



Examining the Attitudes of the Local Community to Participate in the Development of Agricultural Tourism (Case Study: Siyahkalrud Rural District)

Maedeh Hajipour¹ | Mehdi Hesam^{2✉} | Habib Mahmoodi³

1. Geography and Tourism Planning, University of Guilan, Rasht, Iran. E-mail: maedehhajipour6@gmail.com
2. Corresponding author, Faculty of Literature and Humanities; Department of Geography; University of Guilan - Rasht, Iran.. E-mail: Mhesam@guilan.ac.ir
3. Regional Studies Department, Environmental Sciences Research Institute, Academic Center for Education, Culture and Research (ACECR), Rasht, Iran. E-mail: h.mahmoodi@acecr.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:

Received 25 August 2024
Received in revised form 13 November 2024
Accepted 15 November 2024
Published online 21 December 2024

Keywords:

Community Attitudes,
Siyahkalrud Rural District,
Agricultural Tourism.

ABSTRACT

Objective: Economic challenges and employment issues in rural areas have led to increased attention toward innovative forms of tourism, such as agricultural tourism. In recent years, agriculture in many regions of the country has faced difficulties, but leveraging existing agricultural capacities can facilitate the development of agricultural tourism activities and attract tourists as a complementary sector to agriculture. A crucial factor in this regard is the willingness of the local community to participate in the development of this type of tourism. Therefore, the present study investigates the extent of local community willingness to engage in the development of agricultural tourism in the Siyahkalrud Rural District of Rudsar County.

Methods: This study is applied in terms of purpose, employs both documentary and field methods for data collection with a quantitative approach, and is descriptive-analytical in nature. The statistical population consists of residents of rural settlements in the Siyahkalrud Rural District, comprising 1,942 households. Using Cochran's formula, a sample size of 385 households was selected. To analyze the data, various statistical tests were employed, including binomial tests, Friedman ranking tests, Spearman correlation, Mann-Whitney U tests, and Kruskal-Wallis tests.

Findings: The findings indicate that in all assessed indicators—including economic, social, infrastructure services and facilities, and agricultural tourism activities—the majority of respondents demonstrated a willingness above the average threshold (3). The results of the Friedman ranking test reveal that the highest-ranked indicator is agricultural tourism activities (3.21), followed by economic (3.19), social (1.85), and infrastructure services and facilities (1.75). Additionally, a strong positive correlation was observed among all indicators. The Mann-Whitney U test results show that women exhibited a higher willingness than men, single individuals were more willing than married individuals, and those with access to agricultural spaces were more inclined to participate compared to those without such spaces.

Conclusion: The study concludes that rural residents are primarily motivated by economic factors in their interest in developing agricultural tourism. However, social factors such as maintaining personal privacy and a lack of familiarity with agricultural tourism concepts have somewhat influenced their willingness. Nevertheless, with comprehensive planning, investment in infrastructure, community education, and the promotion of responsible tourism, it is possible to achieve sustainable agricultural tourism development in the region, ultimately contributing to the economic and social improvement of local residents.

Cite this article: Hajipour, M., Hesam, M., & Mahmoodi, H. (2024). Investigating the tendency of the local community to participate in the development of agritourism (case study: Siahkalrud village). *Space Economy and Rural Development*, 13 (50), 85-104. <http://doi.org/10.61186/serd.13.50.6>



© The Author(s).

DOI: <http://doi.org/10.61186/serd.13.50.6>

Publisher: Kharazmi University.

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

In recent years, alongside global technological advancements and the overall development of nations, the tourism sector has experienced rapid growth. This expansion has given rise to more sustainable and specialized forms of tourism, such as rural tourism. Rural tourism is rooted in the traditions, lifestyles, and core values of rural communities. A prominent subtype of this tourism is **agricultural tourism**, which, according to researchers, can be regarded either as a subset of rural tourism or as an independent form of alternative tourism. Given the importance of agriculture, many countries have increasingly turned to agricultural tourism in recent years as a means to complement farming activities. This form of tourism can enhance the agricultural sector, create employment opportunities, elevate the local economy, and reduce unemployment. However, agriculture in many parts of the country has been facing significant challenges and is no longer sufficient to meet the economic needs of farmers. In areas with strong agricultural potential and an influx of tourists, agricultural tourism can serve as a complementary activity to support the sector. Yet, the success of such initiatives depends heavily on the cooperative behavior and willingness of the local community. Key influencing factors include cultural values, economic expectations, and motivational trends that affect community participation in agricultural tourism development.

Siyahkalrud rural district possesses considerable potential for the development of agricultural tourism due to its tourism-friendly environment and a population whose livelihood is primarily based on agriculture. However, without the active participation and interest of the local community—and in the absence of awareness—initiating, developing, and sustaining tourism activities in the area will not be feasible. This research, therefore, aims to assess the attitudes of the residents of Siyahkalrud towards the development of agricultural tourism.

Methods

This study is a descriptive-analytical research project with a practical orientation. It employs both documentary and field data collection methods with a quantitative approach. The research investigates the willingness and participation of the local community (including farmers and villagers) across 18 villages in Siyahkalrud in the development of agricultural tourism.

According to the 2015 population and housing census, Siyahkalrud has 1,942 households and a population of 5,241. Using Cochran's formula and a 5% margin of error, a sample of 385 residents was selected to complete a questionnaire on community willingness toward agricultural tourism development. The contribution of each village to the sample was calculated proportionally. A researcher-designed questionnaire was used, with its validity confirmed by expert opinion and reliability verified using Cronbach's alpha ($\alpha = 0.917$).

The data were analyzed using various statistical tests in SPSS, including binomial, Friedman, Spearman correlation, Mann–Whitney U, and Kruskal–Wallis tests, to examine the attitudes and participation of the local community and farmers.

Results

Statistical analyses were conducted to assess the willingness of the local community to support and participate in agricultural tourism development in Siyahkalrud. Based on binomial test results across four key dimensions:

- Social Index: 45% of respondents expressed above-average willingness to support agricultural tourism, while 55% showed below-average interest.

- **Economic Index:** 70% of respondents displayed above-average willingness, with only 30% below average—indicating that economic incentives are a strong motivator.
- **Infrastructure and Facilities:** 41% of respondents expressed willingness above the average, while 59% were reluctant. A major concern was the reluctance of residents to host tourists in their homes or spare rooms.
- **Agricultural Tourism Activities:** This dimension had the highest level of support, with 72% showing above-average interest and only 28% below average.

Overall, 61% of respondents across Siyahkalrud demonstrated an above-average willingness to develop agricultural tourism, while 39% expressed less interest.

Conclusion

The findings indicate that economic motivations are the primary drivers of community interest in agricultural tourism development. However, social concerns—such as privacy issues and a lack of familiarity with agricultural tourism—alongside infrastructural shortcomings, hinder wider participation.

Nonetheless, with comprehensive planning, investment in tourism infrastructure, local community education, and the promotion of responsible tourism, sustainable development of agricultural tourism is achievable. This could significantly enhance the economic and social well-being of local residents.

In summary, the study shows that, given the available resources and the community's relative willingness, Siyahkalrud rural district holds substantial potential for the development of agricultural tourism. This can contribute to job creation, increased income, and the preservation of local culture and traditions.

Keywords: Community Attitudes, Siyahkalrud Rural District, Agricultural Tourism.

Author Contributions

This article is derived from the thesis of Ms. Maedeh Hajipour (Master's student), under the supervision of Dr. Mehdi Hesam (Supervisor) and with the advisory support of Dr. Habib Mahmoudi Chenari.

Data Availability Statement

The data supporting the findings of this study are available upon request from the corresponding author.

Acknowledgements

The authors would like to thank the thesis reviewers and journal editors for their valuable and constructive feedback.

Ethical Considerations

The authors affirm that all ethical guidelines were followed in conducting and publishing this research, and the study was approved by all authors involved.

Funding

This article was prepared at the **University of Guilan**, and its intellectual property belongs to the university. No financial sponsorship was received for the preparation of this thesis.

Conflict of Interest

The authors declare that there is no conflict of interest.

بررسی نگرش جامعه محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی (مورد مطالعه: دهستان سیاهکلرود)

مآنده حاجی پور^۱ | مهدی حسام^۲ | حبیب محمودی چناری^۳

۱. جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشگاه گیلان، دانشگاه گیلان، ایران. رایانامه: maedehhajipour6@gmail.com

۲. نویسنده مسئول، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران. رایانامه: Mhesam@guilan.ac.ir

۳. گروه مطالعات ناحیه ای، پژوهشکده محیط زیست، سازمان جهاد دانشگاهی گیلان، رشت، ایران. رایانامه: h.mahmoodi@acecr.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۰۴

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱

کلیدواژه‌ها:

نگرش جامعه محلی،

دهستان سیاهکلرود.

گردشگری کشاورزی.

هدف: وجود مشکلات اقتصادی و اشتغال در روستاها سبب شده است که اشکال نوینی از گردشگری مثل گردشگری کشاورزی در جهان مورد توجه واقع گردد. در سالهای اخیر، کشاورزی در بیشتر نواحی کشور با مشکلاتی مواجه است که با توجه به ظرفیت های کشاورزی موجود می توان برای ایجاد و توسعه فعالیت های گردشگری کشاورزی و حضور گردشگران به عنوان فعالیت مکمل بخش کشاورزی استفاده نمود. موضوعی که در این زمینه اهمیت بسیاری دارای خواست و تمایل جامعه محلی برای مشارکت در توسعه این نوع از گردشگری می باشد. بر این اساس در پژوهش حاضر به دنبال بررسی میزان تمایل جامعه محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی در دهستان سیاهکلرود شهرستان رودسر پرداخته شد.

روش پژوهش: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش جمع آوری اطلاعات اسنادی و میدانی با رویکرد کمی و از نظر ماهیت، یک تحقیق توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری در در این تحقیق متشکل از ساکنین سکونتگاه های روستایی دهستان سیاهکلرود است که دارای ۱۹۴۲ خانوار می باشد که از این تعداد با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۵ خانوار به عنوان جامعه نمونه انتخاب گردیده اند. در نهایت جهت تجزیه و تحلیل داده ها از آزمونهای دوجمله ای، فریدمن، همبستگی اسپیرمن، یومن ویتنی و کروسکال والیس استفاده شد.

یافته ها: یافته های تحقیق نشان می دهد در همه شاخص های مورد بررسی یعنی اقتصادی، اجتماعی، خدمات و تسهیلات زیرساختی و فعالیت های گردشگری کشاورزی اکثریت پاسخ دهندگان دارای میزان تمایل بیش از حد متوسط یعنی ۳ می باشد. نتایج حاصل از رتبه بندی شاخص های پژوهش با آزمون فریدمن نشان می دهد که به ترتیب شاخص فعالیت های گردشگری کشاورزی (۳/۲۱)، شاخص اقتصادی (۳/۱۹)، شاخص اجتماعی (۱/۸۵) و شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی (۱/۷۵) قرار دارند. همچنین بین تمامی شاخص های مورد بررسی همبستگی مثبت و بالایی مشاهده می شود. با توجه به نتایج آزمون یومن ویتنی تمایل زنان بیشتر از مردان، مجردها بیش از افراد متأهل و افرادی که دارای یک فضای کشاورزی هستند بیشتر از کسانی که این فضا را ندارند، است.

نتیجه گیری: نتایج تحقیق نشان می دهد که روستاییان مورد مطالعه عمدتاً به دلایل اقتصادی به توسعه گردشگری کشاورزی علاقه مند هستند. با این حال، عوامل اجتماعی نظیر حفظ حریم شخصی و عدم آشنایی کافی با مفاهیم گردشگری کشاورزی، تا حدودی بر تمایل آن ها تأثیر گذاشته است. با این وجود، با برنامه ریزی دقیق و جامع، سرمایه گذاری در زیرساخت ها، آموزش جامعه محلی و ترویج گردشگری مسئولانه، می توان به توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در این منطقه دست یافت و به بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی اهالی کمک کرد.

استناد: حاجی پور، مآنده؛ حسام، مهدی؛ و محمودی چناری، حبیب (۱۴۰۳). بررسی تمایل جامعه محلی برای مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی (مورد مطالعه: دهستان سیاهکلرود). *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۳ (۵۰)، ۸۵-۱۰۴. <http://doi.org/10.61186/serd.13.50.6>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه خوارزمی.

