلی بر برنامه ریزی و سرمایه گذاری در گردشگری	۸/۷۲	۰/۰۰۰	۶/۹۴	۰/۰۰۰	۲/۲۸	۰/۰۳
استفاده از نیروی متخصص بومی در راستای توسعه گردشگری کشاورزی	۹/۶۴	۰/۰۰۰	۱۰/۱۶	۰/۰۰۰	۲/۳۸	۰/۰۳
تبلیغات و افزایش آگاهی در زمینه کسب و کارهای گردشگری کشاورزی	۸/۶۴	۰/۰۰۰	۸/۷۲	۰/۰۰۰	۵/۵۰	۰/۰۰۰
ارائه مشاوره جهت توجیه و ارزیابی اقتصادی فعالیت ها	۵/۵۱	۰/۰۰۰	۳/۸۵	۰/۰۰۰	-۰/۲۹	۰/۷۷
ایجاد وبسایت گردشگری مناطق مذکور و لینک کردن آن با سایت ها...	۵/۷۷	۰/۰۰۰	۳/۹۹	۰/۰۰۰	۳/۳۷	۰/۰۰۰
متناسب بودن کسب و کارهای گردشگری کشاورزی با نیاز و خواسته مردم	۶/۵۱	۰/۰۰۰	۵/۳۹	۰/۰۰۰	۱/۰۷	۰/۳۰
میزان استقبال جامعه از کسب و کار گردشگری کشاورزی	۶/۴۷	۰/۰۰۰	۶/۰۲	۰/۰۰۰	۱/۳۸	۰/۱۸
میزان سودآوری کسب و کار گردشگری کشاورزی	۶/۱۱	۰/۰۰۰	۶/۱۶	۰/۰۰۰	۱/۷۹	۰/۰۹
میزان نوسانات بازار نسبت به محصول تولیدی فعالیت کارآفرینی	۳/۷۰	۰/۰۰۰	۳/۵۰	۰/۰۰۰	۱/۷۶	۰/۱۰
میزان ریسک محصول تولید شده توسط فعالیت کارآفرینی	۴/۰۷	۰/۰۰۰	۵/۳۵	۰/۰۰۰	-۰/۲۹	۰/۷۷

منبع: یافته های تحقیق

در بخش بعدی تحقیق با توجه به سوال کلیدی عوامل موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی و ماهیت و محتوای گزاره های مربوط به هر سوال به واسطه انجام تحلیل عاملی اکتشافی، ۵ عامل هسته ای(توسعه زیرساخت ها، پشتیبانی دولتی، مشارکت بخش خصوصی، آموزش و صرفه اقتصادی) تعیین و بر اساس این عوامل، گزاره ها به عنوان زیربخش، در دسته های مختلف قرار گرفته و جهت بررسی میزان برازش توزیع نمونه ها با توزیع مورد انتظار از آزمون کای اسکوئر(خی دو یا مجذور کای) استفاده شد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]

[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

عوامل موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی

توسعه زیرساخت ها

در بحث تامین زیرساخت ها و توسعه خدمات و امکانات زیربنایی، سه مولفه تامین اقامتگاه برای گردشگران، نزدیکی به لحاظ موقعیت طبیعی و جغرافیایی و دسترسی بر اساس زیرساخت های حمل و نقل و برخورداری از زیرساخت های محیطی و کالبدی از جمله استراحتگاه و مهیا نمودن زیرساخت های تفریحی طبیعی مورد بررسی قرار گرفت. داده ها نشان می دهد که تامین اقامتگاه برای گردشگران با میانگین رتبه ای ۳/۸۷ درصد، سطح معناداری ۰/۰۰۰ و ضریب کای اسکوئر ۱۷۹/۶۲۱، تفاوت قابل توجهی با میانگین توزیع نظری داشته و به نسبت سایر مولفه ها در رتبه نخست اهمیت قرار دارد. دارا بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی و موقعیت منطقه به لحاظ نزدیکی و دسترسی نیز با خطای آلفای ۰/۰۰۰ و میانگین رتبه ای ۳/۵۳ و ۳/۵۲ درصد به ترتیب ضریب مجذور کای آن ها ۱۸۷/۶۴۰ و ۱۸۱/۴۳۳ بوده که بیانگر اهمیت توجه به امکانات زیرساختی در رابطه با گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه می باشد جدول(۴).

