

جغرافیا و توسعه شماره ۵۱ تابستان ۱۳۹۷

وصول مقاله: ۹۵/۱۲/۰۱

تأیید نهایی: ۹۶/۰۳/۱۰

صفحات: ۲۴۱-۲۶۰

ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان و گردشگران) در شهرستان لنجان

دکتر اصغر نوروزی^{۱*}، دکتر عفت فتحی^۲

چکیده

امروزه گردشگری کشاورزی به‌عنوان رویکردی نوین در زمینه فعالیت‌های گردشگری مطرح شده و در برخی نواحی گسترش یافته است. گردشگری کشاورزی یکی از عوامل مؤثر بر متنوع کردن فعالیت‌های گردشگری به‌ویژه طبیعت‌گردی، اقتصاد کشاورزان و ارتقاء سطح درآمد آنان است؛ اما توسعه گردشگری کشاورزی در هر منطقه‌ای نیاز به شناخت دقیق توانمندی‌های آن دارد تا موجبات پذیرش جامعه هدف را به‌صورت پایدار فراهم آورد. بر این اساس ارزیابی قابلیت‌های بخش کشاورزی و سنجش میزان پذیرش آن در بین کشاورزان و گردشگران شهرستان لنجان برای توسعه این فعالیت از اهداف این پژوهش است. در این پژوهش که به‌لحاظ هدف کاربردی و از نوع مطالعات توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر پیمایش است، با استفاده از دو پرسشنامه محقق‌ساخته به تفکیک از تعداد ۱۹۲ نفر کشاورز و ۱۹۲ نفر گردشگر به‌عنوان نمونه به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته شده است. برای بررسی میزان پذیرش جامعه هدف از آزمون‌های خی‌دو، فریدمن و اسپیرمن استفاده شد. براساس نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش، بخش کشاورزی شهرستان لنجان قابلیت‌های لازم برای توسعه گردشگری کشاورزی در گویه‌های منتخب در این زمینه را دارد و نگرش و میزان پذیرش کشاورزان و گردشگران منطقه در اکثر گویه‌های مربوط به جشنواره‌ها، فعالیت‌های زراعی و باغی مثبت است. با این‌وجود میزان پذیرش کشاورزان در رابطه با آموزش و فعالیت‌های دام و طیور به گردشگران، کم بوده است.

کلیدواژه‌ها: ارزیابی توانمندی، گردشگری، گردشگری کشاورزی، شهرستان لنجان^۳.

A.norouzi@pnu.ac.ir

fathi_geo@yahoo.com

۱- استادیار جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران*

۲- دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی از دانشگاه اصفهان، مدرس مدعو دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

۳- این مقاله مستخرج از طرح پژوهشی با‌عنوان ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری کشاورزی و برآورد میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان و گردشگران) (مورد مطالعه: شهرستان لنجان) است که با استفاده از اعتبارات پژوهشی دانشگاه پیام نور انجام شده است.

مقدمه

امروزه، دیگر کشاورزی صرف و پرداختن به فعالیت‌های سنتی آن، نمی‌تواند جواب‌گوی نیازهای جوامع روستایی باشد. توسعه‌نیافتگی و مسائل و مشکلات حاد نواحی روستایی نیز روزبه‌روز افزایش یافته و حتی به شهر نیز منتقل می‌شوند. ازطرفی ویژگی چند کارکردی بخش کشاورزی و سهم آن در تولید و نقش سرزمینی، محیط زیستی، اجتماعی و فرهنگی، باز تعریفی از نقش بخش کشاورزی را در چارچوب توسعه روستایی ضروری می‌سازد. دیگر نمی‌توان بخش کشاورزی را به‌سادگی براساس میزان تولید، درآمد و اشتغال‌زایی ارزشیابی کرد؛ بلکه کشاورزی افزون بر تولید محصول، باید بر مبنای مفاهیمی همچون حفاظت، فعالیت‌های تفریحی و اوقات فراغت، ارزش‌های غیرمصرفی و سایر دغدغه‌های موجود و در حال پیدایش افراد، ارزشیابی شود (Huylbroeck, & Durand, 2003: 110).

در دهه‌های گذشته کاهش توانایی بخش کشاورزی برای تولید و درآمد کافی، باعث شده که بسیاری از کشاورزان مجبور به فروش مزارع خود شوند و در جاهای دیگر به دنبال شغل و درآمد و یا راهبردهای اقتصادی جایگزین و تنوع‌بخشیدن به اقتصاد محلی برای حفظ مزارع و زندگی خود باشند. این راهبردها می‌تواند شامل گسترش اندازه مزارع، تولید تخصصی، اشتغال غیرکشاورزی یا متنوع‌سازی مزارع از طریق کارآفرینی و توسعه کسب‌وکارهای روستایی و کشاورزی باشد (Bowler & et al, 1996: 285) واقع در محیط، متغیر نواحی روستایی و کشاورزی سنتی، ضروری است تا ابزار و گزینه‌های جدیدی برای معیشت پیدا کرد؛ زیرا نوآوری، ابزاری کلیدی برای کسب منفعت و دوام در بازار رقابتی و همچنین بهره‌برداری از فرصت‌های حاصل از تغییر است که کسب‌وکارهای کوچک مقیاس گردشگری کشاورزی این ظرفیت را دارند تا در جوامع محلی نیرو و انگیزه

لازم برای تبدیل منابع محلی به محصولات و خدمات گردشگری را فراهم کنند (Lordkipanidze & et al, 2005: 98).

در این راستا گردشگری کشاورزی؛ از جمله راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مطرح شده است. اکثر کشورهای جهان نیز این نوع گردشگری را به‌عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی-اقتصادی، احیاء و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار داده‌اند (Su, 2011: 41).

از نگاهی دیگر، براساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری، کل گردشگران دنیا در سال ۲۰۱۰ به رقم ۹۴۰ میلیون نفر رسیده که در این میان، سهم قاره آسیا و ایران تعداد گردشگر کمتری بوده است. در سال ۲۰۱۴ این میزان به ۱۱۳۳ میلیون نفر و عایدات بین‌المللی از محل گردشگری به رقم بی‌سابقه ۱۲۴۵ میلیارد دلار افزایش یافته است (راسخی و همکاران، ۱۳۹۵: ۷۲)؛ بنابراین گردشگری به‌عنوان یکی از بزرگترین صنایع درآمدزای دنیا، مطرح و دارای شاخه‌های متعددی است که از آن جمله می‌توان، به گردشگری کشاورزی اشاره کرد.