مقدمه

در سال های اخیر همگام با پیشرفت تکنولوژیکی و توسعه کشورها جهان، بخش گردشگری نیز با سرعت زیادی در حال رشد بوده است (سازمان جهانی گردشگری^۱، ۲۰۱۶). تجربه بسیاری از کشورهای توسعه یافته نشان می دهد که توسعه گردشگری یک نیاز اساسی برای توسعه ملی و باید با درجه بالایی از اولویت آنرا در نظر گرفت (محمدی و همکاران، ۱۴۰۳). افزایش رشد سریع گردشگری منجر به ظهور انواع جدید و پایدارتر از اشکال گردشگری مانند گردشگری روستایی شده است (باتلر^۲، ۱۹۹۹؛ شارپلی و واس^۳، ۲۰۰۶؛ چیکن و همکاران^۴، ۲۰۰۷؛ سو^۵، ۲۰۱۳؛ پاتو و کاستنهلز^۶، ۲۰۱۷). گردشگری روستایی یکی از انواع مهم گردشگری است که فرصت های شغلی غیرکشاورزی را فراهم می کند، شرایط زندگی مردم ساکن در شهرها و روستاها را بهبود می بخشد و باعث تنوع درآمد برای توسعه مناطق روستایی در چارچوب اصول توسعه پایدار می شود (شارپلی و واس، ۲۰۰۶؛ مکدونالد و جولیفی^۷، ۲۰۰۳؛ یانکیس و دیویس^۸، ۲۰۱۲). گردشگری روستایی نوعی از گردشگری است که در مناطق روستایی اتفاق می افتد، جایی که گردشگران از طریق تجربیات اجتماعی خود که هر روز با ارزش های فرهنگی در هم آمیخته و غنی روستایی، با جامعه به طور مستقیم زندگی کرده و تعامل دارند و توسعه محلی پایدار را برای مناطق روستایی به ارمغان می آورند (دیازپومپا و همکاران^۹، ۲۰۲۰). دلگادو همکاران^{۱۰} (۲۰۱۴) تأیید می کنند که این نوع از گردشگری مسیری برای توسعه محلی ایجاد می کند. گردشگری روستایی را باید به عنوان شکلی خاص از گردشگری در نظر گرفت که با اهداف توسعه محلی سازگار و همسو است که با آشکار کردن هویت فرهنگی منطقه و سازماندهی مجموعه ای از عناصر فضایی روستایی، منجر به توسعه محلی می شود (دیازپومپا و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۰).

گردشگری روستایی بر اساس سنت ها، سبک زندگی و ارزش های مهم مناطق روستایی هویت یافته است (مکدونالد و جولیفی، ۲۰۰۳). همچنین می توان گفت که گردشگری روستایی تمام فعالیت های گردشگری در مناطق روستایی را در بر می گیرد (یزگان و کاندلی^{۱۲}، ۲۰۱۲). در یک جمع بندی، فعالیت های موجود در گردشگری شامل: فعالیت های کشاورزی و دامداری در مزارع یا روستاها؛ فعالیت های مرتبط با صنایع دستی محلی؛ بازدید از مکان هایی مانند موزه، سایت تاریخی، اثر طبیعی، پارک ملی، باغ وحش و غیره؛ فعالیت های ورزشی؛ فعالیت های تفریحی؛ نمایشگاه ها، جشنواره ها، روزهای جشن خاص، زمین های نمایشگاهی، جشنواره ها، سرگرمی، کنسرت؛ دوره های مختلف؛ تحقیقات، مشاهده و پژوهش علمی و مسابقات می شود. امروزه این فعالیت ها در شکل خاصی از گردشگری در مناطق روستایی تحت عنوان گردشگری کشاورزی مفهوم پیدا کرده که به عقیده محققان می توان آن را بخشی از گردشگری روستایی و یا حتی گونه ای مستقل از گردشگری جایگزین مطرح کرد (محمودی چناری و همکاران، ۱۳۹۸). به دلیل اهمیت بالای کشاورزی، در سال های اخیر بسیاری از کشورهای جهان اقدام به ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی نموده اند که می تواند به عنوان مکمل فعالیت های کشاورزی، به بهبود وضعیت این بخش، افزایش اشتغال و در پی آن ارتقا سطح اقتصادی جامعه محلی و کاهش بیکاری بیانجامد. آگروتوریسم به مجموعه ای از فعالیت های گردشگری اطلاق می شود که در محیط یا صنعت کشاورزی انجام می شود و کل فرآیند را از تولید تا خرید محصولات کشاورزی پوشش می دهد. این فعالیت ها برای افزایش دانش، درک و تجربه در بخش کشاورزی طراحی شده اند، در حالی که فرصت های تفریحی را نیز فراهم می کنند (جابا^{۱۳}، ۲۰۲۱).

1 - World Tourism Organization

2 -Butler

3 - Sharpley & Vass

4 - Cheken et al

5 - Su

6 - Pato & Castenholz

7 - McDonald & Jolliffe

8 - Yannakis & Davis

9 - Diaz-Pumpa et al

10 -Delgado et al

11 - Diaz-Pumpa et al

12 - Yazgan & Kadanali

13 -Jaya

گردشگری کشاورزی، یکی از اشکال توسعه گردشگری مبتنی بر جامعه، نیازمند مشارکت فعال جامعه و دولت در فرآیندهای برنامه‌ریزی، اجرا و ارزیابی است (پاتو و کاستنهلز، ۲۰۱۷). ارتباطات موثر در طول این فرآیند برای جلوگیری از سوء تفاهم بین ذینفعان، به ویژه با گردشگرانی که مرکز اصلی تلاش بازاریابی آگروتوریسم هستند، ضروری است. ارتباط موثر در رشد آگروتوریسم نیازمند اجرای یک برنامه روشن است. باید یک استراتژی ارتباطی مناسب تهیه شود تا همه ذینفعان، به ویژه گردشگران، بتوانند مسائل مربوط به توسعه آگروتوریسم را درک کنند (موساداد و همکاران^۱، ۲۰۱۹).

در سالهای اخیر، کشاورزی در بیشتر نواحی کشور با مشکلات بسیار مواجه شده که دیگر پاسخگوی مسائل اقتصادی کشاورزان نیست. از این رو با توجه به ظرفیت های کشاورزی موجود برخی نواحی برای ایجاد و توسعه فعالیتهای گردشگری کشاورزی و حضور گردشگران در منطقه، می توان به عنوان فعالیتهای مکمل بخش کشاورزی یاری جست، اما نکته حائز اهمیت، رفتار مشارکتی جامعه محلی از گردشگری کشاورزی و تأثیر متغیرهای فرهنگی-ارزشی، اقتصادی و گرایشی-انگیزه ای بر تمایل به مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی است (اسماعیلی زاده و همکاران، ۱۳۹۸). دهستان سیاهکلرود با توجه به گردشگر پذیر بودن منطقه، نوع معیشت و اشتغال آنها که بیشتر کشاورزی است، پتانسیل ایجاد و توسعه فعالیتهای گردشگری کشاورزی را دارا می باشد؛ اما بدون خواست و مشارکت جامعه محلی، عدم آگاهی جامعه محلی در این زمینه، ایجاد، توسعه و پایداری گردشگری ممکن نخواهد بود. در مجموع این پژوهش قصد دارد نگرش روستاییان سیاهکلرود را در توسعه گردشگری کشاورزی مورد بررسی قرار داده و به این سوال اصلی پاسخ دهد که میزان تمایل جامع محلی در مشارکت فعالیت های گردشگری کشاورزی تا در چه شرایطی قرار دارد؟

پیشینه پژوهش

۱. پیشینه نظری

برای تعداد زیادی از مردم، گذراندن وقت در مناطق روستایی یکی از بهترین راهها برای تمرکز بر خانواده و رهایی از تنش است، در حالی که در عین حال سبک زندگی مبتنی بر طبیعت را تجربه می کنند (کرباتی^۲ و همکاران، ۲۰۰۹). علاوه بر این، با توجه به تأثیرات منفی برخی فعالیت های گردشگری، به ویژه بر محیط زیست، مردم علاقه خود را به فعالیت های گردشگری دوستدار محیط زیست مانند اکوتوریسم، طبیعت گردی، گردشگری سبز، گردشگری کشاورزی و گردشگری روستایی معطوف کرده اند. آگروتوریسم یکی دیگر از رویکردهای معروف گردشگری است که مفهوم آن بر اساس گسترش اکوتوریسم استوار است و گردشگران را برای تجربه مستقیم زندگی کشاورزی به سمت روستاها و مناطق پیراشهری هدایت می کند (ایاکوویدو و همکاران^۳، ۱۹۹۹). کشاورزی به عنوان یک ابزار کلیدی برای افزایش درآمد و پایداری اقتصادی در جوامع روستایی در سراسر جهان شناخته شده است (اسمیت و اندرسون، ۲۰۲۰^۴). این نوع گردشگری علاوه بر فراهم کردن فرصت های اقتصادی، به حفظ و ارتقای فرهنگ و سنت های محلی نیز کمک می کند (براون و همکاران، ۲۰۲۱^۵). کشاورزان به توسعه گردشگری کشاورزی گرایش دارند، زیرا این امر امکان تنوع بخشی به منابع درآمدی و کاهش وابستگی به فعالیت های کشاورزی سنتی را فراهم می آورد (گارسیا و رودریگز، ۲۰۲۳^۶). همچنین، مشارکت در گردشگری کشاورزی می تواند به تقویت ارتباطات اجتماعی و افزایش آگاهی عمومی درباره کشاورزی محلی و محصولات آن منجر شود (جانسون و همکاران، ۲۰۲۳^۷). در این راستا، تحقیقات اخیر نشان می دهند که وجود زیرساخت های مناسب و حمایت های دولتی نیز می تواند نقش مهمی در افزایش تمایل کشاورزان به مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی داشته باشد (مارتینز و لی، ۲۰۲۴^۸). ایجاد آگروتوریسم در مناطق خاص، به ویژه در مناطق روستایی، بسیار مهم است زیرا ثابت شده است که از

^۱ - Musaddad et al

^۲ - Karabati et al

^۳ - Iakovidou et al

^۴ - Smith & Anderson, 2020

^۵ - Brown et al., 2021

^۶ - Garcia & Rodriguez, 2022

^۷ - Johnson et al., 2023

^۸ - Martinez & Lee, 2024

طریق فعالیت‌های درآمدزا و بهبود شرایط زندگی، توسعه اجتماعی و اقتصادی را تحریک می‌کند (اوتاما^۱، ۲۰۰۷). چراکه آگروتوریسم کاتالیزوری است که می‌تواند برای حفظ منابع طبیعی، تاریخی و فرهنگی جوامع از طریق قرار گرفتن در معرض گردشگران مورد استفاده قرار گیرد و فرصت‌هایی را برای مردم محلی برای انتشار و به اشتراک‌گذاری فرهنگ خود با گردشگران در حالی که افتخار و عزت نفس خود را می‌سازند و کیفیت زندگی خود را ارتقا می‌دهند، فراهم می‌کند (کرباتی و همکاران، ۲۰۰۹). علاوه بر این، این امر موجب تحولات فرهنگی شده که به نوبه خود، قدردانی، درک و احترام گردشگران نسبت به منابع ارزشمند محلی را ایجاد خواهد کرد (ماروتی^۲، ۲۰۰۹). مطالعه‌ای که توسط پیرسی^۳ (۱۹۹۰) انجام شد، تأیید می‌کند که آگروتوریسم می‌تواند فرصت‌هایی را برای مردم محلی و گردشگران برای ایجاد نگرش مثبت، به حداقل رساندن درک منفی و کلیشه‌های خود نسبت به یکدیگر فراهم کند. اگرچه گردشگری کشاورزی به مردم محلی اجازه می‌دهد آنچه را که دارند با گردشگران به اشتراک بگذارند، اما آن‌ها همچنین فرصت یادگیری چیزهای جدید را دارند، زیرا می‌توانند با افرادی از مکان‌های مختلف دیدار کنند و بنابراین رضایت روانشناختی ایجاد کنند (چرایوسولا و همکاران^۴، ۲۰۰۹). از دیدگاه دیگر، چادا و بهاکار^۵ (۲۰۱۲) بیان کرده‌اند که آگروتوریسم می‌تواند مشکل تبعیض جنسیتی را کاهش دهد، زیرا فرصت‌های برابر را برای مردان و زنان برای مشارکت در فعالیت‌های آگروتوریسم فراهم می‌کند.