جدول(۴). تناسب و ارتباط توسعه زیرساخت ها و توسعه گردشگری کشاورزی با استفاده از آزمون کای اسکوئر

شاخص	طیف					میانگین رتبه ای	Chi-Square	Asymp sig
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد			
تامین اقامتگاه برای گردشگران	۱/۹	۷/۷	۲۴/۵	۳۴/۱	۳۱/۴	۳/۸۷	۱۷۹/۶۲۱	۰/۰۰۰
موقعیت منطقه (نزدیکی و دسترسی)	۱/۱	۷/۷	۴۰/۶	۳۹/۵	۱۱/۱	۳/۵۲	۱۸۱/۴۳۳	۰/۰۰۰
دارا بودن زیرساخت های محیطی و کالبدی	۰/۸	۶/۵	۴۴/۸	۳۴/۹	۱۳	۳/۵۳	۱۸۷/۶۴۰	۰/۰۰۰

مأخذ: یافته های تحقیق

پشتیبانی دولتی(مالی، اداری و...)

در رابطه با عامل کلیدی پشتیبانی دولتی، مولفه هایی همچون طرح های تشویقی دولت، هماهنگی بین سازمان های مرتبط با روستا و گردشگری روستایی، میزان آگاهی بخشی به کشاورزان، تبلیغات و ایجاد وبسایت های مرتبط، برخورداری کشاورزان از منابع مالی، نگرش مثبت مسئولین و میزان اهمیت آن ها به گردشگری کشاورزی و ارائه مشاوره های تخصصی در رابطه با مقرون به صرفه بودن طرح ها مورد ارزیابی قرار گرفت. یافته ها نشان می دهد که در مولفه های مرتبط با بحث پشتیبانی دولت از فعالیت ها و اقدامات بخش گردشگری کشاورزی، مقدار(sig) به دست آمده برابر با ۰/۰۰۰ بوده که با در نظر گرفتن سطح اطمینان ۹۵ درصد، خطای آلفا کمتر از ۰/۰۵ بوده و مثبت بودن مقدار کای اسکوئر در همه موارد بیانگر تفاوت معنادار سنجه های مربوط به حمایت های دولتی با مقدار مورد انتظار می باشد. به عبارت دیگر میانگین رتبه‌ای تمامی مولفه های این بخش، بالاتر از حد متوسط بوده اما در یک مقایسه تطبیقی، تفاوت نسبی قابل مشاهده خواهد بود. طرح های تشویقی دولت با میانگین رتبه ای ۴/۰۱ و هماهنگی بین سازمان های مرتبط با بحث گردشگری کشاورزی با میانگین رتبه ای ۳/۸۸ بیشترین اولویت را از بین سایر مولفه های بخش حمایت های دولتی به خود اختصاص داده اند. ارائه پشتیبانی های دولتی در قالب مهیا نمودن امکان فعالیت در فضای مجازی از طریق اختصاص

وبسایت های تبلیغاتی و همچنین ارائه مشاوره های تخصصی به کارآفرینان جهت توجیه اقتصادی طرح ها اگرچه دارای میانگین رتبه ای بالاتر از حد مفروض می باشند اما به طور نسبی در مقایسه با سایر مولفه های مربوط به پشتیبانی دولتی از اهمیت کمتری برخوردار بوده اند جدول(۵).

جدول(۵). تناسب و ارتباط حمایت های دولتی با توسعه گردشگری کشاورزی با استفاده از آزمون کای اسکوئر