در برخی از کشورها به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته به‌گونه‌ای خاص به گردشگری کشاورزی به‌عنوان شیوه خاصی از گردشگری پرداخته‌اند. این نوع گردشگری به حفظ چرخه زندگی و چشم‌اندازهای مناطق روستایی و تجدید حیات روستاها کمک کرده و همچنین فرصتی برای فراهم‌آوردن گردشگری سبز و حفظ زیست‌بوم‌ها ارائه می‌کند. مزایای متعددی از توسعه گردشگری کشاورزی وجود دارد؛ این راهبرد می‌تواند جایگزینی برای اصلاح درآمدها و تقویت حیات اقتصادی کشاورزان و توسعه پایدار اقتصاد کشاورزی، حفاظت از میراث طبیعی، اجتماعی و...

در نتیجه ارتقاء سطح زندگی، رفاه اجتماعی و اقتصادی کشاورزان به صورت پایدار شود. همچنین زمینه و زیرساخت‌های لازم برای لذت‌بردن، ترویج، آموزش و مشارکت فعال گردشگران در فعالیت‌های تولیدی بخش کشاورزی را فراهم آورد و ارتباطی قوی بین انسان و محیط و زندگی کشاورزی برقرار سازد. تحقق این امر در نهایت می‌تواند الگویی برای شناسایی قابلیت‌های گردشگری کشاورزی و توسعه آن در مناطق مشابه کشور در این زمینه ارائه کند؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف ارزیابی قابلیت‌های بخش کشاورزی و سنجش میزان پذیرش آن در بین کشاورزان و گردشگران شهرستان لنجان برای توسعه این فعالیت انجام شده است و به دنبال پاسخگویی به این سؤالات خواهد بود که: توانمندی‌های گردشگری کشاورزی در منطقه کدامند؟ نگرش و سطح پذیرش کشاورزان شهرستان و همچنین گردشگران وارد شده به شهرستان نسبت به توسعه گردشگری کشاورزی به چه میزان است؟

مبانی نظری پژوهش

گردشگری، به عنوان حرکات مکانی موقت مردم به مکان‌ها و مقصدهایی غیر از مکان‌های معمول کار و سکونت آن‌ها، فعالیت‌هایی که در مدت اقامت در این مقصدها انجام می‌دهند و نیز تسهیلات ارائه شده برای تأمین نیازهای آن‌ها تعریف شده است (رضوانی، ۱۳۸۷: ۵). براساس پارامترهای مختلف (مکان، موضوع، هدف و...) گردشگری به انواع مختلفی تقسیم‌بندی می‌شود. نوعی از آن به لحاظ مکانی، گردشگری روستایی است. «گردشگری روستایی»، تمامی فعالیت‌ها و خدماتی که توسط کشاورزان، مردم و دولت‌ها برای تفریح و استراحت گردشگران و همچنین جذب گردشگر به نواحی روستایی ارائه می‌شود را دربر گرفته و می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، مزرعه، طبیعی و... باشد (رضوانی، ۱۳۸۷: ۳۲). به عبارت دیگر فعالیت‌های چندبعدی

باشد و فرصت‌های شغلی و تجارت‌های جدیدی را به وجود آورد (صالحی فرد، ۱۳۹۰: ۲۱).

باتوجه به توانمندی‌ها و زمینه‌های بالقوه‌ای که در بخش کشاورزی کشور ایران وجود دارد، می‌توان اذعان داشت که یکی از موضوعاتی که در پژوهش‌های توسعه‌ای و کاربردی به آن کمتر توجه شده، توسعه گردشگری کشاورزی است.

در این خصوص ارزیابی و سنجش منابع، جاذبه‌ها، سطح پذیرش جامعه (کشاورزان و گردشگران) نسبت به گردشگری کشاورزی و توسعه آن از اولین مراحل برنامه‌ریزی گردشگری است. از این رو این پژوهش در نظر دارد ضمن شناخت توانمندی‌های موجود در بخش گردشگری کشاورزی و تعیین و تحلیل سطح نگرش و پذیرش کشاورزان و گردشگران نسبت به توسعه گردشگری کشاورزی شهرستان لنجان، راهکارهایی متناسب با شرایط و قابلیت‌های منطقه ارائه دهد.

شهرستان لنجان یکی از مناطق مستعد و فعال بخش کشاورزی در استان اصفهان است که با داشتن پتانسیل، منابع و جاذبه‌های گردشگری کشاورزی؛ از جمله باغات گردو، بادام، هلو و سایر میوه‌های دانه‌دار و هسته‌دار، شالیزارهای برنج، مزارع گندم، جو و... در صورت توجه و برنامه‌ریزی‌های مناسب جهت افزایش آگاهی، آموزش کشاورزان و گردشگران، ارتقای زیرساخت‌ها، امکانات و خدمات رفاهی ظرفیت لازم برای گسترش گردشگری کشاورزی و استفاده از مزایای آن را دارد. این در حالی است که نواحی روستایی این شهرستان با مسائل ناشی از بیکاری، درآمد ناپایدار، مهاجرت و سایر مشکلات اقتصادی-اجتماعی دست‌وپنجه نرم می‌کنند. باین‌وجود پذیرش و توسعه گردشگری کشاورزی در منطقه می‌تواند زمینه توسعه اقتصادی را فراهم آورد و موجب افزایش کارکردهای اقتصادی در زمینه گردشگری کشاورزی و

است که در محیطی خارج از شهر صورت می‌گیرد و ماهیت زندگی روستاییان را به گردشگران نشان می‌دهد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۴).

«گردشگری کشاورزی» نیز به معنی مشاهدهٔ روش‌ها و مراحل تولید محصولات کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط (زراعی، باغی، دام و طیور)، جاذبه‌های گلهداری، استفاده گردشگران از هوای تازه و امکان قدم‌زدن و پیاده‌روی، تماشای حیات‌وحش، پیک‌نیک و آشپزی در مزارع و... است (اقتباس از رضوانی، ۱۳۸۷: ۲۲۳). همچنین به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که طی آن گردشگران به مزارع، کشتزارها و باغستان‌های کشاورزی و یا مناطق روستایی می‌روند و در فرایند کاشت، داشت و برداشت محصولات کشاورزی در مزارع و کشتزارهای مشارکت می‌کنند (خدا/بنده، ۱۳۸۸: ۱۸). درواقع به هر نوع گردشگری که به‌طور مستقیم با کشاورز مرتبط است اطلاق می‌گردد و شامل اقامت در مزارع، اتاق‌ها یا چادرزدن، بازدیدهای آموزشی، فعالیت‌های تفریحی و فروش محصولات کشاورزی و... است. به‌طور خاص، وقتی هدف از بازدید، تمرکز ویژه بر کشاورزی، با هدف لذت‌بردن از باغات و مزارع و یا همراهی با حیوانات اهلی باشد. گردشگری کشاورزی خوانده می‌شود. گردشگری کشاورزی اغلب برای توصیف همهٔ فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی به‌کاربرده می‌شود؛ اگرچه معنای دقیق آن گردش بر روی زمین کشاورزی است؛ با این‌وجود مفهومی گسترده‌تر از گردشگری مبتنی بر مزرعه دارد و جشن‌ها، موزه‌ها، ارائهٔ محصولات و سایر جاذبه‌ها و رویدادهای فرهنگی را نیز شامل می‌شود (رضوانی، ۱۳۸۷: ۳۴)؛ بنابراین برگزاری انواع جشنواره‌های مرتبط با فعالیت‌های بخش کشاورزی (مراحل کاشت، داشت، برداشت، ارائه و فروش محصول)، ایجاد و توسعهٔ خدمات تفریحی، تسهیلات و امکانات در رابطه با گسترش این فعالیت؛