از سوی دیگر گردشگری کشاورزی فعالیتی است که به شکوفایی اقتصاد محلی کمک می‌کند (کرباتی و همکاران، ۲۰۰۹). طبق گفته ناسونگ‌حالا و سوموناسوکا^۶ (۲۰۱۲) آگروتوریسم فرصت‌های شغلی را برای همه سنین ایجاد می‌کند و پاسخی برای مسئله بیکاری است. این به نوبه خود سیل مهاجرت به شهرها را کاهش می‌دهد و تعداد مهاجرت‌ها را در پاسخ به تمایل به بهبود شرایط زندگی و کار کاهش می‌دهد. اوه و کوری هارا^۷ (۲۰۱۳) اظهار داشتند که آگروتوریسم یکی از کاتالیزورهای استفاده شده برای کمک به جامعه روستایی برای دستیابی به دو هدف اصلی - ایجاد درآمد بیشتر و ایجاد فرصت‌های شغلی - است. علاوه بر این، آگروتوریسم فضایی را برای افراد محلی برای تنوع بخشیدن به فعالیت‌های کشاورزی خود فراهم می‌کند و درآمد بیشتری برای آن‌ها ایجاد می‌کند. در مطالعات انجام‌شده توسط ایاکوویدو و همکاران (۱۹۹۹) و آیارو و کورسالی^۸ (۲۰۱۰)، آن‌ها نتیجه گرفتند که آگروتوریسم باعث شکوفایی مشاغل محلی می‌شود، زیرا تقاضا برای محصولات محلی ایجاد می‌کند، تلاش‌های بازاریابی منطقه‌ای را تقویت می‌کند، ارزش افزوده ایجاد می‌کند و از هزینه‌های واسطه‌های جلوگیری می‌کند، که می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی را متنوع کند و درآمد بیشتری برای جوامع ایجاد کند. سو (۲۰۱۱) از سوی دیگر توانایی آگروتوریسم در افزایش درآمد افراد محلی را برجسته کرده است زیرا تقاضای مداوم برای محصولات محلی ایجاد می‌کند. با این حال، اگرچه آگروتوریسم سهم مثبتی در جوامع دارد، اما تمرکز بیش از حد بر آگروتوریسم منجر به کنار گذاشتن فعالیت‌های کشاورزی خواهد شد (ناسونگ‌حالا و سوموناسوکا، ۲۰۱۲). جیوان، آلن و لپون^۹ (۲۰۰۸) دریافتند که آگروتوریسم می‌تواند هزینه زندگی را افزایش دهد، زیرا قیمت غذا و سایر نیازهای روزانه در پاسخ به افزایش تقاضا برای این اقلام از سوی گردشگران در حال افزایش است. در برخی مناطق، برای برآورده کردن نیازهای ذائقه خارجی، رستوران‌های زنجیره‌ای بزرگ بیشتر به غذای وارداتی وابسته هستند و از این طریق از کسب سود اقتصادی توسط کشاورزان محلی جلوگیری می‌کنند (کیزوس و لوسیفیدس^{۱۰}، ۲۰۰۷). علاوه بر این، برای کاهش هزینه‌های نیروی انسانی، برخی از کارفرمایان کارگران خارجی، به‌ویژه از کشورهای کمتر توسعه‌یافته، را استخدام می‌کنند، زیرا آن‌ها نسبت به افراد محلی حقوق کمتری می‌پذیرند و این منجر به کاهش فرصت‌های شغلی برای افراد محلی شده است که می‌تواند نرخ مهاجرت را افزایش

¹ - Utama

² - Maruti

³ - Pearce

⁴ - Chrysoula et al

⁵ - Chadda and Bhakar

⁶ - NaSongkhla and Sombunsuke

⁷ - Oh and Kurihara

⁸ - Iario and Corsale

⁹ - Jiwan, Alan & Lepun

¹⁰ - Kizos and Loucifidis

دهد (هالدار^۱، ۲۰۰۷). به طور کلی، نتایج تحقیقات پیشین ثابت می کند گردشگری کشاورزی مسیرهای درآمدزای جدید را برای مناطق روستایی باز کرده است، زیرا تقاضا برای محصولات محلی و فرصت‌های شغلی افزایش یافته است. این امر منجر به تنوع در فعالیت‌های اقتصادی در در نواحی روستایی می شود.

از سوی دیگر نتایج تحقیقات اخیر در راستای تحلیل نگرش مردم محلی در خصوص گردشگری کشاورزی که در مناطق روستایی زندگی می کنند، نشان می دهد که این نگرش ها به تقویت بخش گردشگری در آن منطقه کمک می کند (هوچ و وگت، ۲۰۰۸؛ بریدا، اوستی و فاسیولی^۲، ۲۰۱۱؛ زانگ، دنگ و یو^۳، ۲۰۱۳؛ تسفی و ایونو اوبونو^۴، ۲۰۱۳). همچنین علاوه بر درک مردم محلی، بررسی نگرش کشاورزان در خصوص فعالیت های گردشگری و دریافت نظرات آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا آن‌ها مشارکت مستقیم در گردشگری روستایی دارند.

کوک از طرفداران سرسخت رویکرد اجتماع محلی، معتقد است که توسعه گردشگری باید بیشتر از نظر جامعه محلی قابل قبول باشد. وی ضمن تاکید بسیار بر توسعه اجتماعی محلی تا آنجا پیش میرود که بیان می کند جاذبه های محلی گردشگری در یک منطقه را تنها در صورتی می توان تجهیز و فعال کرد که جامعه ی محلی بر آن صحنه گذارد. براساس رویکرد اجتماع محلی، جامعه محلی و نه گردشگران به عنوان نقطه کانونی در برنامه ریزی توسعه ی گردشگری مورد توجه قرار داد (هاشمی و خسروی، ۱۳۹۵).

۲. پیشینه تجربی

گردشگری کشاورزی می تواند هم تأثیرات مثبت و هم منفی بر زمینه اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی (نیکرسون و همکاران^۵، ۲۰۰۱؛ مک گیپی و کیم^۶، ۲۰۰۴؛ تیو و باربیری^۷، ۲۰۱۲؛ سریسومیونگ و مایر^۸، ۲۰۱۵) و بر محیط زیست (تیرایاری و حمزه^۹، ۲۰۱۲؛ یانگ، ۲۰۱۲) داشته باشد. با این حال آگروتوریسم نقش حیاتی برای توسعه جامعه دارد (فلانیگان^{۱۱} و همکاران، ۲۰۱۴). در مطالعه انجام شده در ویتنام توسط لونگ و کایات^{۱۲} (۲۰۱۱)، هوانگ و لی^{۱۳} (۲۰۱۷) مشخص شد که تأثیرات گردشگری بر جامعه و فرهنگ و محیط زیست قوی تر از تأثیر آن بر اقتصاد است. بنابراین، مشارکت جامعه محلی در حمایت از توسعه گردشگری برای دلایل دیگری فراتر از تأثیرات اقتصادی آن است.

از سوی دیگر مورسان^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۶) مطالعه‌ای را در رومانی به منظور سنجش سطح نگرش و برداشت‌های گردشگری روستایی از نگاه ساکنان روستایی در منطقه نور-وست انجام دادند. این تحقیق نشان داد که عامل محیط‌زیستی، مهم‌ترین عامل تبیین کننده برای درک گردشگری روستایی در میان عوامل به دست آمده است. تسفه و ایونو اوبونو^{۱۵} (۲۰۱۳)، در پژوهشی که برای تعیین عوامل انگیزشی گردشگری روستایی انجام شد، مشخص کردند که گردشگری روستایی منافع اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی-فرهنگی زیادی به همراه دارد. در مطالعه دیگری که توسط ژانگ و همکاران (۲۰۱۳) انجام شد، هدف آشکارسازی درک نسبت به توسعه گردشگری روستایی بود. در این مطالعه، برداشت‌های آن‌ها در مورد توسعه گردشگری روستایی به عنوان عوامل اقتصادی، محیط‌زیستی و فرهنگی مثبت ارزیابی شد.

¹ - Haldar

² - Brida, Osti & Faccioli

³ - Zhang, Deng, & Yu

⁴ - Tesfe and Iono Obono

⁵ - Nickerson et al

⁶ - McGehee & Kim

⁷ - Tew & Barbieri

⁸ - Srisomyong and Meyer

⁹ - Tiraeyari and Hamzah

¹⁰ - Yang, 2012

¹¹ - Flanigan et al

¹² - Long & Kayat

¹³ - Huang & Lee

¹⁴ - Morsan et al

¹⁵ - Tsephe and Ionu Oboonu

اسماعیلی زاده و همکاران (۱۳۹۸)، در تحقیقی با موضوع سنجش رفتار مشارکتی جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی شهر سی سخت) به این مهم دست یافتند که به دلیل اهمیت بالای کشاورزی، در سال های اخیر بسیاری از کشورهای جهان اقدام به ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی کرده اند که می تواند به عنوان مکمل فعالیت های کشاورزی، به بهبود وضعیت این بخش، افزایش اشتغال و در پی آن ارتقا سطح اقتصادی جامعه محلی و کاهش بیکاری بیانجامد.

نوروزی و فتحی، ۱۳۹۷ با ارزیابی توانمندی های توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان لنجان به دنبال سنجش میزان پذیرش این ایده در بین کشاورزان و گردشگران بوده اند. نتایج نشان می دهد که بخش کشاورزی شهرستان لنجان پتانسیل های لازم برای توسعه گردشگری کشاورزی را دارد و کشاورزان و گردشگران نیز به طور کلی از این ایده استقبال می کنند.

بوذرجمهری و همکاران، ۱۳۹۹، در تحقیقی با موضوع بررسی ادراکات و تمایل جامعه ی محلی برای مشارکت در توسعه ی گردشگری کشاورزی در شهرستان تربت حیدریه، نشان دادند که کشاورزان محلی به این نوع گردشگری علاقه مند هستند و پتانسیل های خوبی برای رشد آن در منطقه وجود دارد.

شفریل^۱ و همکاران (۲۰۱۴)، در پژوهشی با موضوع درک جامعه ساحلی از تأثیرات اجتماعی-اقتصادی فعالیت های آگروتوریسم در روستاهای ساحلی مالزی: به بررسی تأثیرات اجتماعی-اقتصادی فعالیت های آگروتوریسم در روستاهای ساحلی نمونه به عنوان دهکده چشم انداز ماهیگیری (DWN) در مالزی می پردازد. با این حال، تمرکز این مطالعات اخیر بیشتر بر گردشگران و چالش های انجام فعالیت های آگروتوریسم بوده است و در نتیجه به تأثیرات اجتماعی و اقتصادی توجه کمتری شده است. در مجموع و براساس چهارچوب نظری پژوهش مشخص شد که متغیرهای زمینه ای و ابعاد موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی به شرح شکل ۱ می باشند.



شکل ۱. شاخص های پژوهش

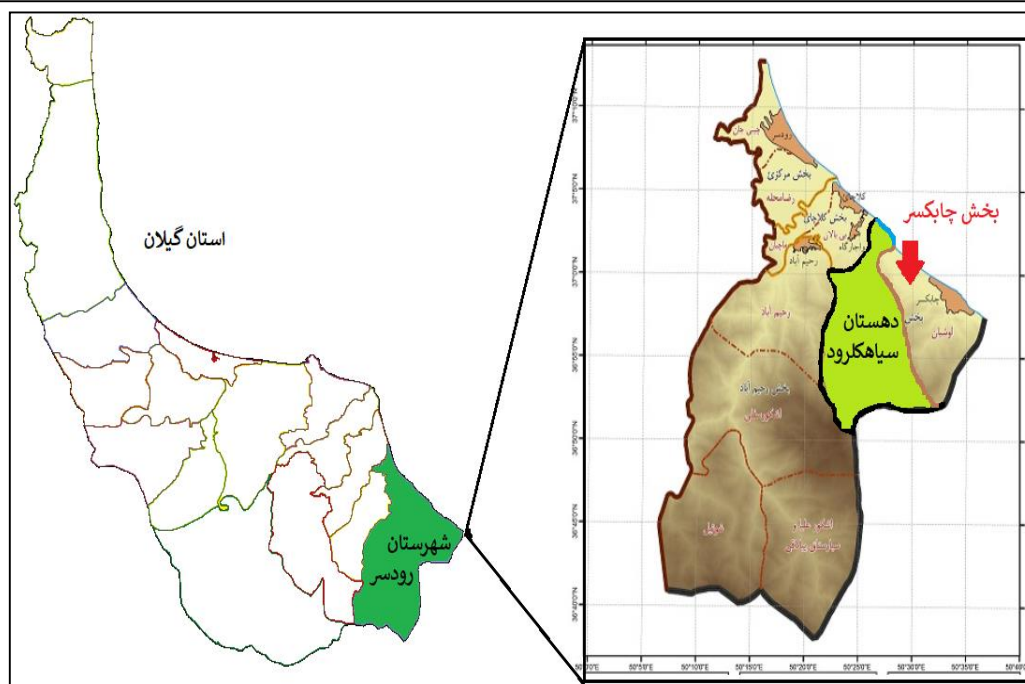
روش شناسی پژوهش

۱. قلمرو جغرافیایی مورد مطالعه

۱-۱. موقعیت جغرافیایی

باتوجه به آخرین تقسیمات کشوری (شکل ۲)، دهستان سیاهکلرود به مرکزیت روستای سیاهکلرود، یکی از دهستانهای تاریخی بخش چابکسر از توابع شهرستان رودسر در استان گیلان است (شناسنامه توسعه روستاهای شهرستان رودسر، فرمانداری رودسر، ۱۳۹۸).