شاخص	طیف					میانگین	Chi-Square	Asymp sig
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد			
طرح های تشویقی دولت	۰/۴	۳/۱	۲۳	۴۲/۱	۳۱/۴	۴/۰۱	۱۶۹/۸۲۴	۰/۰۰۰
هماهنگی بین سازمان های مرتبط	۰/۸	۵/۴	۲۵/۳	۴۲/۵	۲۶/۱	۳/۸۸	۱۵۰/۸۹۷	۰/۰۰۰
میزان آگاهی بخشی به کشاورزان	۱/۱	۶/۹	۲۹/۵	۴۸/۳	۱۴/۲	۳/۶۷	۱۸۹/۳۲۶	۰/۰۰۰
برخورداری کشاورزان از منابع مالی	۱/۵	۴/۶	۴۳/۳	۳۷/۵	۱۳	۳/۵۶	۱۹۲/۸۱۲	۰/۰۰۰
اطلاع رسانی در مورد جاذبه ها	۰/۸	۹/۶	۳۷/۹	۳۸/۷	۱۳	۳/۵۴	۱۵۶/۳۷۵	۰/۰۰۰
نگرش مثبت مسئولین منطقه	۱/۹	۸/۴	۴۱/۴	۳۶/۴	۱۱/۹	۳/۴۸	۱۶۳/۵۰۲	۰/۰۰۰
میزان توجه مدیران محلی به گردشگری	۱/۵	۸/۴	۴۳/۳	۳۶	۱۰/۷	۳/۴۶	۱۷۷/۴۸۷	۰/۰۰۰
تبلیغات در زمینه کسب و کارها	۱/۵	۸/۸	۴۳/۷	۳۲/۶	۱۳/۴	۳/۴۸	۱۶۰/۲۸۴	۰/۰۰۰
ارائه مشاوره جهت ارزیابی اقتصادی فعالیت	۱/۹	۱۳	۴۶/۷	۳۰/۳	۸	۳/۳۰	۱۷۴/۷۶۶	۰/۰۰۰
ایجاد وبسایت گردشگری مناطق	۳/۱	۹/۶	۴۸/۳	۳۱/۸	۷/۳	۳/۳۱	۱۹۵/۲۲۶	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

مشارکت بخش خصوصی

بخش خصوصی و ساکنین محلی از مهم ترین محرک های توسعه اقتصادی مناطق روستایی به شمار می روند و در بخش توسعه و رونق فعالیت های گردشگری کشاورزی نیز می توانند در جهات مختلف موثر واقع شوند. در این بخش، مولفه هایی از جمله سرمایه گذاری، مشارکت، ارتباط دوسویه، نیروی انسانی متخصص بومی و کارآفرینان آشنا به مسائل و مزیت های نسبی محلی در قالب ۸ گزاره و با عنوان کلی مشارکت بخش خصوصی با استفاده از آزمون خی دو مورد ارزیابی قرار گرفت. داده ها نشان می دهد که مولفه بسترسازی سرمایه گذاری بخش خصوصی با میانگین رتبه ای ۳/۸۸ و ضریب کای اسکوئر ۱۵۰/۴۷۵ در سطح معناداری کمتر از ۰/۰۰۰ دارای اختلاف معناداری با میانگین مورد انتظار بوده و اولویت نخست را به خود اختصاص داده است. حمایت های سازمان های غیر دولتی که دامنه وسیعی از خدمات از جمله پشتیبانی مالی، نیروی انسانی، آموزش و غیره را شامل می شود، در اولویت بعدی این بخش با خطای آلفای ۰/۰۰۰ که کمتر از ۰/۰۵ می باشد قرار گرفته است. در مجموع می توان گفت که همه مولفه های این مقوله هسته ای، دارای تفاوت معناداری با حد مورد انتظار(۳) می باشند و مثبت بودن ضریب کای اسکوئر به همراه مقدار خطای ۰/۰۰۰ بیانگر ارتباط، اهمیت و تفاوت بین میانگین ها از یک سو و نقش آن ها در توسعه فعالیت های بخش گردشگری کشاورزی از سوی دیگر می باشد جدول(۶).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

جدول(۶). تناسب و ارتباط مشارکت بخش خصوصی با توسعه گردشگری کشاورزی با استفاده از آزمون کای اسکوئر