پذیرش، مشارکت و همکاری کشاورزان برای ارائهٔ خدمات به گردشگران و همچنین آموزش فعالیت‌های متنوع کشاورزی توسط آن‌ها از عوامل مؤثر بر توسعهٔ گردشگری کشاورزی است.

در زمینهٔ توسعهٔ گردشگری روستایی و کشاورزی دیدگاه‌ها و رویکردهای مختلفی وجود دارد. رویکرد تقویت‌گرا، توسعهٔ گردشگری را ذاتاً خوب می‌داند و معتقد است که خودبه‌خود محاسنی برای جامعه میزبان دارد. رویکرد اقتصادی، گردشگری را مؤثرترین راه کسب درآمد و اشتغال می‌داند و در رویکرد اجتماعی، گردشگری فرصتی مناسب برای تبادل و تعامل فرهنگی بین روستاییان و گردشگران است. در رویکرد جغرافیایی توسعهٔ گردشگری بر پایهٔ امکانات و الگوهای فضایی و چارچوب‌های کاهش اثرات منفی آن مورد توجه است. رویکرد اجتماع‌مدار، نیز به مشارکت و کنترل جمعی تأکید دارد و باید بر امکانات محلی و تصمیم جمعی استوار باشد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۸۹: ۹۷).

پیشینهٔ پژوهش

باتوجه به موضوع مورد مطالعهٔ این پژوهش که توسعهٔ گردشگری کشاورزی در جامعه هدف را پوشش می‌دهد، پژوهش‌هایی اعم از داخلی و خارجی انجام شده است؛ اما تاکنون پژوهشی با این عنوان و در سطح منطقهٔ مورد مطالعه، مشاهده نشد. مهم‌ترین موارد کاربردی از پژوهش‌های مرتبط با این پژوهش به شرح زیر است.

در بین مطالعات داخلی: ایمانی (۱۳۹۰) در پژوهشی به امکان‌سنجی جاذبه‌های آگروتوریسم دهستان رودپی شمالی شهرستان ساری پرداخته و نشان داد توسعهٔ آگروتوریسم موجب تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، افزایش درآمد، اشتغال‌زایی و افزایش نقش زنان در اقتصاد خانوارهای روستایی شده است. بالاگر و قربان‌موحد (۱۳۹۰) در پژوهشی، پتانسیل‌های

ابعاد مختلف (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی) تفاوت وجود دارد.

بردی آنامرادنژاد و همکاران (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان گردشگری کشاورزی رویکردی برای توسعه منطقه‌ای در روستاهای شهرستان سوادکوه به این نتیجه دست‌یافته‌اند که مهم‌ترین نقاط قوت منطقه برای توسعه عبارت از: قابلیت‌های جذب گردشگر؛ از جمله کشت گیاهان دارویی، آب‌وهوای مطبوع، محیط آرام و سرسبز است.

مشهورخواجه و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی پتانسیل‌های گردشگری کشاورزی در استان مازندران معتقدند که گردشگری کشاورزی می‌تواند گام مؤثری برای توانمندسازی اقتصاد روستایی باشد. رضایی و رشیدی (۱۳۹۳) در پژوهشی به نقش گردشگری کشاورزی در توسعه جوامع محلی روستایی برای معرفی کشت نیشکر و تولید شکر سیاه در صومعه‌سرا پرداخته و به بهره‌گیری از فعالیت‌های کشاورزی در راستای گذران اوقات فراغت گردشگران تأکید دارند.

در بخش مطالعات خارجی نیز، چ و همکاران^۱ (۲۰۰۵) در پژوهشی اشاره دارند، که چگونه کشاورزان می‌شیگان با کارآفرینی گردشگری کشاورزی به ایجاد مقصدهای گردشگری و افزایش گردشگران در رابطه با گردشگری کشاورزی پرداخته‌اند و موجب حفظ تولیدکنندگان ارائه‌دهنده محصولات کشاورزی، حفظ زمین‌های کشاورزی و در نتیجه تقویت بینش و تصور مناسب از گردشگری کشاورزی برای بهره‌مندی از مزایای آن شده‌اند.

اولنبرگ و اوکلی^۲ (۲۰۰۷) در یک مطالعه، انگیزه‌های کشاورزان تازه‌کار در امر گردشگری مزرعه در استرالیا، اروپا و ایالات متحده را مورد بررسی قرار داده‌اند. نتایج، نشان‌دهنده پویایی کسب‌وکار، تنوع اقتصاد روستایی و گردشگری و تأکید بیشتر بر رشد اقتصادی

کشاورزی و گردشگری منطقه ارسباران (محصول انار)، را مورد بررسی قرار داده و نشان داد به دلیل اهمیت بالای تولیدات کشاورزی و برگزاری جشنواره انار، توجه علاقه‌مندان به طبیعت بیش از پیش به این منطقه جلب شده است.

خسروی‌دانش و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان نقش گردشگری کشاورزی در توسعه پایدار مناطق روستایی منطقه نمونه گردشگری پیربکران، اشاره دارند، که شرایط طبیعی، همجواری با رودخانه زاینده‌رود، فعالیت‌های جذاب کشاورزی و... سبب شده تا سرمایه‌گذاری در گردشگری کشاورزی امری مهم و مفید تلقی شود.

لنگرودی و حیدری (۱۳۹۱) با تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی براساس دیدگاه گردشگران در دهستان بلده شهرستان تنکابن، نشان داده‌اند که منطقه از توان بالایی برای توسعه گردشگری کشاورزی برخوردار بوده و گردشگران تمایل زیادی برای حضور در اراضی، جهت گذران اوقات فراغت دارند. مرادی (۱۳۹۱) با تحلیلی بر آگروتوریسم و راهکارهای توسعه آن در شهرستان محلات، مهمترین عامل، جهت جذب گردشگر را جاذبه‌های کشاورزی؛ از جمله مزارع و باغات پرورش گل و گیاه می‌داند.