^۱ - Shafril



شکل ۲. موقعیت دهستان سیاهکلرود در شهرستان رودسر

۲-۱. قابلیت های محیطی دهستان سیاهکلرود برای توسعه گردشگری کشاورزی

دهستان سیاهکلرود با دارا بودن باغ مرکبات، کیوی و چای به مساحت ۶۵۷ هکتار، زراعت برنج در ۱۹۸ هکتار از زمین ها، پرورش انواع دام و طیور، زنبورداری، و پرورش گل و گیاه در گلخانه ها، یکی از مناطق با پتانسیل بالا برای توسعه گردشگری کشاورزی است. با توجه به شیوه های سنتی کشت، شرایط آب و هوایی مساعد و خاک حاصلخیز، این دهستان می تواند با ایجاد زیرساخت های مناسب و ارائه برنامه های آموزشی و آگاهی بخشی، به یک مقصد جذاب برای گردشگران علاقه مند به تجربه های کشاورزی و طبیعت گردی تبدیل شود.

جدول ۱. قابلیت های محیطی دهستان سیاهکلرود برای توسعه گردشگری کشاورزی

نوع فعالیت	توضیحات
باغداری	اکثریت روستاهای دهستان سیاهکلرود دارای باغ مرکبات، کیوی یا چای و یا هر سه این موارد هستند. البته گفتنی است که روستای کوهستانی جواهردشت مستثنا از این موضوع است. دهستان سیاهکلرود دارای باغ ها مرکبات، باغ ها کیوی و باغ های چای است که تعداد این باغ ها برابر با ۱۷۳۴ با مساحتی در حدود ۶۵۷ هکتار است. در این دهستان، شیوه ی کشت به صورت سنتی و آبیاری و کاشت باغ ها به صورت دیمی است.
زراعت	در مناطق جلگه ای دهستان سیاهکلرود، زراعت به خصوص زراعت برنج به چشم می خورد. تعداد زمین های زراعی دهستان سیاهکلرود برابر با ۶۰۸ و مساحت آن حدودا ۱۹۸ هکتار است. بیشترین مساحت کاشت برنج مربوط به روستاهای چاپجان، چایخانسر، سیاهکلرود، شاهرامدحله، خشکلات، کل محله، باجیگوا بر است.
دامداری و مرغداری	انواع مختلف طیور در دهستان سیاهکلرود پرورش داده می شوند که عبارت هستند از: انواع طیور مانند مرغ، خروس، غاز، بوقلمون، اردک و جوجه در دهستان سیاهکلرود پرورش داده می شوند. از تعداد دقیق طیور آمار دقیقی در دسترس نیست. انواع دام های سبک و سنگین مانند گاو، گوساله، گوسفند، بره و بز. زنبور عسل نیز در دهستان سیاهکلرود، نگهداری و پرورش داده می شود اما از تعداد کندوها آمار دقیقی در دسترس نیست.
کشت گل و گیاه	۴۷۵ هکتار از اراضی شهرستان رودسر زیر کشت گل و گیاهان زینتی قرار دارد. این شهرستان قطب پرورش گل و گیاهان زینتی استان گیلان است.

نوع فعالیت	توضیحات
صیفی کاری	با توجه به شرایط آب و هوایی مساعد و همچنین خاک حاصلخیز، انواع سبزیجات در منطقه مورد مطالعه رشد می کنند. اکثریت زنان روستایی دهستان سیاهکلرود در محوطه منازل مسکونی و یا در اراضی کشاورزی خود به کاشت، داشت و برداشت انواع صیفی جات مانند انواع سبزیجات، باقلا، لوبیا، خیار، گوجه، سیبزمینی، سیر، پیاز می پردازند تا از این طریق بتوانند مواد غذایی مورد نیاز خود را تولید و مصرف نمایند و مازاد آنان را به فروش برسانند.

۲. داده ها و روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش جمع آوری اطلاعات اسنادی و میدانی با رویکرد کمی و از نظر ماهیت، یک تحقیق توصیفی-تحلیلی است. با توجه به موضوع تحقیق که به دنبال بررسی میزان تمایل و مشارکت جامعه محلی (کشاورزان و روستاییان) ساکن در ۱۸ روستای دهستان سیاهکلرود در توسعه گردشگری کشاورزی است. جامعه آماری در این تحقیق متشکل از ساکنین سکونتگاه های ۱۸ روستای دهستان سیاهکلرود است که براساس سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، دارای ۱۹۴۲ خانوار و جمعیتی بالغ بر ۵۲۴۱ نفر است. برای تکمیل پرسشنامه تمایل جامعه محلی به توسعه گردشگری کشاورزی دهستان سیاهکلرود، با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۵ خانوار از خانوار ساکن در دهستان به عنوان جامعه نمونه انتخاب گردیده اند (لازم به ذکر است که این تعداد با سطح خطای ۵ درصد انتخاب شده است) که در نهایت ۳۸۵ پرسشنامه در سطح روستاهای دهستان سیاهکلرود تکمیل شده است. در این پژوهش سهم هر روستا برای تکمیل پرسشنامه ها با روش تناسب محاسبه گردیده است. ابزار کار این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته بوده که روایی آن براساس نظر خبرگان و پایایی آن از طریق روش آلفای کرونباخ با مقدار ۰/۹۱۷ تایید شد. در نهایت با استفاده از آزمونهای دوجمله ای، فریدمن، همبستگی اسپیرمن، یومن ویتنی و کروسکال والیس در نرم افزار SPSS به تجزیه و تحلیل داده ها و تمایل جامعه محلی و کشاورزان پرداخته شد.

جدول ۲. توزیع فراوانی تعداد پرسشنامه های تکمیل شده تمایل جامعه محلی در هر روستا

نام روستا	فراوانی	درصد فراوانی
خشکلات	۲۱	۵/۵
کل محله	۱۴	۳/۶
چایخانسر	۶۰	۱۵/۶
چایجان	۶۴	۱۶/۶
باجیگواپر	۲۱	۵/۵
خیاط محله	۴۹	۱۲/۷
سراگواپر	۴	۱/۰
شاهمراد محله	۲۴	۶/۲
سیاهکلرود	۴۹	۱۲/۷
پلت کله سر	۵	۱/۳
جور محله	۱۱	۲/۹
خانعله	۴	۱/۰
سجیدان	۳۲	۸/۳
سیاهکش	۶	۱/۶
مرسه	۱۷	۴/۴
ناهارخورلات	۲	۰/۵
تله میان	۲	۰/۵
مجموع خانوار	۳۸۵	۱۰۰

یافته‌های پژوهش

۱. یافته‌های توصیفی

با توجه به اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه موجود، تعداد پاسخگویان (جامعه محلی شامل روستاییان و کشاورزان) به این پرسشنامه ۳۸۵ خانوار است که این تعداد شامل ۱۲۸ نفر زن (۳۳/۲ درصد) و ۲۵۷ نفر مرد (۶۶/۸ درصد) می‌باشد. از نظر تاهل از مجموع این تعداد، ۲۹۸ نفر متأهل (۷۷/۴ درصد) و ۸۷ نفر مجرد (۲۲/۶ درصد) بوده و که در روستاهای خشکلات، کل محله، چایخانسر، چایجان، باجگیاور، خیاط، محله، سراگواور، شاهمردمحل، سیاهکلرود، پلت کله سر، جورمحل، خانعله، سجیدان، مجموع، مرسه، ناهارخورلات، سیاهکش، میان، و تله تکمیل شده اند. از نظر گروه سنی به ۴ گروه سنی طبقه بندی شده‌اند. با توجه به آمار بدست آمده بیشترین تعداد پاسخگویان به این پرسشنامه، مربوط به گروه سنی ۵۱ سال به بالا با فراوانی ۱۶۵ و درصد فراوانی ۴۲/۹ هستند. در رتبه بعدی، گروه سنی تا ۳۰ سال با فراوانی ۸۵ و درصد فراوانی ۲۲/۱ قرار دارد. همچنین در مراتب بعدی، گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال با فراوانی ۷۷ (۲۰ درصد) و گروه سنی ۴۱ تا ۵۰ سال با فراوانی ۵ (۱/۵ درصد) قرار دارند. از نظر سطح تحصیلات پاسخگویان این پرسشنامه به ۵ دسته تقسیم بندی شده است. زیردیپلم و دیپلم، کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری ۵ گروه تعیین شده در این پرسشنامه هستند. با توجه به آمار بدست آمده سطح تحصیلات زیردیپلم و دیپلم با فراوانی ۲۰۸ نفر (۵۴ درصد) بیشترین جامعه آماری ما را به خود اختصاص داده‌اند. در مرتبه بعدی، سطح تحصیلات کارشناسی با فراوانی ۱۲۷ نفر (۳۳ درصد) جامعه آماری این پرسشنامه را تشکیل می‌دهد. همچنین سطح تحصیلات کاردانی با فراوانی ۳۱ نفر (۸/۱ درصد)، سطح تحصیلات کارشناسی ارشد با فراوانی ۱۷ نفر (۴/۴ درصد) و سطح دکتری با فراوانی ۲ نفر (۰/۵ درصد) به ترتیب در رتبه‌های بعدی جای دارند. همچنین از نظر شاخص دارا بودن یک فضای کشاورزی با توجه به اطلاعات بدست آمده از پرسشنامه ۳۴۸ نفر (۹۰/۴ درصد) از جامعه آماری این پژوهش، دارای یک فضای کشاورزی اعم از باغ ها، مزارع، دامداری، زنبورداری و غیره هستند و فقط تعداد ۳۷ نفر (۹/۶ درصد) از جامعه آماری دارای یک فضای کشاورزی نیستند. دلیل حضور این گروه از روستاییان به جهت بررسی و مطالعه تمایل همه افراد ساکن در روستا و مشاغل مختلف است. چراکه این افراد نیز تامین کننده برخی از نیازهای گردشگران کشاورزی می باشند.

۱-۱. بررسی نگرش جامعه محلی نسبت به مولفه گردشگری کشاورزی

با استفاده از اطلاعات و آمار بدست آمده از پرسشنامه مذکور، حدوداً ۸۵ درصد از افراد جامعه محلی به درستی با گردشگری کشاورزی آشنایی ندارند. شاید بتوان گفت دلیل آشنا نبودن جامعه محلی با این نوع گردشگری، پایین بودن سطح سواد و یا نبود آموزش های لازم در این حوزه است. با در نظرگیری این موضوع، چون جامعه محلی با گردشگری کشاورزی آشنایی زیادی ندارند به همین دلیل علاقمندی زیادی به فعالیت در این حوزه نشان نداده‌اند؛ شاید اگر جامعه محلی با گردشگری کشاورزی آشنایی کاملی پیدا کنند درصد علاقمندی آنان به فعالیت در حوزه گردشگری کشاورزی افزایش می‌یابد. اما با این وجود نزدیک به ۸۰ درصد افراد تقریباً علاقمند هستند که گردشگران وارد روستای آنان شوند و یک روز یا بیشتر در آنجا اقامت نمایند اما فقط تقریباً ۳۳ درصد از افراد جامعه محلی تمایل دارند که گردشگران در منزل آنان اقامت نمایند و حدود ۶۷ درصد از جامعه محلی تمایل ندارند تا گردشگران در منزل آنان اقامت نمایند. به احتمال خیلی زیاد علت پایین بودن این درصد، حفظ حریم شخصی افراد جامعه محلی از زندگی خودشان است. از جامعه محلی سوال پرسیده شد که به چه میزان تمایل دارید تا گردشگران با اجازه شما وارد باغ ها و مزارع شما شوند؛ با توجه به آمار ۸۰ درصد از افراد جامعه محلی با نظرات متوسط تا خیلی زیاد، تمایل داشتند که گردشگران با اجازه آنان وارد باغ ها یا مزارعشان شوند.