شاخص	طیف					میانگین	Chi -Square	Asymp sig
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد			
بسترسازی سرمایه گذاری بخش خصوصی	۱/۱	۵/۴	۲۴/۱	۴۲/۹	۲۶/۴	۳/۸۸	۱۵۰/۴۷۵	۰/۰۰
حمایت سازمان های غیر دولتی	۱/۵	۵/۴	۲۶/۸	۴۳/۳	۲۳	۳/۸۱	۱۵۰/۵۱۳	۰/۰۰
مشارکت در فعالیت های مزرعه	۲/۳	۹/۲	۲۹/۹	۳۹/۵	۱۹/۲	۳/۶۴	۱۱۸/۴۰۶	۰/۰۰۰
ارتباط کارآفرینان با تولیدکننده، واسطه	۴/۲	۱۰	۳۷/۹	۳۴/۱	۱۳/۸	۳/۴۳	۱۱۸/۵۹۸	۰/۰۰۰
وجود نیروی بومی جهت توسعه گردشگری	۱/۱	۸/۴	۴۶	۳۳/۳	۱۱/۱	۳/۴۵	۱۸۵/۴۱۸	۰/۰۰۰
آشنایی کارآفرینان با مسائل حوزه کاری	۰/۴	۱۱/۹	۴۲/۹	۳۷/۲	۷/۷	۳/۴۰	۱۸۵/۶۴۸	۰/۰۰۰
بهره گیری از نیروی متخصص بومی	۰/۸	۹/۲	۴۱/۴	۳۴/۱	۱۴/۶	۳/۵۲	۱۵۲/۹۶۶	۰/۰۰۰
استقبال جامعه از کسب و کار گردشگری	۲/۳	۱۱/۱	۴۴/۴	۳۳/۷	۸/۴	۳/۳۵	۱۷۱/۲۰۳	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

آموزش

با توجه به نوپا بودن بحث گردشگری کشاورزی در کشور و بالا بودن مقدار ریسک سرمایه گذاری و ایجاد کسب و کار در این زمینه، توسعه آموزش در ابعاد مختلف از جمله در زمینه تهیه طرح ها، مراحل ایجاد فعالیت کارآفرینی در این بخش، موانع و محدودیت ها، مزیت های نسبی و تخصص و مهارت در ارتباط با فعالیت های بخش گردشگری کشاورزی از اهمیت ویژه ای برخوردار بوده و در وهله اول، نیازمند توسعه زیرساخت های آموزشی توسط نهادهای مرتبط دولتی می باشد. در پژوهش حاضر سه مولفه برگزاری کارگاه ها و کنفرانس های تخصصی، توجه آکادمیک به گردشگری کشاورزی از طریق ایجاد و تعریف رشته های کاربردی و مرتبط دانشگاهی و انجام پژوهش های تقاضا محور در این زمینه به عنوان مهم ترین سنجه های شاخص آموزش در نظر گرفته شد. یافته ها نشان می‌دهد که در هر سه مولفه، ضریب کای اسکوئر مثبت بوده و مقدار خطای آلفا(۰/۰۰۰) کمتر از حد معمول به دست آمده است. این شواهد به همراه مقدار میانگین رتبه‌ای گزاره‌ها موید تفاوت معنادار میانگین‌ها و تاثیر نسبی بر توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی استان تهران می‌باشد جدول(۷).

جدول(۷). تناسب و ارتباط آموزش با توسعه گردشگری کشاورزی با استفاده از آزمون کای اسکوئر

شاخص	طیف					میانگین	Chi-Square	Asymp sig
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد			
برگزاری کارگاه ها و کنفرانس های تخصصی	۱/۱	۶/۱	۳۲/۲	۴۳/۷	۱۶/۹	۳/۶۹	۱۶۵/۳۰۳	۰/۰۰۰
توجه آکادمیک به گردشگری کشاورزی	۳۸/۸	۵/۷	۳۴/۵	۴۲/۱	۱۳/۸	۳/۵۶	۱۵۷/۰۲۷	۰/۰۰۰
پژوهش تقاضا محور در زمینه گردشگری	۳/۱	۹/۲	۳۸/۷	۳۲/۶	۱۶/۵	۳/۵۰	۱۲۰/۵۱۳	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

صرفه اقتصادی

هر فعالیت کارآفرینی لزوما موجب رونق اقتصادی و توسعه اشتغال نخواهد شد. موفقیت در کسب و کارهای جدید بویژه در حوزه گردشگری کشاورزی نیازمند شناخت دقیق و اجرای طرح های معقول و منطبق بر واقعیت های موجود می باشد. از سوی دیگر روستاییان به دلیل سرمایه اندک و به تبع آن، قدرت ریسک

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

پذیری پایین، نیازمند برخی اقدامات حمایتی و به نوعی تضمین در سرمایه، خدمات و تولیدات خود هستند. در همین رابطه ۴ مولفه تناسب کسب و کارها با خواست و نیاز مردم، میزان سودآوری کسب و کارها، نوسانات بازار نسبت به محصولات تولیدی و میزان ریسک پذیری در قالب شاخص کلیدی صرفه اقتصادی قرار گرفته و با استفاده از آزمون کای اسکوئر مورد ارزیابی قرار گرفته است. یافته ها نشان می دهد که مقدار مجذور کای در همه مولفه ها مثبت و با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ دارای تفاوت معنی داری با میانگین مورد انتظار می‌باشد جدول(۸).