مطلبی (۱۳۹۱) در پژوهشی به امکان‌سنجی گردشگری کشاورزی از دیدگاه جامعه محلی در بخش برزک شهرستان کاشان پرداخته و اشاره دارد که دیدگاه جامعه محلی نسبت به گردشگری کشاورزی مثبت است و منطقه پتانسیل لازم برای توسعه گردشگری کشاورزی را دارد.

قنبری و همکاران (۱۳۹۲) اثرات گردشگری بر توسعه روستایی از دیدگاه جامعه میزبان بخش ماهان شهرستان کرمان را بررسی و نشان داده‌اند، که گردشگری بر توسعه روستایی منطقه مؤثر بوده؛ اما در

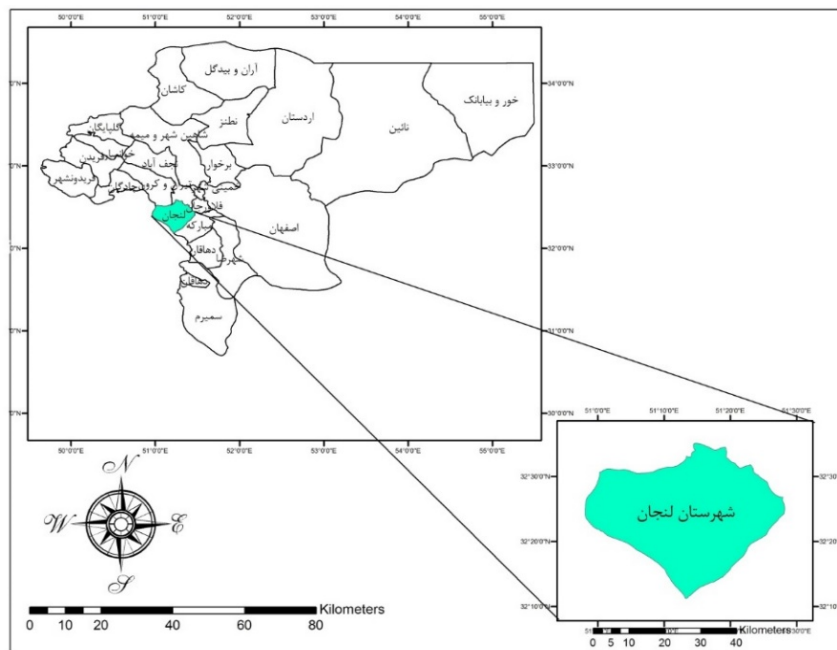
شهرستان دارای ۵ دهستان، ۹ شهر و ۵۳ روستای دارای سکنه است. جمعیت آن در سال ۱۳۹۰ برابر ۲۴۶۵۱۰ نفر بوده که از این تعداد، ۳۴۵۵۲ نفر در روستاها ساکن بوده‌اند. از نظر منابع آب، شهرستان بخش بزرگی از زیر حوضه میانی زاینده‌رود است. کل بهره‌برداران کشاورز منطقه، ۸۷۱۸ بهره‌بردار است که از این تعداد به تفکیک زراعت ۵۰۴۷، باغداری: ۴۰۳۵، کشت گلخانه‌ای: ۱۱، پرورش طیور به روش سنتی: ۲۰۰۴، پرورش زنبورعسل: ۴۶، پرورش دام سنگین: ۴۰۹، پرورش دام سبک: ۱۰۲۹، پرورش ماهی: ۱۱ بهره‌بردار بوده‌اند. میزان اراضی زیرکشت زراعی و باغی شهرستان لنجان در سال ۱۳۹۳ معادل ۷۶۶۱/۵ هکتار است. سطح زیرکشت محصولات زراعی ۵۵۳۴/۴ هکتار با تولید ۳۹۵۱۱/۵ تن و بیش از ۱۶ نوع محصول زراعی است. سطح زیر کشت محصولات باغی، نیز معادل ۲۱۲۷/۱۲ هکتار با میزان تولید ۷۰۰۷/۳۹ تن و بیش از ۱۳ نوع محصول باغی است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰، سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان، ۱۳۹۳ و مرکز آمار ایران، ۱۳۹۳: ۴۳-۳۳). شهرستان لنجان به‌طور کلی ۲/۶ درصد منابع طبیعی و ۱/۵ درصد منابع تاریخی- فرهنگی استان را دارد. با زیرگونه‌های مختلف و به‌ویژه طبیعی (بیشه‌زارها، زمین‌های زراعی و باغی، شالیزارها و...) از شرایط نسبتاً مطلوبی در استان برخوردار است (سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری اصفهان، ۱۳۸۸: ۸۱).

در مناطق استرالیا است. در مقابل در اروپا و ایالات متحده، با اینکه هم عوامل اقتصادی و هم اجتماعی مهم است؛ اما انگیزه‌های اجتماعی حاشیه‌ای، نسبت به انگیزه‌های اقتصادی مهم‌تر است. گراد و جی‌هی^۱ (۲۰۰۷) طی پژوهشی در جوامع روستایی ایالات متحده، ضمن اشاره به آنکه گردشگری کشاورزی در حال رشد و به‌عنوان شکلی از اشکال متنوع کشاورزی است؛ با هدف قراردادن تأثیر گردشگری کشاورزی در ذی‌نفعان مختلف، استراتژی‌های خاصی را برای بهبود و موفقیت گردشگری کشاورزی توصیه کرده‌اند که می‌تواند به‌عنوان ابزار پشتیبانی برای کارآفرینی مزارع، بهبود کیفیت زندگی و پایداری اقتصادی باشد.

تاو و باربری^۲ (۲۰۱۲) در یک مطالعه به بررسی منافع حاصل از گردشگری کشاورزی و اهمیت آن در مزارع کشاورزی، که دارای بازدیدکننده برای تفریح در این مزارع بودند پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی به‌عنوان مهم‌ترین موضوع برای اهداف مرتبط با بازار و نقش اقتصادی گردشگری کشاورزی است و نه تنها از نظر افزایش سود؛ بلکه به‌عنوان یک ابزار مهم بازاریابی مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد.

معرفی محدوده مورد مطالعه

محدوده مورد مطالعه، شهرستان لنجان در استان اصفهان و در ۳۵ کیلومتری جنوب غربی شهر اصفهان است که از شمال به شهرستان نجف‌آباد، از شرق به شهرستان‌های مبارکه و فلاورجان و از جنوب و غرب به استان چهارمحال و بختیاری محدود می‌شود. این شهرستان در ۵۰ درجه و ۵۶ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۲۸ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۲ درجه و ۱۱ دقیقه تا ۳۲ درجه و ۳۱ دقیقه عرض شمالی قرار دارد (شکل ۱).