از جامعه محلی سوال پرسیده شد که میزان تمایل شما نسبت به وارد شدن گردشگران به باغ ها و مزارع شما برای گردش، استراحت، عکاسی همراه با پرداخت هزینه، به چه اندازه است؛ طبق آمار حدوداً ۹۲ درصد از افراد جامعه محلی تقریباً تمایل داشتند که گردشگران با پرداخت هزینه از باغ ها و مزارع آنان بازدید کنند. می‌توان گفت بدست آمدن همچنین درصد بالایی ریشه در مسائل اقتصادی دارد. حدوداً ۹۴ درصد از افراد جامعه محلی تمایل دارند که به صورت مستقیم، محصولات زراعی و باغی خود را به

گردشگران بفروشند. شاید علت اصلی این باشد که باتوجه به وجود واسطه‌ها، درآمد پایینتری نصیب کشاورزان می‌شود. در کنار محصولات زراعی و باغی، حدود ۷۵ درصد از جامعه محلی تمایل دارند تا محصولات دامی و لبنی خود را به صورت مستقیم و بدون واسطه به گردشگران بفروشند. با در نظرگیری آمار، جامعه محلی با نظرات بین متوسط تا خیلی زیاد حدود ۷۴ درصد تمایل دارند تا به دریافت هزینه شیوه فعالیت‌های کشاورزی و دامداری را به گردشگران آموزش دهند. این تمایل می‌تواند ناشی از مباحث اقتصادی و یا علاقمندی جامعه محلی به آموزش شیوه فعالیت‌های کشاورزی و دامداری باشد. همچنین از جامعه محلی سوال پرسیده شد که به نظر شما استفاده از باغ‌ها و مزارع کشاورزی با هدف گردشگری، به چه میزان باعث افزایش درآمد و بهبود وضع اقتصادی و در نهایت افزایش رفاه عمومی می‌گردد؛ با توجه به آمار بدست آمده جامعه محلی اینگونه پاسخ دادند که، (۱۴/۳ درصد) خیلی زیاد، (۲۳/۹ درصد) زیاد، (۴۰/۳ درصد) متوسط، (۱۶/۱ درصد) کم و (۵/۵ درصد) خیلی کم گردشگری کشاورزی سبب بهبود وضع اقتصادی و افزایش رفاه عمومی می‌گردد.

جدول ۳. میانگین و انحراف معیار گویه‌های موردسنجش

شاخص‌ها	گویه‌ها	میانگین	انحراف معیار
اجتماعی	به چه میزان با گردشگری کشاورزی آشنایی دارید؟	۲/۴۲	۱/۰۶۷
	به چه میزان علاقمند هستید تا در حوزه گردشگری کشاورزی فعالیت نمایید؟	۲/۶۰	۱/۱۰۷
	شما به چه میزان تمایل به ورود گردشگران به روستای محل سکونت خود را دارید؟	۳/۳۰	۰/۹۳۴
	میزان رضایت شما از ورود گردشگران به روستای محل سکونت به چه اندازه است؟	۳/۲۶	۰/۹۶۹
	به چه میزان تمایل دارید که گردشگران یک روز یا بیشتر در روستای شما اقامت کنند؟	۳/۴۴	۱/۰۴۵
	به چه میزان تمایل دارید تا گردشگران در منزل شما اقامت نمایند؟	۲/۰۸	۱/۱۰۴
	به چه میزان تمایل دارید تا گردشگران با اجازه شما، وارد باغ‌ها یا مزارع شما شوند؟	۳/۳۰	۱/۰۵۲
اقتصادی	به نظر شما، تمایل و نقش جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی به چه میزان است؟	۳/۳۹	۱/۱۳۰
	میزان تمایل شما نسبت به وارد شدن گردشگران به باغ‌ها و مزارع شما برای گردش، استراحت، عکاسی همراه با پرداخت هزینه، به چه اندازه است؟	۳/۸۳	۰/۹۶۹
	میزان تمایل شما به فروش محصولات زراعی و باغی به صورت مستقیم و بدون واسطه به گردشگران، چقدر است؟	۴/۰۵	۰/۹۲۱
	میزان تمایل شما برای فروش محصولات دامی و لبنی به گردشگران به چه میزان است؟	۳/۴۳	۱/۲۵۹
	میزان تمایل شما به آموزش شیوه فعالیت‌های کشاورزی و دامداری به گردشگران با دریافت هزینه به چه اندازه است؟	۳/۲۱	۱/۱۶۹
	به نظر شما استفاده از باغ‌ها و مزارع کشاورزی با هدف گردشگری، به چه میزان باعث افزایش درآمد و بهبود وضع اقتصادی و در نهایت افزایش رفاه عمومی می‌گردد؟	۳/۲۵	۱/۰۶۲
	میزان تمایل شما به اختصاص بخشی از خانه یا اتاق‌های اضافه برای اقامت گردشگران چقدر است؟	۲/۸۰	۱/۱۵۵
خدمات و تسهیلات زیرساختی	در صورت اقامت گردشگران در منزل شما، به چه میزان تمایل دارید تا خدمات مورد نیاز آنها از قبیل تهیه غذا و پذیرایی را به گردشگران ارائه دهید؟	۲/۶۸	۱/۲۲۰
	به چه میزان تمایل دارید که در مزارع و باغ‌ها شما، کمپ‌های گردشگری برای تفریح و اقامت گردشگران احداث شود؟	۳/۱۲	۱/۱۸۱
فعالیت‌های گردشگری کشاورزی	به نظر شما فعالیت‌های کشاورزی دهستان سیاهکلرود تا چه اندازه می‌تواند به عنوان یکی از جاذبه‌های گردشگری مورد بازدید گردشگران قرار گیرد؟	۳/۸۸	۰/۹۱۴
	باغ‌ها مرکبات و چای و مزارع برنج تا چه میزان می‌توانند در توسعه گردشگری کشاورزی دهستان نقش داشته باشند؟	۴/۱۰	۰/۸۶۰
	به غیر از باغ‌ها و مزارع، دیگر فعالیت‌ها از قبیل دامداری، زنبورداری، پرورش گل و گیاه، صیفی‌کاری، پرورش طیور، صیادی و غیره، به چه میزان در توسعه گردشگری کشاورزی نقش دارند؟	۳/۸۹	۰/۹۴۷
	میزان تمایل شما برای مشارکت گردشگران در کاشت و پرورش محصولات کشاورزی شما بدون دریافت دستمزد، به چه اندازه است؟	۳/۴۳	۱/۰۴۸
	میزان تمایل شما برای مشارکت گردشگران در برداشت محصولات کشاورزی شما بدون دریافت دستمزد، به چه اندازه است؟	۳/۶۸	۱/۱۱۰

شاخص ها	گویه ها	میانگین	انحراف معیار
	میزان تمایل شما به ورود گردشگران به محل نگهداری دام و طیور و مشارکت آنان در فعالیتهای مختلف مرتبط به دام و طیور به چه میزان است؟	۲/۹۲	۱/۰۹۹
	میزان تمایل شما به آموزش نحوه نگهداری و پرورش دام و همچنین آموزش تولید لبنیات و محصولات دامی به گردشگران به چه اندازه است؟	۲/۸۲	۱/۱۰۲
	میزان تمایل شما به بازدید گردشگران از کندوهای زنبور عسل و آموزش و مشارکت در نحوه تولید عسل، به چه اندازه است؟	۲/۸۳	۱/۱۶۱
	میزان تمایل شما به برگزاری جشنوارههای کاشت، داشت و برداشت محصولات باغی و زراعی و همچنین جشنوارههای فعالیتهای دامی و غیره، به چه اندازه است؟	۳/۹۸	۰/۹۴۲
	میزان تمایل شما به برگزاری جشنوارههای غذاها و آداب و رسوم محلی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات باغی، زراعی، دامی و غیره، به چه اندازه است؟	۴/۰۰	۰/۹۸۷

در شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی، حدوداً ۵۹ درصد از افراد جامعه محلی تمایل دارند که بخشی از خانه یا اتاقهای اضافه خانه خود را برای اقامت گردشگران به آنان اختصاص دهند و هزینه را از آنان دریافت نمایند و حدوداً ۴۱ درصد از جامعه محلی تمایل ندارند تا بخشی از خانه یا اتاقهای اضافه خود را به گردشگران اختصاص دهند؛ احتمالاً این درصد از افراد تمایل ندارند که افراد غریبه و ناشناس وارد حریم خانه آنان شوند. همچنین تقریباً ۵۵ درصد از جامعه محلی تمایل دارند که در صورت اقامت گردشگران در منزل آنان، خدمات مورد نیاز از جمله تهیه غذا و پذیرایی از گردشگران را انجام دهند و تقریباً ۴۵ درصد از افراد جامعه محلی تمایل ندارند تا خدمات پذیرایی از گردشگران را انجام دهند. با توجه به آمار، درصدهای تمایل به اقامت در بخشی از منزل و یا اتاقهای اضافی با انجام خدمات پذیرایی از گردشگران، باهم برابر هستند. همچنین ۷۴ درصد از افراد جامعه محلی تقریباً تمایل دارند تا در مزارع و باغ های آنان، کمپهای گردشگری برای تفریح و اقامت گردشگران احداث شود و ۲۶ درصد از افراد اصلاً تمایل و علاقه ای به این موضوع ندارند. با توجه به این آمار می توان نتیجه گرفت که جامعه محلی علاقمند هستند تا گردشگران وارد مزارع و باغ های آنان شوند تا هم بتوانند محصولات خود را بدون واسطه به گردشگران بفروشند و هم از ورود، اقامت و پذیرایی از گردشگران درآمد کسب نمایند؛ باید گفت به احتمال زیاد این مبحث هم جنبه اقتصادی دارد.

از نظر جامعه محلی فعالیتهای کشاورزی تا حدوداً ۹۴ درصد می توانند به عنوان یکی از جاذبه های مورد بازدید گردشگران قرار گیرند؛ زیرا دهستان سیاهکلرود باغ ها، مزارع، دامداری و بسیاری دیگر از فعالیتهای کشاورزی و دامداری را در خود جای داده است و به همین علت است که جامعه محلی با درصد بالا این موضوع را تأیید کرده اند. با توجه به آمار، ۸۲ درصد از جامعه محلی تمایل دارند تا گردشگران در فعالیتهای کاشت و پرورش محصولات کشاورزی بدون دریافت دستمزد با آنان مشارکت نمایند. شاید علت این تمایل بالا فراهم آمدن نیروی کار و انجام شدن فعالیتهای کشاورزی بدون پرداخت هزینه باشد. همچنین فقط ۱۸ درصد از جامعه محلی تمایل به این کار ندارند. در ضمن حدوداً ۸۶ درصد از جامعه محلی تمایل دارند که گردشگران بدون دریافت دستمزد در برداشت محصولات به کشاورزان کمک نمایند. همچنین درصد بسیار بالایی از جامعه محلی تمایل دارند که گردشگران وارد محل نگهداری دام و طیور شوند و در فعالیتهای مرتبط با آنان مشارکت نمایند و در این زمینه آموزش های لازم را ببینند. در ضمن ۶۳ درصد از افراد جامعه محلی تقریباً تمایل دارند تا گردشگران از کندوهای زنبور عسل بازدید نمایند و آموزش های لازم و نحوه تولید عسل را مشاهده نمایند. همچنین ۹۶ درصد از جامعه محلی تمایل دارند تا جشنواره های کاشت، داشت و برداشت محصولات باغی و زراعی و همچنین جشنواره های مربوط با فعالیتهای دامی و غیره برگزار گردد و ۹۳ درصد تمایل دارند تا جشنواره های غذا، آداب و رسوم محلی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات باغی، زراعی، دامی و غیره برگزار گردد.