جدول(۸). تناسب و ارتباط صرفه اقتصادی فعالیت ها با توسعه گردشگری کشاورزی با استفاده از آزمون کای اسکوئر

شاخص	طیف					میانگین	Chi-Square	Asymp sig
	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد			
تناسب کسب و کارها با نیاز و خواسته مردم	۱/۱	۱۳	۴۳/۷	۳۵/۶	۶/۵	۳/۳۳	۱۸۱/۵۱۰	۰/۰۰۰
میزان سودآوری کسب و کار گردشگری	۳/۴	۱۰	۴۵/۶	۳۰/۳	۱۰/۷	۳/۳۵	۱۵۹/۳۶۴	۰/۰۰۰
نوسانات بازار نسبت به محصول تولیدی	۴/۶	۱۱/۱	۴۹/۸	۲۸/۴	۶/۱	۳/۲۰	۱۹۱/۴۳۳	۰/۰۰۰
میزان ریسک محصول تولید شده	۳/۴	۱۴/۲	۴۶/۴	۲۸	۸	۳/۲۳	۱۵۷/۷۹۳	۰/۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

در این بخش از پژوهش با توجه به اینکه پاسخگویان از تمامی گروه های تحصیلی تعیین شده سهمی دارند، به بررسی دیدگاه های آن ها(سه گروه پاسخ دهنده) به صورت تطبیقی و ارتباط سنجی نظرات آن ها در زمینه عوامل موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی با توجه به مقوله هسته ای "صرفه اقتصادی" و با استفاده از آزمون کروسکال والیس پرداخته خواهد شد. بر اساس داده ها، در رابطه با سه مولفه متناسب بودن کسب و کارهای گردشگری کشاورزی با نیاز و خواسته مردم محلی، میزان سودآوری کسب و کار گردشگری کشاورزی و میزان ریسک محصول تولید شده توسط فعالیت کارآفرینی بین گروه های مختلف تحصیلی تفاوت دیدگاه وجود نداشته و بر اهمیت قابل توجه معرف های یاد شده در توسعه گردشگری کشاورزی مناطق روستایی استان تهران با توجه مقدار خطای آلفای بالاتر از ۰/۰۵ اتفاق نظر وجود دارد. اما در رابطه با متغیر میزان سودآوری کسب و کار گردشگری کشاورزی بین ۶ گروه تحصیلی تعیین شده اختلاف نظر وجود داشته، بنابراین می توان گفت که با مقدار خطای استاندارد ۰/۰۰۵ و ضریب به دست آمده از آزمون کروسکال والیس(۱۶/۳۵۴)، تفاوت معناداری بین نظرات پاسخگویان در زمینه سودآوری کسب و کارهای گردشگری کشاورزی وجود دارد جداول(۹ و ۱۰).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

جدول(۹). ارتباط و تفاوت دیدگاه پاسخ دهندگان به تفکیک گروه های مختلف تحصیلی با آزمون کروسکال والیس

سطح تحصیلات	N	Mean Rank متناسب بودن کسب و کارهای گردشگری کشاورزی با نیاز و خواسته مردم محلی	Mean Rank میزان سودآوری کسب و کار گردشگری کشاورزی	Mean Rank میزان نوسانات بازار نسبت به محصول تولیدی فعالیت کارآفرینی	Mean Rank میزان ریسک محصول تولید شده توسط فعالیت کارآفرینی
بی سواد	۶۰	۱۳۰/۰۲	۱۲۹/۴۲	۱۳۷/۷۳	۱۴۲
ابتدایی	۳۳	۱۴۵/۳۲	۱۴۸/۳۶	۱۶۸/۶۵	۱۵۳/۲۷
دیپلم و فوق دیپلم	۸۶	۱۲۷/۹۸	۱۳۷/۶۰	۱۲۹/۵۲	۱۲۶/۷۷
لیسانس	۶۵	۱۲۸/۹۲	۱۱۷/۷۲	۱۱۴/۷۳	۱۲۱/۷۸
فوق لیسانس	۱۶	۱۳۲/۱۳	۱۱۵/۶۶	۱۰۳/۷۲	۱۱۰/۴۴
دکتری	۱	۹۴/۵۰	۱۹۴	۱۰۶/۵۰	۲۸
جمع	۲۶۱	-	-	-	-