شکل ۱: موقعیت جغرافیایی شهرستان لنجان در استان اصفهان

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و به‌لحاظ نوع، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر پیمایش است. جامعه آماری، شامل کشاورزان شهرستان و همچنین گردشگران واردشده به منطقه است. در این پژوهش حجم نمونه، براساس تعداد شاغلان در بخش کشاورزی و گردشگران واردشده به شهرستان لنجان براساس فرمول کوکران، ۳۸۴ نمونه محاسبه شد. روش نمونه‌گیری خوشه‌ای-تصادفی بوده و به تفکیک از تعداد ۱۹۲ نفر کشاورز و ۱۹۲ نفر گردشگر با استفاده از روش پیمایشی و مطالعات میدانی دو پرسشنامه اختصاصی تکمیل شده است.

ابزار مورد استفاده پرسشنامه، محقق ساخته است و برای ارزیابی روایی آن، از روش اعتبار صوری و محتوایی با اعمال نظر متخصصین و به‌منظور تعیین پایایی از همسانی درونی داده‌ها به روش آلفای کرونباخ که ضریب آن برای پرسشنامه کشاورزان برابر

(۰/۸۲) و برای پرسشنامه گردشگران برابر (۰/۸۷)

به‌دست آمده، استفاده شد.

توانمندی‌های بخش کشاورزی منطقه در ابعاد مختلف زراعی، باغی، دامی، شیلات، پرورش طیور و... مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین درخصوص کل قابلیت‌های شهرستان، علاوه بر جاذبه‌های بخش کشاورزی، آب و هوای مناسب، چشم‌اندازهای طبیعی، وجود آثار تاریخی، دسترسی به امکانات و خدمات تفریحی، امنیتی، امدادی، اقامتی و رفاهی، حمل و نقل، بهداشتی و... نیز مورد سنجش واقع شد.

متغیرهای مؤثر در توسعه گردشگری کشاورزی نیز با بررسی پژوهش‌های مختلف موجود و همچنین بومی‌سازی و افزایش تعداد گویه‌ها متناسب با شرایط منطقه تدوین شد و در جدول (۱) آمده است. لازم به ذکر است جهت جلوگیری از طولانی‌شدن مطلب، گویه‌های تکراری برای هر دو گروه، یک‌بار ارائه شده است.

مشخص کردن میزان همبستگی بین میزان پذیرش پاسخ‌گویان با قابلیت‌های گردشگری کشاورزی منطقه از روش ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شده است.

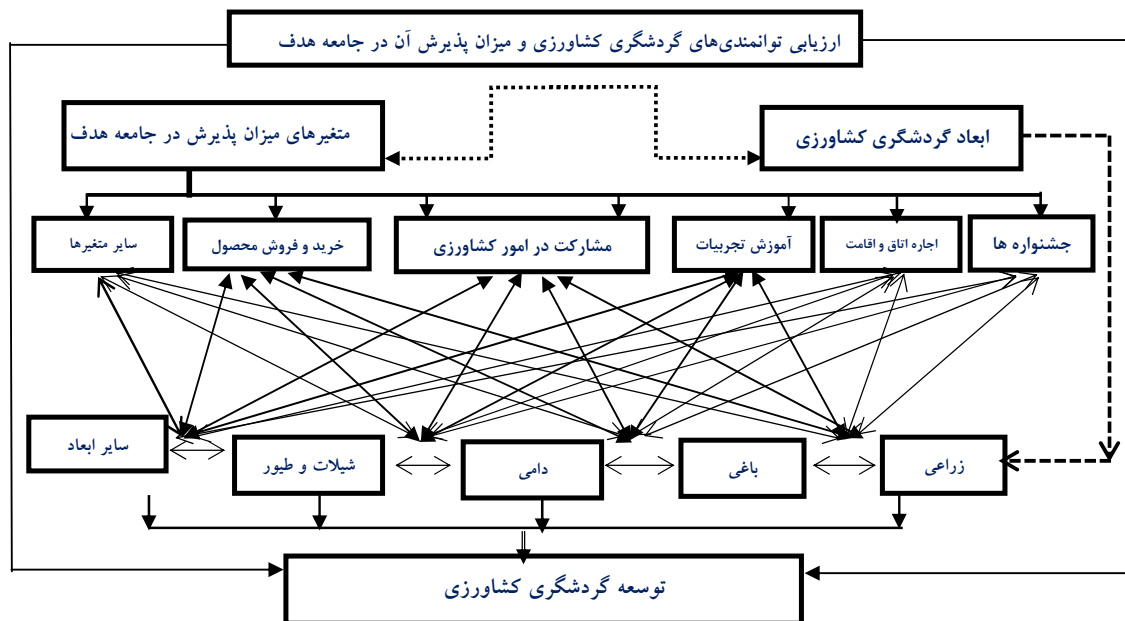
استفاده از آزمون‌های خی‌دو و فریدمن به بررسی معناداری، مقایسه و سطح‌بندی پاسخ حاصل از دیدگاه دو گروه مشارکت‌کننده درباره گویه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در منطقه پرداخته شده است. همچنین برای بررسی و ارزیابی رابطه و