در مجموع و در میان چهار شاخص پژوهش حاضر، شاخص اقتصادی با میانگین ۳/۵۶ بالاترین میانگین و شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی با میانگین ۲/۸۷ پایین ترین میانگین را دارا می باشند. شاخص فعالیتهای گردشگری کشاورزی دارای میانگین ۳/۵۵ و شاخص اجتماعی دارای میانگین ۲/۹۷ می باشند. گویه های شاخص اقتصادی دارای میانگین بالاتر از حد متوسط می باشد و حتی گویهی تمایل به فروش محصولات زراعی و باغی به صورت مستقیم و بدون واسطه، میانگینی برابر با ۴/۰۵ دارد. بالا بودن میانگین شاخص اقتصادی نشان از این موضوع دارد که جامعه محلی و کشاورزان تمایل دارند تا درآمد حاصل از فعالیتهای

کشاورزی خود را افزایش دهند؛ به همین منظور علاقمند هستند تا به واسطه توسعه گردشگری کشاورزی وضعیت اقتصادی و درآمدی خود را مرتفع سازند. در طرف دیگر؛ شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی میانگینی پایین تر از حد متوسط دارد. در میان گویه‌های شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی تنها یک گویه میانگین بالای حد متوسط دارد و بقیه گویه‌ها پایینتر از حد متوسط قرار دارند. شاید دلیل پایین بودن میانگین این شاخص این باشد که جامعه محلی تمایل متوسطی به اختصاص بخشی از خانه یا اتاق‌های اضافه خود برای اقامت گردشگران و تهیه غذا و پذیرایی برای آنان را دارند که این موضوع می‌تواند ریشه در حفظ حریم شخصی خانواده و عدم تمایل به ورود افراد ناشناس به منزل شخصی افراد جامعه محلی باشد.

۲. یافته‌های استنباطی

از سوی دیگر برای بررسی میزان تمایل و یا عدم تمایل جامعه محلی نسبت به حمایت و مشارکت در توسعه فعالیت های گردشگری کشاورزی در دهستان سیاهکلرود از آزمون های آماری استفاده شد که در ابتدا و به منظور سنجش نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون های چولگی، کشیدگی، و آزمون کولموگروف اسمیرنوف استفاده شد. براساس نتایج آزمون های مذکور در جدول (۴) مشخص شد که داده‌ها از سطح توزیع نرمالی برخوردار نبوده به این خاطر از آزمونهای ناپارامتریک جهت تحلیل داده‌ها استفاده شد.

جدول ۴. آزمون نرمال بودن توزیع داده‌ها

ردیف	شاخص‌ها	آزمون کولموگروف_ اسمیرنوف	ضرایب	
			چولگی	کشیدگی
۱	اجتماعی	۰/۰۳۹	۰/۰۴۰	-۰/۳۸۵
۲	اقتصادی	۰/۰۰۰	-۰/۳۵۲	-۰/۵۱۳
۳	خدمات و تسهیلات زیرساختی	۰/۰۰۰	۰/۰۰۹	-۰/۷۲۷
۴	فعالیت‌های گردشگری کشاورزی	۰/۰۰۲	-۰/۳۴۴	-۰/۳۶۲
۵	کل	۰/۰۴۸	-	-

ابتدا و به منظور سنجش وضعیت مولفه های ابعاد مورد سنجش در جامعه مورد مطالعه از آزمون دوجمله‌ای (Binomial) که یک از آزمون‌های ناپارامتریک است، برای بررسی وجود یا عدم وجود یک متغیر در جامعه است پرداخته شد. در این آزمون کلیه افراد نمونه به دو گروه ۱ و ۲ براساس پاسخ خود که بالاتر یا پایینتر از حد متوسط یعنی ۳ می باشند تقسیم می شوند. با توجه به اطلاعات بدست آمده در جدول (۵)، مشخص شد که در شاخص اجتماعی ۴۵ درصد از پاسخگویان بیش از حد متوسط به توسعه گردشگری کشاورزی تمایل داشته‌اند و ۵۵ درصد کمتر از حد متوسط، تمایل زیادی به توسعه گردشگری کشاورزی نشان نداده‌اند. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته شاید بتوان گفت که عدم آشنایی کافی جامعه محلی با گردشگری کشاورزی و نحوه فعالیت در آن سبب شده است تا درصد تمایل در شاخص اجتماعی کاهش یابد. اما در شاخص اقتصادی ۷۰ درصد از پاسخگویان بیش از حد متوسط به توسعه گردشگری کشاورزی تمایل نشان داده‌اند و تنها ۳۰ درصد از پاسخگویان کمتر از حد متوسط به توسعه گردشگری کشاورزی تمایل نشان داده‌اند. با توجه به اینکه توسعه گردشگری کشاورزی و ورود گردشگران به دهستان موردنظر با ورود سرمایه همراه است به همین دلیل جامعه محلی برای ورود گردشگران به باغ ها و مزارع خود همراه با پرداخت هزینه و یا فروش محصولات کشاورزی و دامی به صورت مستقیم و بدون واسطه به گردشگران و غیره تمایل بالایی نشان داده‌اند تا از این طریق بتوانند درآمد حاصل از فعالیت‌های کشاورزی و دامپروری خود را افزایش دهند. در شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی ۴۱ درصد از پاسخگویان بیش از حد متوسط تمایل به توسعه داشته‌اند و ۵۹ درصد تمایل به توسعه ندارند زیرا درصد بالایی از جامعه محلی تمایل نداشتند تا گردشگران در بخشی از خانه یا اتاق‌های اضافه آنان اقامت نمایند. در شاخص فعالیت‌های گردشگری کشاورزی ۷۲ درصد بیش از حد متوسط به توسعه گردشگری کشاورزی تمایل داشته‌اند و فقط ۲۸ درصد از پاسخگویان کمتر از حد متوسط به توسعه تمایل نشان نداده‌اند. بالاترین میزان تمایل مربوط به شاخص فعالیت‌های گردشگری کشاورزی با ۷۲ درصد تمایل بیش از حد متوسط و کمترین تمایل مربوط به شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی با ۴۱ درصد تمایل بیش از حد متوسط

است. در نهایت و در حالت کلی جامعه محلی دهستان سیاهکلرود ۶۱ درصد بیش از حد متوسط به توسعه گردشگری کشاورزی تمایل نشان داده‌اند و تنها ۳۹ درصد کمتر از حد متوسط تمایل کمی به توسعه گردشگری کشاورزی نشان داده‌اند.

جدول ۵. آزمون دوجمله‌ای برای شاخص‌های پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی	درصد	فراوانی مورد انتظار	معداری برای فراوانی مورد انتظار
اجتماعی	گروه اول	≤ 3	۲۱۳	۰/۵۵	۰/۰۴۱
	گروه دوم	> 3	۱۷۲	۰/۴۵	
	جمع		۳۸۵	۱/۰۰	
اقتصادی	گروه اول	≤ 3	۱۱۴	۰/۳۰	۰/۰۰۰
	گروه دوم	> 3	۲۷۱	۰/۷۰	
	جمع		۳۸۵	۱/۰۰	
خدمات و تسهیلات زیرساختی	گروه اول	≤ 3	۲۲۶	۰/۵۹	۰/۰۰۱
	گروه دوم	> 3	۱۵۹	۰/۴۱	
	جمع		۳۸۵	۱/۰۰	
فعالیت‌های گردشگری کشاورزی	گروه اول	≤ 3	۱۰۸	۰/۲۸	۰/۰۰۰
	گروه دوم	> 3	۲۷۷	۰/۷۲	
	جمع		۳۸۵	۱/۰۰	
کل	گروه اول	≤ 3	۱۵۲	۰/۳۹	۰/۰۰۰
	گروه دوم	> 3	۲۳۳	۰/۶۱	
	جمع		۳۸۵	۱/۰۰	

از سوی دیگر و به منظور رتبه بندی براساس جایگاه ابعاد چهارگانه در ارتباط با تمایل و مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی بر مبنای آزمون فریدمن مشخص شد که مقدار مجذور کای دو بدست آمده در جدول (۶) برابر با ۴۷۱/۶۳۶ و درجه آزادی یا همان df برابر با ۳ و سطح معناداری ۰/۰۰ است. نتایج حاصل از رتبه‌بندی شاخص‌های پژوهش با آزمون فریدمن نشان می‌دهد که به ترتیب شاخص فعالیت‌های گردشگری کشاورزی با میانگین رتبه‌ای ۳/۲۱، شاخص اقتصادی با میانگین رتبه‌ای ۳/۱۹، شاخص اجتماعی با میانگین رتبه‌ای ۱/۸۵ و شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی با میانگین رتبه‌ای ۱/۷۵ قرار دارند.

جدول ۶. نتایج رتبه‌بندی آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی شاخص‌ها

رتبه	شاخص‌ها	میانگین رتبه‌ای
۱	فعالیت‌های گردشگری کشاورزی	۳/۲۱
۲	اقتصادی	۳/۱۹
۳	اجتماعی	۱/۸۵
۴	خدمات و تسهیلات زیرساختی	۱/۷۵
	کای دو	۴۷۱/۶۳۶
	درجه آزادی	۳
	سطح معناداری	۰/۰۰۰

از سوی دیگر و به منظور سنجش میزان همبستگی بین ابعاد چهارگانه از ضرایب همبستگی استفاده شد که میزان وابستگی را به صورت استاندارد نمایش می‌دهد. معمولاً ضرایب همبستگی باید در بازه -۱ تا +۱ باشند. هر اندازه مقدار این ضرایب‌ها به یک نزدیک‌تر باشند، میزان وابستگی بین متغیرها بیشتر است و بالعکس. بر اساس نتایج آزمون اسپیرمن که در جدول بالا آمده است، بین تمام شاخص‌ها رابطه معناداری مشاهده می‌شود و تمام شاخص‌ها دارای رابطه معنادار بایکدیگر هستند. طبق نتایج بدست

آمده بین تمامی شاخص‌ها همبستگی مثبت مشاهده می‌شود. همچنین لازم به ذکر است تمامی شاخص‌ها از همبستگی بالایی برخوردار هستند. این همبستگی به این معنا است که افزایش در یک شاخص موجب افزایش در شاخص دیگر می‌گردد (جدول ۷).

جدول ۷. نتایج آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن کل شاخص‌ها

شاخص فعالیت‌های گردشگری کشاورزی	شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی	شاخص اقتصادی	شاخص اجتماعی		
۰/۷۴۹	۰/۷۸۷	۰/۷۹۵	۱/۰۰۰	ضریب همبستگی	شاخص اجتماعی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	.	معناداری	
۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	تعداد	
۰/۸۱۷	۰/۷۶۰	۱/۰۰۰	۰/۷۹۵	ضریب همبستگی	شاخص اقتصادی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	.	۰/۰۰۰	معناداری	
۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	تعداد	
۰/۷۵۷	۱/۰۰۰	۰/۷۶۰	۰/۷۸۷	ضریب همبستگی	شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی
۰/۰۰۰	.	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	معناداری	
۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	تعداد	
۱/۰۰۰	۰/۷۵۷	۰/۸۱۷	۰/۷۴۹	ضریب همبستگی	شاخص فعالیت‌های گردشگری کشاورزی
.	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	معناداری	
۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	۳۸۵	تعداد	

از سوی دیگر به بررسی میزان ارتباط بین شاخص‌های زمینه‌ای با نگرش جامعه محلی در خصوص تمایل و مشارکت در توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی از آزمون یومن ویتنی که یک آزمون مقایسه‌ای و جزء آزمون‌های ناپارامتریک برای مقایسه نمره‌های یک متغیر در بین دو گروه است، استفاده شد. در این خصوص ابتدا بین ارتباط بین جنسیت و نگرش به مشارکت و حمایت از فعالیت‌های گردشگری کشاورزی مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به نتایج آزمون یومن ویتنی برای جنسیت، وضعیت تاهل و دارا بودن فضای کشاورزی پاسخگویان که در جدول (۸) قابل مشاهده است، میانگین رتبه‌ای زنان از مردان بیشتر و برابر ۱۹۹/۶۴ است. یومن ویتنی برابر ۱۵۵۹۸/۰۰۰ و همچنین سطح معنی داری ۰/۰۰۴ است. با توجه به نمره معناداری که کمتر از ۰/۰۵ است می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری در تمایل زنان و مردان به توسعه گردشگری کشاورزی در دهستان سیاهکلرود وجود دارد. از سوی دیگر با توجه به نتایج آزمون یومن ویتنی برای وضعیت تاهل پاسخگویان، میانگین رتبه‌ای مجردها از متأهل‌ها بیشتر و برابر ۲۰۷/۳۲ است. یومن ویتنی برابر ۱۱۷۱۷/۵۰۰ و همچنین سطح معنی داری ۰/۱۷۳ است. با توجه به نمره معناداری که بیشتر از ۰/۰۵ است می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری در تمایل متأهل‌ها و مجردها به توسعه گردشگری کشاورزی در دهستان سیاهکلرود وجود ندارد. همچنین میانگین رتبه‌ای افرادی که دارای یک فضای کشاورزی هستند از کسانی که این فضا را ندارند، بیشتر و برابر با عدد ۱۹۸/۹۷ است. یومن ویتنی آن ۴۳۶۰/۵۰۰ است و همچنین سطح معناداری برابر با ۰/۰۰۱ است. پس در نتیجه بین کسانی که فضای کشاورزی دارند و کسانی که این فضا را ندارند، تفاوت معناداری در تمایل آنها به توسعه وجود دارد.