مأخذ: یافته های پژوهش

جدول(۱۰). نتایج آزمون کروسکال والیس در رابطه تفاوت دیدگاه گروه های مختلف تحصیلی

Test Statistics	متناسب بودن کسب و کارهای گردشگری کشاورزی با نیاز و خواسته مردم محلی	میزان سودآوری کسب و کار گردشگری کشاورزی	میزان نوسانات بازار نسبت به محصول تولیدی فعالیت کارآفرینی	میزان ریسک محصول تولید شده توسط فعالیت کارآفرینی
Kruskal-Wallis H	۱/۸۶۶	۶/۶۲۴	۱۶/۳۵۴	۹/۶۳۹
df	۵	۵	۵	۵
Asymp. Sig.	۰/۸۶۷	۰/۲۵۰	۰/۰۰۵	۰/۰۸۶

مأخذ: یافته های پژوهش

نتیجه‌گیری

گردشگری کشاورزی از جمله راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع سازی اقتصاد و توسعه پایدار روستایی مطرح شده و اغلب کشورهای جهان این نوع گردشگری را به عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی- اقتصادی و احیاء و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار می دهند. در تحقیق حاضر به ارزیابی مهم ترین عوامل موثر در توسعه گردشگری کشاورزی با تاکید بر رونق فعالیت های کارآفرینی این بخش پرداخته شد. با توجه به ماهیت پژوهش اقدام به بررسی میدانی و تحلیل دیدگاه های سه گروه مردم محلی، کارشناسان و گردشگران در رابطه با هدف یاد شده گردید. یافته ها نشان داد که همه مولفه های تعیین شده نقش تاثیرگذاری در توسعه گردشگری کشاورزی دارند اما به طور نسبی برخی عوامل از جمله تامین اقامتگاه برای گردشگران، ارائه طرح‌های تشویقی در راستای ایجاد فعالیت های جدید کسب و کار از سوی دولت، هماهنگی و مشارکت سازمان‌های مرتبط با توسعه روستایی و گردشگری با ساکنین، آگاهی بخشی و اطلاع رسانی به مردم در رابطه با مزیت‌ها و قابلیت‌های توسعه کشاورزی هر روستا، بسترسازی جهت سرمایه گذاری و مشارکت بخش خصوصی، توسعه زیرساخت ها و امکانات آموزشی در این حوزه، مشارکت دادن گردشگران در فعالیت های مزرعه و خرید مستقیم و بی واسطه محصولات تولیدی، ایجاد فعالیت های کارآفرینی مبتنی بر شناخت دقیق