جدول ۱: گویه‌های مؤثر در توسعه گردشگری کشاورزی با واژه اختصاری

| گویه‌های مؤثر در توسعه گردشگری کشاورزی براساس نگرش و میزان پذیرش کشاورزان و گردشگران |
|---|
| B1: برگزاری جشنواره‌های غذاهای محلی با محصولات کشاورزی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات |
| B2: برگزاری جشنواره کاشت محصول |
| B3: برگزاری جشنواره برداشت محصول |
| B4: راه‌اندازی خدمات تفریحی مانند اسب‌سواری و... برای گردشگران |
| B5: اختصاص دادن بخشی از خانه یا اتاق‌های اضافه کشاورزان برای اقامت گردشگران کشاورزی |
| C1: آموزش تجربیات کشاورزان در زمینه فعالیت مختلف زراعی و باغی به گردشگران در زمین زراعی |
| C2: مشارکت گردشگران در زمین زراعی و باغی برای کاشت محصول بدون دریافت دستمزد |
| C3: وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی برای زیرورو کردن خاک، هرس درختان و... زمان داشت بدون دستمزد |
| C4: وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی برای برداشت محصول بدون دریافت دستمزد |
| C5: وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی برای انتخاب و برداشت محصول و همچنین خرید آن |
| C6: وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی فقط برای خرید |
| C7: وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی فقط برای گردش، لذت، عکس‌گرفتن و استراحت با پرداخت هزینه |
| گویه‌های مؤثر در توسعه گردشگری کشاورزی براساس نگرش و میزان پذیرش کشاورزان |
| C8: وارد شدن گردشگران به زمین زراعی و باغی فقط برای گردش کردن و لذت‌بردن، عکس‌گرفتن، استراحت و تمدداعصاب اگر در کارهای کشاورزی مشارکت داشته باشند |
| C9: فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی خود در کنار مزرعه یا باغ به گردشگران |
| C10: مشارکت گردشگران در قبال تأمین جا و غذا، روز معینی در مزرعه یا باغ |
| C11: پذیرایی از گردشگران در مزرعه و آلاچیق زمین زراعی و باغی با پرداخت هزینه از طرف گردشگران |
| C12: آموزش و اجازه استفاده از وسایل مختلف فعالیت زراعی و باغی در زمین به گردشگران با پرداخت هزینه |
| C13: آموزش و اجازه استفاده از وسایل مختلف فعالیت زراعی و باغی در زمین به گردشگران به شرط مشارکت |
| C14: آموزش و اجازه راندن وسایل نقلیه کشاورزی در زمین کشاورزی خود به گردشگران با پرداخت هزینه |
| C15: آموزش و اجازه راندن وسایل نقلیه کشاورزی در زمین کشاورزی خود به گردشگران به شرط مشارکت. |
| D1: آموزش تجربیات کشاورزان در مورد فعالیت مختلف مربوط دام به گردشگران در محل نگهداری |
| D2: ورود گردشگران به محل نگهداری دام کشاورزان و مشارکت برای فعالیت‌های مختلف نگهداری دام. |
| D3: آموزش تجربیات خود در مورد فعالیت مختلف مربوط به طیور به گردشگران در محل نگهداری |
| D4: وارد شدن گردشگران به محل نگهداری طیور و مشارکت در فعالیت‌های مختلف نگهداری آن‌ها. |
| گویه‌های مؤثر در توسعه گردشگری کشاورزی براساس نگرش و میزان پذیرش گردشگران |
| C8: میزان پذیرش، برای خرید مستقیم محصولات زراعی و باغی در کنار مزرعه یا باغ کشاورزان |
| C9: میزان پذیرش برای پذیرایی شما به عنوان گردشگر در مزرعه و آلاچیق زمین زراعی و باغی با پرداخت هزینه |
| C10: میزان پذیرش برای استفاده از وسایل مختلف فعالیت زراعی و باغی در زمین کشاورزی با پرداخت هزینه. |
| C11: میزان پذیرش برای آموزش و راندن وسایل نقلیه کشاورزی در زمین کشاورزی با پرداخت هزینه |
| C12: میزان پذیرش مشارکت در کارهای مزرعه و باغ‌های منتخب در ازای جای اسکان و غذا از طرف کشاورز |
| C13: میزان پذیرش آموزش از تجربیات یک دامدار در زمینه فعالیت مختلف دام و طیور. |
| C14: میزان پذیرش ورود به محل نگهداری دام و مشارکت در فعالیت‌های مختلف دام با دامدار. |
| C15: میزان پذیرش ورود به محل نگهداری طیور (خانگی و مرغداری و...) و مشارکت برای فعالیت‌های مختلف. |

(جشنواره‌ها، مشارکت در امور مختلف کشاورزی، خرید و فروش محصول و...) مورد بررسی قرار گرفته‌اند. شکل ۲ فرآیند مدل مفهومی و عملیاتی پژوهش را نمایش می‌دهد.

در این پژوهش، جهت ارزیابی توانمندی‌های توسعه گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف، ابعاد مختلف گردشگری کشاورزی (زراعی، باغی، دامی و...) مشخص و ضمن ارزیابی، در ارتباط با میزان پذیرش آن‌ها براساس متغیرهای



شکل ۲: مدل مفهومی و عملیاتی پژوهش

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

پاسخگویان از سنین ۱۵ سال تا ۵۵ سال به بالا را تشکیل می‌دهند، که ۷/۸ درصد پاسخگویان کشاورز در سن ۱۵-۲۵، ۱۶/۱ درصد در سن ۲۵-۳۵ سال، ۲۶ درصد در سن ۳۵-۴۵، ۱۹/۳ درصد در سن ۴۵-۵۵ سال و ۳۰/۷٪ در سن ۵۵ سال به بالا قرار دارند. ۲۰/۸٪ پاسخگویان گردشگر در سن ۱۵-۲۵، ۲۱/۹٪ در سن ۲۵-۳۵ سال، ۳۴/۹٪ در سن ۳۵-۴۵ سال، ۱۷/۲ درصد در سن ۴۵-۵۵ سال و ۵۰/۲ درصد در سن ۵۵ سال به بالا قرار دارند. اعداد و ارقام فوق نشان‌دهنده اکثریت پاسخگویان در گروه سنی فعال و بزرگسال است.

تجزیه و تحلیل و یافته‌های پژوهش

الف. یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که از ۱۹۲ نفر کشاورز پاسخگو به سؤالات پرسشنامه؛ ۶۵/۱٪ مرد و ۳۴/۹٪ زن بوده‌اند و از ۱۹۲ نفر گردشگر ۵۲/۶٪ مرد و ۴۷/۴٪ زن بوده‌اند (جدول ۲).

جدول ۲: توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب نوع مخاطب و جنس

| شرح | جنس | فراوانی | در صد |
|------------------|-----|---------|-------|
| پاسخگویان کشاورز | مرد | ۱۲۵ | ۶۵/۱ |
| | زن | ۶۷ | ۳۴/۹ |
| | جمع | ۱۹۲ | ۱۰۰ |
| پاسخگویان گردشگر | مرد | ۱۰۱ | ۵۲/۶ |
| | زن | ۹۱ | ۴۷/۴ |
| | جمع | ۱۹۲ | ۱۰۰ |

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

تحصیلی فوق دیپلم تا لیسانس با ۴۱/۷ درصد بالاترین میزان بوده است. این اعداد بیانگر پایین بودن سطح سواد در بین پاسخگویان کشاورز و متوسط به بالا بودن سطح سواد گردشگران است (جدول ۳).

به لحاظ میزان تحصیلات، در بین جامعه نمونه آماری پاسخگویان کشاورز، تحصیلات ابتدایی با ۲۷/۱ درصد و بی سواد با ۲۵/۴ درصد بالاترین میزان و فوق لیسانس و بالاتر از آن با ۰/۵ درصد کمترین میزان بوده است. در بین پاسخگویان گردشگر، سطح

جدول ۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات

| گردشگران | | کشاورزان | | میزان تحصیلات |
|----------|---------|----------|---------|---------------------|
| درصد | فراوانی | درصد | فراوانی | |
| ۰ | ۰ | ۲۵/۴ | ۴۹ | بی سواد |
| ۳/۶ | ۷ | ۲۷/۱ | ۵۲ | ابتدایی |
| ۱۰/۴ | ۲۰ | ۱۶/۱ | ۳۱ | سیکل |
| ۳۲/۸ | ۶۳ | ۱۸/۲ | ۳۵ | دیپلم |
| ۴۱/۷ | ۸۰ | ۱۲/۵ | ۲۴ | فوق دیپلم تا لیسانس |
| ۱۱/۵ | ۲۲ | ۰/۵ | ۱ | فوق لیسانس و بالاتر |
| ۱۰۰ | ۱۹۲ | ۱۰۰ | ۱۹۲ | جمع |

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

به جهت میزان فاصله اقامت گردشگر تا مقصد، چندمین سفر به منطقه و نوع وسیله نقلیه همچنان که در جدول ۴ مشخص است، بالاترین میزانها به ترتیب مربوط به ۷۰-۵۵ کیلومتر، تعداد ۵ مرتبه و بیشتر و نوع وسیله شخصی بوده است.