جدول ۸. نتایج آزمون یومن ویتنی برای جنسیت، تاهل و دارا بودن فضای کشاورزی پاسخگویان

وضعیت مورد بررسی	تعداد	میانگین رتبه‌ای	یومن ویتنی	معناداری
جنسیت	زن	۱۲۸	۱۹۹/۶۴	۰/۰۰۴
	مرد	۲۵۷	۱۸۹/۶۹	
وضعیت تاهل	متاهل	۲۹۸	۱۸۸/۸۲	۰/۱۷۳
	مجرد	۸۷	۲۰۷/۳۲	
دارا بودن فضای کشاورزی	بله	۳۴۸	۱۹۸/۹۷	۰/۰۰۱
	خیر	۳۷	۱۳۶/۸۵	

در ادامه به منظور سنجش نگرش افراد در گروه‌های مختلف و کشف میزان تفاوت و یا عدم تفاوت از آزمون کروسکال والیس که یک آزمون مقایسه‌ای و ناپارامتریک بوده برای مقایسه نمره‌های یک متغیر در بین سه گروه یا بیشتر استفاده می‌شود، استفاده شد. با توجه به اطلاعات بدست آمده از نتایج آزمون کروسکال والیس، بیشترین میانگین رتبه‌ای با میانگین $227/12$ مربوط به گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال است و کمترین میانگین رتبه‌ای با میانگین $178/11$ مربوط به گروه سنی ۵۱ سال به بالا است. نتیجه آزمون کروسکال والیس عددی برابر با $11/251$ است و سطح معناداری $0/010$ است. با توجه به اینکه مقدار معناداری کمتر از $0/05$ است می‌توان نتیجه گرفت که در بین گروه‌های سنی تفاوت معناداری وجود دارد (جدول ۹). همچنین بالاترین میانگین رتبه‌ای برای میزان تحصیلات با میانگین $237/32$ مربوط به کارشناسی ارشد و پایین‌ترین آن با میانگین $170/95$ مربوط به زیردیپلم و دیپلم است. نتیجه آزمون کروسکال والیس برابر با $18/510$ است و سطح معناداری برابر با $0/001$ است. چون سطح معناداری از $0/05$ کمتر است پس می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری بین گروه‌های میزان تحصیلات وجود دارد. از سوی دیگر، بالاترین میانگین رتبه‌ای برای نوع اشتغال با میانگین $237/36$ مربوط به دانشجو است و پایین‌ترین میانگین رتبه‌ای با میانگین $181/83$ مربوط به شغل آزاد است. نتیجه آزمون کروسکال والیس برابر با $6/710$ است و سطح معناداری برابر با $0/152$ است. چون سطح معناداری از $0/05$ بیشتر است پس می‌توان نتیجه گرفت که تفاوت معناداری بین گروه‌های شغلی وجود ندارد.

جدول ۹. نتایج آزمون کروسکال والیس برای گروه سنی، تحصیلات و اشتغال پاسخگویان

وضعیت مورد بررسی	تعداد	میانگین رتبه‌ای	کروسکال والیس	معناداری
گروه سنی	تا ۳۰ سال	۸۵	$11/251$	$0/010$
	۳۱ تا ۴۰ سال	۷۷		
	۴۱ تا ۵۰ سال	۵۸		
	۵۱ سال به بالا	۱۶۵		
میزان تحصیلات	زیردیپلم و دیپلم	۲۰۸	$18/510$	$0/001$
	کاردانی	۳۱		
	کارشناسی	۱۲۷		
	کارشناسی ارشد	۱۷		
	دکتری	۲		
اشتغال	آزاد	۱۳۷	$6/710$	$0/152$
	کشاورز	۹۴		
	دانشجو	۱۱		
	دولتی	۷۰		
	سایر	۷۳		

بحث

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که توسعه گردشگری کشاورزی در دهستان سیاهکلرود تحت تأثیر عوامل متعددی از جمله مسائل اقتصادی، اجتماعی، سن، سطح تحصیلات، نوع اشتغال و دارا بودن فضای کشاورزی قرار دارد. یافته‌های این تحقیق با نتایج تحقیقات پیشین در این حوزه همسو است. اسمیت و اندرسون (۲۰۲۰) و براون و همکاران (۲۰۲۱) نیز تأکید کرده‌اند که گردشگری کشاورزی نه تنها به عنوان یک منبع درآمدی مکمل برای کشاورزان عمل می‌کند، بلکه به حفظ و ارتقای فرهنگ و سنت‌های محلی نیز کمک می‌نماید. در این پژوهش نیز شاخص‌های اقتصادی و فعالیت‌های گردشگری کشاورزی بالاترین رتبه‌ها را در بین شاخص‌ها به خود اختصاص داده‌اند که نشان‌دهنده اهمیت این دو بعد در دیدگاه جامعه محلی است. این نتایج با یافته‌های گارسیا و رودریگز (۲۰۲۲) همخوانی دارد که بیان می‌کنند کشاورزان به دلیل امکان تنوع‌بخشی به منابع درآمدی و کاهش وابستگی به فعالیت‌های کشاورزی سنتی، به توسعه گردشگری کشاورزی گرایش دارند.

از سوی دیگر، پایین‌ترین رتبه به شاخص خدمات و تسهیلات زیرساختی اختصاص دارد که می‌تواند به دلیل تمایل کمتر جامعه محلی به پذیرش گردشگران در منازل شخصی خود باشد. این یافته با نتایج تحقیق مارتینز و لی (۲۰۲۴) همسو است که نشان

می‌دهند وجود زیرساخت‌های مناسب و حمایت‌های دولتی نقش کلیدی در افزایش تمایل جامعه محلی به مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی دارد. در این پژوهش نیز مشخص شد که بهبود زیرساخت‌ها و ارائه آموزش‌های لازم به جامعه محلی می‌تواند به افزایش تمایل آن‌ها به مشارکت در این حوزه کمک کند.

همچنین، یافته‌های این پژوهش نشان داد که جنسیت پاسخگویان تأثیر معناداری بر تمایل آنان به مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی دارد، به‌طوری که زنان بیشتر از مردان به توسعه این نوع گردشگری تمایل نشان دادند. این نتیجه با یافته‌های جانسون و همکاران (۲۰۲۳) همخوانی دارد که بیان می‌کنند مشارکت در گردشگری کشاورزی می‌تواند به تقویت ارتباطات اجتماعی و افزایش آگاهی عمومی درباره کشاورزی محلی و محصولات آن منجر شود. علاوه بر این، تفاوت معناداری در تمایل مجردها و متأهل‌ها به توسعه گردشگری کشاورزی مشاهده نشد، اما کسانی که دارای فضای کشاورزی بودند، تمایل بیشتری به توسعه این نوع گردشگری نشان دادند. این یافته با تحقیقات نوروزی و فتحی (۱۳۹۷) و بوذرجمهری و همکاران (۱۳۹۹) همسو است که نشان می‌دهند مالکیت زمین کشاورزی و دسترسی به منابع، از عوامل کلیدی در تمایل جامعه محلی به مشارکت در گردشگری کشاورزی است. همچنین نتایج تحقیق نشان داد تفاوت معناداری بین گروه‌های سنی و سطح تحصیلات در تمایل به توسعه گردشگری کشاورزی وجود دارد. افراد در گروه سنی ۳۱ تا ۴۰ سال و با تحصیلات کارشناسی ارشد بیشترین تمایل را به توسعه این نوع گردشگری داشتند. این یافته با نتایج تحقیقات هوج و وگت (۲۰۰۸) و بریدا و همکاران (۲۰۱۱) همخوانی دارد که نشان می‌دهند سطح تحصیلات و آگاهی از مزایای گردشگری کشاورزی، از عوامل مؤثر در تمایل جامعه محلی به مشارکت در این حوزه است. در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که توسعه گردشگری کشاورزی در دهستان سیاهکلرود می‌تواند تأثیرات مثبت و قابل توجهی بر جامعه محلی داشته باشد، به شرطی که برنامه‌ریزی دقیق، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، آموزش جامعه محلی و ترویج گردشگری مسئولانه در دستور کار قرار گیرد. این نتایج با یافته‌های تحقیقات پیشین در این حوزه همسو است و نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی می‌تواند به عنوان یک راهبرد مؤثر برای بهبود وضعیت اقتصادی و اجتماعی جامعه محلی مورد توجه قرار گیرد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که جامعه محلی دهستان سیاهکلرود پتانسیل قابل توجهی برای توسعه گردشگری کشاورزی دارد. با این حال، چالش‌هایی مانند سطح پایین تحصیلات، نبود زیرساخت‌های مناسب و نگرش سنتی برخی از افراد، توسعه این نوع گردشگری را با موانعی مواجه خواهد نمود. نتایج تحقیق حاکی از آن است که اکثر پاسخ‌دهندگان مالک زمین‌های کشاورزی هستند و تمایل زیادی به مشارکت در فعالیت‌های گردشگری کشاورزی به‌ویژه در زمینه‌های اقتصادی مانند فروش مستقیم محصولات به گردشگران و ارائه خدمات مرتبط با گردشگری دارند. این تمایل، نشان‌دهنده پتانسیل بالای گردشگری کشاورزی در افزایش درآمد و بهبود وضعیت اقتصادی جامعه محلی است.

یکی از یافته‌های منحصر به فرد این پژوهش، تأکید بر نقش جنسیت و سطح تحصیلات در تمایل به مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی است. زنان و افراد با تحصیلات بالاتر تمایل بیشتری به مشارکت در این حوزه نشان دادند، که می‌تواند به دلیل آگاهی بیشتر آن‌ها از مزایای اقتصادی و اجتماعی گردشگری کشاورزی باشد. همچنین، نتایج نشان داد که جامعه محلی به‌رغم تمایل به ورود گردشگران، نگرانی‌هایی در مورد حفظ حریم شخصی و کمبود زیرساخت‌های مناسب برای پذیرش گردشگران دارند. این یافته‌ها با تحقیقات پیشین در این حوزه همسو است، اما تأکید بر نقش جنسیت و سطح تحصیلات به عنوان عوامل مؤثر در تمایل به مشارکت، جنبه جدیدی به این پژوهش اضافه کرده است. برای تحقق پتانسیل‌های موجود، پیشنهاد می‌شود برنامه‌ریزی دقیق‌تری در زمینه توسعه زیرساخت‌های گردشگری، آموزش جامعه محلی و ایجاد انگیزه برای مشارکت در فعالیت‌های گردشگری انجام شود. همچنین، برگزاری جشنواره‌های مرتبط با کشاورزی و صنایع دستی می‌تواند به جذب گردشگران و افزایش درآمد جامعه محلی کمک کند. در نهایت، توسعه گردشگری کشاورزی در دهستان سیاهکلرود می‌تواند به عنوان یک راهبرد مؤثر برای بهبود

وضعیت اقتصادی و اجتماعی این منطقه مورد توجه قرار گیرد. از سوی دیگر پیشنهاد می شود که جنبه های زیر در پژوهش های آتی در ارتباط با توسعه گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه مورد بررسی قرار گیرد:

۱. بررسی دقیق تر نقش جنسیت و سطح تحصیلات در تمایل به مشارکت در گردشگری کشاورزی.
۲. مطالعه تأثیر توسعه زیرساخت ها بر افزایش تمایل جامعه محلی به پذیرش گردشگران.
۳. تحلیل هزینه فایده سرمایه گذاری در گردشگری کشاورزی برای جامعه محلی و سرمایه گذاران.

ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

مشارکت نویسندگان در مقاله به شرح زیر است:

این مقاله برگرفته از پایان نامه خانم مائده حاجی پور می باشد. که به ترتیب نقش نویسندگان مقاله شامل دانشجوی کارشناسی ارشد، استاد راهنما و مشاور می باشند.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

این مقاله در دانشگاه گیلان تدوین شده و مالکیت معنوی آن متعلق به دانشگاه گیلان می باشد. پایان نامه از حمایت مالی برخوردار نبوده است.

سپاسگزاری

نگارندگان بر خود لازم می دانند از نظرات اصلاحی داوران پایان نامه و مقاله حاضر سپاسگزاری نمایند.

منابع

- اسماعیلی زاده، حسن؛ تبریزی، نازنین؛ و رمضان زاده لسبویی، مهدی (۱۳۹۸). سنجش رفتار مشارکتی جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی شهر سی سخت)، مطالعات ساختار و کارکرد شهری، ۶ (۲۰)، ۱۲۷-۱۴۶.
- بوذرجمهری، خدیجه؛ شایان، حمید؛ و قندهاری، الهام (۱۳۹۹). بررسی ادراکات و تمایل جامعه ی محلی برای مشارکت در توسعه ی گردشگری کشاورزی (مورد مطالعه: شهرستان تربت حیدریه). فصلنامه علمی-پژوهشی برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۹ (۳۵)، ۱۳۵-۱۶۱.
- محمودی چناری، حبیب، مطیعی لنگرودی، سید حسن؛ فرجی سبکبار، حسنعلی؛ قدیری معصوم، مجتبی؛ و یاسوری، مجید (۱۳۹۸). سنجش ظرفیت محیط روستاهای شهرستان ماسال برای توسعه گردشگری کشاورزی، پژوهش های روستایی، ۱۰ (۴)، ۶۱۳-۵۹۹.
- محمدی، میترا؛ حبیبی، فاتح؛ و قادری، سامان (۱۴۰۳). توسعه گردشگری و معیشت پایدار روستایی مطالعه موردی استان کردستان. اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۱۳ (۴۹): ۱۰۱-۱۱۸.
- نوروزی، اصغر؛ و فتحی، عفت (۱۳۹۷). ارزیابی توانمندی های توسعه گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان و گردشگران) در شهرستان لنجان. جغرافیا و توسعه، ۵۱، ۱۱۵-۱۹۱.
- هاشمی، سیدسعید؛ و خسروی، زهره (۱۳۹۵). بررسی تاثیر احداث اقامتگاه سازگار با محیط زیست بر مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی (مطالعه موردی: منطقه سیمین دشت)، میراث گردشگری، ۱، ۱۳۸-۱۱۹.

References

- Bouzarjomehri, K., shayan, H., & ghandehari, E. (2021). Investigating the perceptions and willingness of the local community to participate in the development of agricultural tourism (Case study: Torbat Heydariyeh city). *Journal of Tourism Planning and Development*, 9(35), 135-161. (in persian) <https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.19605.3357>
- Brida G., J., Osti, L., & Faccioli, M. (2011). Residents' perception and attitudes towards tourism impacts: A case study of the small rural community of Folgaria (Trentino – Italy). *Benchmarking: An International Journal*, 18(3), 359-385. <https://doi.org/10.1108/14635771111137769>
- Brown, T., et al. (2021). Cultural Impact of Agritourism. *Agricultural Economics Review*, 33(2), 78-90.
- Butler, R. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, 1(1), 7-25. <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Çeken H., Karadağ L., & Dalgın T. (2007). A New Approach in Rural Development: Rural Tourism a Theoretical Study of Rural Tourism in Turkey. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 8(1), 1-14. <http://ofd.artvin.edu.tr/tr/download/article-file/25721>
- Chrysoula, C., Evangelos, C., Panagiotis, K., & Marianna, S. (2009). Examining the relationship between emotions, customer satisfaction and future behavioral intentions in agrotourism. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4, 145–161.
- Delgado, R., López, F. J., & Sanz, G. (2014). Necessary and sufficient conditions for strong comparability of multicomponent systems. *Discrete Event Dyn Syst*, 24, 1–14. <https://doi.org/10.1007/s10626-012-0146-y>
- Díaz-Pompa, F., Leyva-Fernández, L. C., Ortiz, O. L., & Sierra, Y. (2020). El turismo rural sostenible en Holguín. Estudio prospectivo panorama 2030. *El Periplo Sustentable*, 38, 174-193. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i38.9265>
- Esmaeili zade, H., & Ramezanzadeh Lasbouyi, M. (2019). Assessment of participation behavior of the local community in the development of agricultural tourism (case study: Sisakht city). *Urban Structure and Function Studies*, 6(20), 127-146. (in persian) <https://doi.org/10.22080/shahr.2019.16037.1752>
- Flanigan, S., Blackstock, K. & Hunter, C. (2014). Agritourism from the perspective of providers and visitors: a typology-based study. *Tourism Management*, 40, pp. 394–405.
- Garcia, M., & Rodriguez, L. (2022). Diversification in Agriculture through Tourism. *International Journal of Agritourism*, 28(4), 230-245.
- Haldar, P. (2007). Rural Tourism: Challenges and Opportunities. *Education*, 30(60), 39-9. https://www.researchgate.net/publication/327645353_Rural_Tourism_-_Challenges_and_Opportunities
- Hashemi, S and Khosravi, Z. (2016), investigating the impact of building an eco-friendly residence on the participation and empowerment of the local community (case study: Simin Dasht region), *Tourism Heritage*, 1, 119-138 (in persian)
- Huh, C. & Vogt, C. A. (2008). Changes in Residents' Attitudes toward Tourism over Time: A Cohort Analytical Approach. *Journal of Travel Research*, 46(4), 446–455.
- Huong, P. M. & Lee, J. H. (2017). Finding important factors affecting local residents' support for tourism development in Ba Be National Park, Vietnam. *Forest Science and Technology*, 13(3), 126–132.
- Iakovidou, O., Anthopoulou, T., & Triantafyllou, K. (1999). Innovative action of rural women in a mountain region. The case of the women's agrotourism co-operative of Agios Germanos (Hellas). Paper presented at Gender and Rural Transformation in Europe: Past, Present and Future Prospects, Wageningen, The Netherlands.
- Iario, M., & Corsale, A. (2010). Rural tourism and livelihood strategies in Romania. *Journal of Rural Studies*, 26(2), 152–162
- Jaya, A. P. (2021). Direction of Bamboo Development in Ngada Regency: A Literature Review. *Journal of Forestry Policy Analysis*, 18(2), 79-89.

- Jiwan, M., Alan, R., & Lepun, P. (2008). Agro-ecotourism potential and benefits for sustaining kelabit community in Bario. Paper presented at the International Conference on Agricultural Extension, Bangi, Selangor.
- Johnson, H., et al. (2023). Social Benefits of Agritourism. *Sustainability Journal*, 15(7), 901-914.
- Karabati, S., Dogan, E., Pinar, M. & Celik, L. M. (2009). Socio-Economic Effects of Agri-tourism on Local Communities in Turkey: The Case of Aglasun. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 10(2), pp. 129–142.
- Kizos, T., & Losifides, T. (2007). The contradictions of agrotourism development in Greece: Evidence from three case studies. *South European Society and Politics*, 12(1), 59–77.
- Long, P. H. & Kayat, K. (2011). Residents' Perceptions of Tourism Impact and Their Support for Tourism Development: The Case Study of Cuc Phuong National Park, Ninh Binh Province, Vietnam. *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 123–146.
- MacDonald, R., & Jolliffe, L. (2003). Cultural Rural Tourism: Evidence From Canada. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 307-322.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738302000610>
- Mahmoodi Chenari, H., Motiee Langrodi, S. H., Faraji Sabokbar, H. A., Ghadiri Masoum, M., & Yasoori, M. (2020). Assessing the Capacity of Masal Rural Environment for the Development of Agritourism. *Journal of Rural Research*, 10(4), 596-613. (in persian)
<https://doi.org/10.22059/jrur.2019.272118.1310>
- Martinez, P., & Lee, S. (2024). Government Support and Agritourism. *Journal of Environmental Policy*, 19(3), 350-365.
- Maruti, K. J. (2009). *Agro-tourism: Scope and opportunities for the farmers in Maharashtra*. Retrieved from <http://www.indiastat.com/article/09/kvm/fulltext.pdf>.
- McGehee, N.G., & Andereck, K.L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131–140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- Muresan, I., Oroian, C., Harun, R., Arion, F.H., Porutiu, A., Chiciudean, G.O., Todea, A., & Lile, R. (2016). Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development. *Sustainability* 8, 100. <https://doi.org/10.3390/su8010100>
- Musaddad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, S., & Wahyuni, E. (2019). Sustainable tourism development in Indonesia. *Administration Dynamics: Journal of Administrative and Management Sciences*, 2(1).
- Na Songkhla, T., & Somboonsuke, B. (2012). Impact of agro-tourism on local agricultural occupation: A case study of Chang Klang district, southern Thailand. *Journal of Agricultural Technology*, 8(4), 1185–1198.
- Nickerson, N. P., Black, R. J. & McCool, S. F. (2001). Agritourism: Motivations behind Farm/Ranch Business Diversification. *Journal of Travel Research*, 40(1), 19–26.
- Norozei, A., & fathi, E. (2018). Evaluation of Agritourism Development Capabilities and Determination of Its Adoption in the Target Population (Farmers and Tourists) in Lenjan. *Geography and Development*, 16(51), 241-260. (in persian)
<https://doi.org/10.22111/gdij.2018.3872>
- Ohe, Y., & Kurihara, S. (2013). Evaluating the complementary relationship between local brand farm products and rural tourism: Evidence from Japan. *Tourism Management*, 35, 278–283.
- Pato L., & Kastenholz E. (2017). Marketing of rural tourism - a study based on rural tourism lodgings in Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 10(2), 121-139.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JPM-D-2016-0037/full/html>
- Pearce, P. L. (1990). Farm tourism in New Zealand: A social situation analysis. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 337–352.
- Shaffril, H. A. M., Abu Samah, B., D'Silva, J. L., & Yassin, S. M. (2014). The process of social adaptation towards climate change among Malaysian fishermen. *International Journal of Climate Change Management and Strategies*, 5(1), 38–53.
- Sharpley, R., & Vass, A. (2006). Tourism, farming and diversification: an attitudinal study. *Tourism Management*, 27(5), 1040–1052.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517705001706>.

- Smith, J., & Anderson, R. (2020). Agricultural Tourism and Rural Development. *Journal of Rural Studies*, 45(1), 112-125.
- Srisomyong, N. & Meyer, D. (2015). Political economy of agritourism initiatives in Thailand. *Journal of Rural Studies*, 41, pp. 95–108.
- Su, B. (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*, 32(6), 1438–1441.
- Su, B. (2013). Developing Rural Tourism: The PAT Program and 'Nong jia le' Tourism in China. *International Journal of Tourism Research*, 15(6), 611-619. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/jtr.1903>
- Tew, C. & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, 33(1), 215–224.
- Tsephe, N. P., & Eyono Obono, S. D. (2013). A Theoretical Framework for Rural Tourism Motivation Factors, World Academy of Science, Engineering and Technology. *International Journal of Economics and Management Engineering*, 7(1), 273-278. <https://publications.waset.org/3031/pdf>
- Utama, I. G. B. R. (2007). Leisure and tourism studies by I Gusti Bagus Utama. Retrieved from <http://tourismbali.wordpress.com/2007/11/09/chapter-2-literaturereviews/>
- World Tourism and Travel Council. (2016). Malaysia economic impact report. Retrieved from http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/malaysia2012.pdf
- Yazgan, Ş., & Kadanalı, E. (2012). Assesment of Rural Tourism potential of Ağrı Province. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(22), 5-10. <https://core.ac.uk/download/pdf/51128384.pdf>
- Yiannakis, J., & Davies, D. (2012). Diversifying rural economies through literary tourism: A review of literary tourism in Western Australia. *Journal of Heritage Tourism*, 7(1), 33–44. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1743873X.2011.618538>
- Zhang C., Deng G., & Yu X. (2013). The Influence of Tourism on Rural Life in Minority Areas. *Applied Mathematics*, 4(8), <https://www.scirp.org/journal/PaperInformation.aspx?PaperID=35483>