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

از قابلیت های محیطی روستا و همچنین کشش بازار در رابطه با کاهش ریسک پذیری و افزایش میزان سودآوری از دیدگاه پاسخگویان دارای سطح اهمیت بالاتری بوده اند. مناطق روستایی استان تهران به لحاظ برخورداری از تنوع قابلیت های محیطی در رابطه با کشت و تولید محصولات متنوع زراعی، باغی و دامی، همچنین قابلیت های بوم گردی و شکار به همراه برخورداری بعضی روستاها از آثار تاریخی دیرینه، قابلیت اشتغال زایی را به شیوه هایی از جمله پرورش گل و صادراتی نمودن آن، عرضه فرآورده های دامی، کشت گلخانه ای، احداث باغ تالارها و شکل گیری تعطیلات آخر هفته در روستا به شیوه بوم‌گردی و برگزاری جشنواره های محلی نظیرجشنواره انارانه و صنایع دستی را دارند. بر اساس یافته ها برخی عوامل از جمله ورود غیر بومی ها به ویژه اقشار مرفه شهری و تغییر کاربری اراضی زراعی و باغی موجود در روستا جهت احداث واحد مسکونی و افزایش تراکم در این زمینه و همچنین حضور افغانی ها در برخی روستاها که بعضی مشاغل را به نفع خود مصادره نموده اند به علاوه عدم پشتوانه مالی روستاییان جهت توسعه کسب و کارهای جدید در این حوزه، به عنوان مهم ترین موانع رونق فعالیت های کارآفرینی مبتنی بر گردشگری کشاورزی از سوی ساکنین عنوان شده است نتایج تحقیق در این رابطه با یافته های لاگو (۲۰۱۷)، نجارزاده و ترابی (۱۳۹۶)، سامانی قطب آبادی (۱۳۹۶) و بوذرجمهری و همکاران (۱۳۹۶) همسو و هماهنگ می باشد. از این رو می توان گفت با توجه به علاقه وافر مردم محلی به رونق فعالیت های گردشگری و ورود گردشگران به روستا و همچنین برخورداری از پتانسیل های محیطی و انسانی موجود، لزوم اتخاذ طرح ها و تصمیمات حمایتی از سوی دولت، نظیر ارائه وام های با بازپرداخت بلندمدت، تضمین خرید محصولات، تبلیغات و افزایش سطح آگاهی روستاییان نسبت به مزایای توسعه گردشگری کشاورزی از طریق خدمات آموزشی و اقدامات تسهیل کننده توسط دهیاری‌ها و همچنین هماهنگی سازمان‌های مسئول در رابطه با جلوگیری از تغییر کاربری در روستاها و تسهیل در صدور مجوز احداث چاه های عمیق و نیمه عمیق جهت تامین آب مورد نیاز بخش کشاورزی ضروری به نظر می رسد.

منابع

امیری، صبا، احسانی فر، تهمینه، نادری، نادر، رستمی، فرحناز(۱۳۹۵)، **ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تاثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی**، ۳(۱): ۱۶-۱.

براتی، جواد، رسول زاده، مریم، رفیعی دارانی، هادی، مظهری، محمد(۱۳۹۳)، **مدیریت راهبردی در فضای کسب و کار اقتصاد شهری(مطالعه موردی: گردشگری مذهبی شهر مشهد مقدس)**، فصلنامه اقتصاد و مدیریت شهری، ۲(۶): ۱۲۵- ۱۰۹.

جوان، جعفر، سقایی، مهدی(۱۳۸۳)، **کشاورزی و گردشگری(رهیافتی برای کسب درآمد مازاد)**، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۳(۳)، ۱۲۳-۱۴۵.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]

[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، سجاسی قیداری، حمداله، رضوی، (۱۳۸۹)، **راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی، مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده**، فصلنامه روستا و توسعه، ۱۳(۳): ۲۹- ۱.

زیدی، مونا(۱۳۹۰)، بررسی پتانسیل توسعه اقتصادی گردشگری سیاه در ایران، پایگاه اینترنتی www.anthropology.ir

سپه پناه، مرجان، موحدی، رضا (۱۳۹۴)، **کارآفرینی پایدار رویکردی نو در کشاورزی**، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۱): ۳۶- ۱۹.

کرمی، شهره، آگهی،حسین (۱۳۹۴)، **تحلیلی بر رویکردها و مدل های توسعه کارآفرینی، در توسعه کارآفرینی کشاورزی**، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۲): ۱۰۴- ۸۱.

کریمی، سعید(۱۳۹۴)، بررسی آثار مستقیم، **غیر مستقیم و تعدیلی محیط نهادی بر قصد کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی**، نشریه توسعه کارآفرینی، ۸(۲): ۳۹۰-۳۷۱.

ورکیانی پور، نفیسه، حسینی، سیدمحمدرضا، سمیعی، روح الله، اشرفی، مجید(۱۳۹۸)، **ارائه مدل توسعه کارآفرینی زنان با رویکرد توسعه پایدار روستایی در استان گلستان**، تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۹(۵۴)، ۱۶۶-۱۴۷.

Alonso, A.D., O'Neill, M.,(2010). **Small hospitality enterprises and local produce: a case study**.British Food Journal, 112(11):1175-1189.

Barbieri, C., Mshenga, P.M.,(2008).**The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms**. Sociologia ruralis, 48(2), 166-183.

Bernardo, D., Valentin, L. and Leatherman, J.(2004). **Agritourism: if we build it, will they come?** Online Available.

Brandth, B. and Haugen, S.M.(2011), **Farm diversification into tourism implications for social identity?** Journal in Rural Studies, 27(1):35-44.