در بین جامعه آماری کشاورز ۱۵/۶ درصد فعالیت کشاورزی اصلی خود را زراعت، ۱۰/۱۴ درصد باغداری، ۲/۶ درصد دامداری، ۱۲ درصد زراعت و باغداری، ۸/۳ درصد زراعت و دامداری، ۰/۵ درصد باغداری و دامداری و ۵۰/۵ درصد دارای هر سه فعالیت زراعت و باغداری و دامداری را ذکر کرده‌اند.

جدول ۴: توزیع فراوانی فاصله، نوع وسیله حمل و نقل و تعداد سفر

| درصد | فراوانی | وسيلة حمل و نقل | درصد | فراوانی | چندمین مرتبه سفر به این منطقه | درصد | فراوانی | فاصله به کیلومتر |
|------|---------|-----------------|------|---------|-------------------------------|------|---------|------------------|
| ۹۷/۹ | ۱۸۸ | خصوصی | ۲۰/۸ | ۴۰ | اول | ۱۰/۴ | ۲۰ | ۱۰-۲۵ |
| ۲/۱ | ۴ | عمومی | ۷/۳ | ۱۴ | دوم | ۱۲/۵ | ۲۴ | ۲۵-۴۰ |
| ۱۰۰ | ۱۹۲ | جمع | ۱۷/۷ | ۳۴ | سوم | ۱۵/۶ | ۳۰ | ۴۰-۵۵ |
| | | | ۱۱/۵ | ۲۲ | چهارم | ۲۵ | ۴۸ | ۵۵-۷۰ |
| | | | ۴۲/۷ | ۸۲ | پنجم و بیشتر | ۲۲/۹ | ۴۴ | ۷۰-۸۵ |
| | | | ۱۰۰ | ۱۹۲ | جمع | ۱۳/۵ | ۲۶ | بیشتر از ۸۵ |
| | | | | | | ۱۰۰ | ۱۹۲ | جمع |

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

قابلیت «زیاد» و ۲۰/۸ درصد قابلیت «متوسط» برای گردشگری دارد. به‌طور کلی بیش از ۹۴ درصد قابلیت متوسط به بالا را برای گسترش گردشگری کشاورزی عنوان کرده‌اند. همچنین از دیدگاه ۳۱/۸ درصد هر دو گروه پاسخگو (کشاورزان و گردشگران) قابلیت‌های گردشگری شهرستان «بسیار زیاد»، ۴۱/۴ درصد قابلیت «زیاد» و ۲۱/۱ درصد قابلیت «متوسط» را انتخاب کرده‌اند. در مجموع، بیش از ۹۴٪ افراد، قابلیت «متوسط به بالا» را برای توسعه گردشگری شهرستان عنوان کرده‌اند (جدول ۵).

- بررسی میزان توانمندی بخش کشاورزی برای توسعه گردشگری کشاورزی (از دیدگاه کشاورزان و گردشگران) از دیدگاه ۴۱/۷٪ پاسخگویان کشاورز، قابلیت بخش کشاورزی برای توسعه گردشگری کشاورزی، «بسیار زیاد»، ۲۹/۷ درصد قابلیت «زیاد» و ۲۹/۷ درصد قابلیت «متوسط» بخش کشاورزی برای گردشگری را انتخاب کرده‌اند. به‌طور کلی بیش از ۹۳ درصد قابلیت متوسط به بالا بخش کشاورزی را برای گسترش گردشگری کشاورزی در شهرستان عنوان کرده‌اند. از دیدگاه ۵۳/۱ درصد پاسخگویان گردشگر نیز، شهرستان لنجان قابلیت «بسیار زیاد»، ۲۱/۹ درصد

جدول ۵: دیدگاه پاسخگویان نسبت به قابلیت‌های کشاورزی و کل قابلیت‌های گردشگری برای توسعه گردشگری کشاورزی

| دیدگاه پاسخگویان نسبت به کل قابلیت‌های منطقه برای توسعه گردشگری کشاورزی | | | دیدگاه پاسخگویان نسبت به قابلیت‌های کشاورزی منطقه برای توسعه گردشگری کشاورزی | | | | |
|---|---------|------|--|---------|-----------------|---------|------|
| دیدگاه کشاورزان و گردشگران | | | دیدگاه کشاورزان | | دیدگاه گردشگران | | |
| طیف | فراوانی | درصد | طیف | فراوانی | درصد | فراوانی | درصد |
| خیلی کم | ۵ | ۱/۳ | خیلی کم | ۳ | ۱/۶ | ۲ | ۱ |
| کم | ۱۷ | ۴/۴ | کم | ۱۱ | ۵/۷ | ۶ | ۳/۱ |
| متوسط | ۸۱ | ۲۱/۱ | متوسط | ۴۱ | ۲۱/۴ | ۴۰ | ۲۰/۸ |
| زیاد | ۱۵۹ | ۴۱/۱ | زیاد | ۵۷ | ۲۹/۷ | ۱۰۲ | ۵۳/۱ |
| خیلی زیاد | ۱۲۲ | ۳۱/۸ | خیلی زیاد | ۸۰ | ۴۱/۷ | ۴۲ | ۲۱/۹ |
| جمع | ۳۸۴ | ۱۰۰ | جمع | ۱۹۲ | ۱۰۰ | ۱۹۲ | ۱۰۰ |

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

توسعه گردشگری کشاورزی و میزان پذیرش آن نشان‌دهنده آن است که پاسخ‌ها در رتبه‌های متمایز قرار دارند. با توجه به اینکه میزان معناداری از ۰/۰۵ کمتر است؛ بنابراین دیدگاه هر دو گروه درباره گویه‌ها متفاوت است (جدول ۶). با توجه به تفاوت در دیدگاه دو گروه، برای مقایسه آن‌ها می‌توان از آزمون فریدمن برای رتبه‌بندی نگرش و میزان پذیرش پاسخگویان بهره گرفت.

همچنین در خصوص میزان موافقت کشاورزان با توسعه گردشگری کشاورزی، ۹۳/۸ درصد از پاسخگویان موافق یا کاملاً موافق توسعه گردشگری کشاورزی به شرط وجود برنامه مشخص، نظارت، شرایط معین و زمان‌بندی بوده‌اند.