Brown, G.,(2014).**Small Business Failure Rate and Causes, The rates and reasons for business failure**, by industry type. ISBDC.org.

Brown, J. P., Goetz, S. J., Ahearn, M. C., & Liang, C. L.(2013). **Linkages between community focused agriculture, farm sales, and regional growth. Economic Development, Quarterly**, 28(1), 5-16.

Brown, L., & Hershey, C.(2012).**Agritourism in Wisconsin from the consumer perspective**. Center for Community & Economic Development.Retrieved from http://secure.wisconsinaquaculture.com/Docs/530.PDF

Che, D., Veeck, A., Veeck, G.,(2005), **Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations**. Agriculture and Human Values, 22(2), 225-234.

Chen, C.S., & Elston, A.J.(2013). **Entrepreneurial motives and characteristics: An analysis of small restaurant owners**. International Journal of Hospitality Management, 35, 294–305.

Comen, T., Foster, D.(2006). **Agricultural Diversification and Agritourism: Critical Success Factors**. Institute for Integrated Rural Tourism, Interim Report.

Das, B.R., Rainey, D.V., (2010). **Agritourism in the Arkansas delta byways: Assessing the economic impacts**.International Journal of Tourism Research 12(3): 265-280.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]

Forbord, M., Schermer, M., Grießmair, K.,(2012).**Stability and variety–Products, organization and institutionalization in farm tourism**.Tourism Management 33(4): 895-909.

Hegarty, C. and Przezborska, L.(2005). **Rural and Agri-tourism as a tool for reorganising rural areas in old and new member states- a comparison study of Ireland and Poland**. International Journal of Tourism Research, 7(2):63-77.

Icoz, O., Pirnar, I. and Gunlu, E.(2012).**The agritourism potential of the Aegean region**. [Online]. Available.

Jaafar, M., Abdul-Aziz, A.R., Maideen, S.A., & Mohd, S.Z.(2011). **Entrepreneurship in the tourism industry: Issues in developing countries**. International Journal of Hospitality Management, 30(4): 827–835.

Kiper, T.(2011) **Land use planning regarding sustainable development through agritourism: Şarkőy example**. Journal of Agricultural Biotechnology and Sustainable Development, 3(8):171-181.

Nasers, M.S.(2009). **Iowa agritourism consumer profile: demographics, preferences, and participation levels**, Dissertation, Iowa State University. Agricultural Education.

Nickerson, N.P., Black, R.J., and McCool, S.F.(2001). **Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification**. Journal of Travel research, 40(1): 19-26.

Nilsson, P.A. (2002).**Staying on farms: an ideological background**. Annals of Tourism Research, 29 (1):7-24.

Panyik, E., Costa, C., Rátz, T.,(2011). **Implementing integrated rural tourism: An event-based approach**.Tourism Management 32(6): 1352-1363.

Phelan, C., and Sharpley, R. (2010). **Agritourism and the farmer as rural entrepreneur: A UK,analysis. Next Tourism Entrepreneurship Conference**, Wilfrid Laurier University, Waterloo, Ontario, Canada, 1-25.

Phillip, S., Hunter, C. and Blackstock, K.(2010).**A typology for defining agritourism.** Tourism Management, 31(6):754-758.

Sharpley, R. and Vass, A.(2006). **Tourism, farming and diversification: an attitudinal study.** Tourism Management, 27(5):1040-1052.

Sonnino, R., (2004). **For a 'piece of bread'?Interpreting sustainable development through agritourism in Southern Tuscany**. Sociologia Ruralis 44(3): 285-300.

Tew, C. and Barbieri, C.(2012). **The perceived benefits of agritourism: the provider's perspective**. Tourism Management, 33(1):215-224.

Ward Thorp, Zachary (2015), **Agritourism in Kansas: Effects of Distance and Economic Outcomes**, Faculty of the University of Kansas in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science.

Zamora, O. M. (2011): **Development Instruments for the Cross-Border Cooperation in Ukraine, In: Problems of tourism development on rural areas**, Krystyna Krzyżanowska (ed.), Warsaw University of Life Sciences Press, Warsaw 2011, pp: 109- 121.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-28]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.63.13.5]
[DOI: 10.52547/jgs.21.63.315]