ب. یافته‌های استنباطی

- تحلیل میزان پذیرش جامعه هدف برای توسعه گردشگری کشاورزی بررسی، تحلیل و مقایسه دیدگاه دو گروه کشاورزان و گردشگران در مورد توانمندی‌های

جدول ۶: توزیع کای - دو سطح پذیرش کشاورزان و گردشگران برای توسعه گردشگری کشاورزی

| | | | | | |
|---------|--------------------|---|--------|--------------------|--|
| ۱۹۲ | تعداد نمونه | میزان پذیرش گردشگران | ۱۹۲ | تعداد نمونه | میزان پذیرش کشاورزان برای برگزاری جشنواره‌های غذاهای محلی با محصولات کشاورزی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی و صنایع دستی |
| ۶,۰۰۶ | آماره آزمون کای-دو | برای برگزاری جشنواره‌های غذاهای محلی با محصولات کشاورزی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی و صنایع دستی | ۹۰,۳۷۰ | آماره آزمون کای-دو | برگزاری جشنواره‌های غذاهای محلی با محصولات کشاورزی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی و صنایع دستی |
| ۴ | درجه آزادی | کشاورزی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی و صنایع دستی | ۴ | درجه آزادی | کشاورزی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی و صنایع دستی |
| ۰/۰۰۰ | میزان بامعنائی | میزان بامعنائی | ۰/۰۰۰ | میزان بامعنائی | میزان بامعنائی |
| ۶۹۳,۸۳۲ | آماره آزمون کای-دو | میزان پذیرش گردشگران برای توسعه گردشگری کشاورزی در زمینه فعالیت‌های زراعی، باغی و دامی منطقه | ۴۴۱,۵۵ | آماره آزمون کای-دو | میزان موافقت و پذیرش کشاورزان برای توسعه گردشگری کشاورزی در زمینه زراعی، باغی و دام و طیور |
| ۱۴ | درجه آزادی | کشاورزی در زمینه فعالیت‌های زراعی، باغی و دامی منطقه | ۵ | درجه آزادی | کشاورزی برای توسعه گردشگری کشاورزی در زمینه زراعی، باغی و دام و طیور |
| ۰/۰۰۰ | میزان بامعنائی | میزان بامعنائی | ۰/۰۰۰ | میزان بامعنائی | میزان بامعنائی |
| ۱,۰۵۲ | آماره آزمون کای-دو | دیدگاه گردشگران در مورد قابلیت‌های گردشگری کشاورزی شهرستان لنجان برای توسعه آن | ۱,۱۰۲ | آماره آزمون کای-دو | دیدگاه کشاورزان در مورد قابلیت‌های گردشگری کشاورزی شهرستان لنجان برای توسعه آن |
| ۱۱ | درجه آزادی | کشاورزی شهرستان لنجان برای توسعه آن | ۱۲ | درجه آزادی | کشاورزی شهرستان لنجان برای توسعه آن |
| ۰/۰۰۰ | میزان بامعنائی | میزان بامعنائی | ۰/۰۰۰ | میزان بامعنائی | میزان بامعنائی |

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

همچنین باتوجه به نتایج جدول ۸ (پذیرش گردشگران)، ملاحظه می‌شود که رتبه ۱ مربوط به «برگزاری جشنواره برداشت محصول در منطقه» و رتبه ۵ که معادل کمترین میانگین رتبه در بین گویه‌های کلی است مربوط به «پذیرش گردشگر برای اجاره بخشی از خانه یا اتاق‌های اضافه کشاورز برای اقامت در زمان گردشگری» است. سایر گویه‌های کلی بین رتبه ۱ تا ۵ قرار می‌گیرند. در بین گویه‌های اختصاصی، رتبه ۱ مربوط به «پرداختن گردشگران به خرید محصولات زراعی و باغی در کنار مزرعه و باغ» است و رتبه ۱۵ که معادل کمترین میانگین رتبه در پذیرش گردشگران برای ورود به محل نگهداری دام و مشارکت در فعالیت‌های مختلف دام با دامدار» است. سایر گویه‌های اختصاصی بین رتبه ۱ تا ۱۵ قرار می‌گیرند. این نتایج، بیانگر این واقعیت است که گردشگران نیز تقریباً با کشاورزان هم‌عقیده بوده و تمایل به بازدید از دامها و محل نگهداری آنها نداشته‌اند؛ اما برعکس آن، ورود به مزارع و باغات و همچنین خرید محصولات کشاورزی با قیمت مناسب و کیفیت مطلوب در اولویت قرار داشته است.

براساس یافته‌های پژوهش در جدول ۷ (پذیرش کشاورزان)، ملاحظه می‌شود، که رتبه ۱ مربوط به «راه‌اندازی خدمات تفریحی مانند اسب‌سواری و... برای گردشگران» و رتبه ۵ که معادل کمترین میانگین رتبه در بین گویه‌های کلی است مربوط به «اختصاص دادن بخشی از خانه یا اتاق‌های اضافه کشاورزان برای اقامت گردشگران» در بین گویه‌های کلی است. سایر گویه‌های کلی بین رتبه ۱ تا ۵ قرار می‌گیرند. در بین گویه‌های اختصاصی رتبه ۱ مربوط به «آموزش و انتقال تجربیات کشاورزان در زمینه فعالیت‌های مختلف زراعی و باغی به گردشگران» و رتبه ۱۸ که کمترین میانگین رتبه بین گویه‌های اختصاصی را دارد، مربوط به «ورود گردشگران به محل نگهداری دام کشاورزان برای مشارکت در فعالیت‌های مختلف نگهداری دام» است. سایر گویه‌های اختصاصی بین رتبه ۱ تا ۱۸ قرار می‌گیرند.

این نتایج نشان می‌دهد، که کشاورزان نسبت به دامها و ورود گردشگر به محل نگهداری آنها حساسیت بیشتری داشته و در مطالعات میدانی نیز کاملاً محرز بوده که تمایلی به این کار (بازدید از دامها و محل آنها) نداشته‌اند. با این وجود در زمینه گویه‌های زراعی و باغی استقبال بسیار خوبی داشته‌اند.

جدول ۷: میانگین رتبه‌های آزمون فریدمن برای میزان پذیرش کشاورزان در توسعه گردشگری کشاورزی

| رتبه | میانگین رتبه | گویه‌ها | |
|------|--------------|--|---|
| ۴ | ۳,۰۹ | برای برگزاری جشنواره‌های غذاهای محلی با محصولات کشاورزی و نمایشگاه عرضه مستقیم محصولات کشاورزی و صنایع دستی در منطقه برای گردشگران. | میزان پذیرش کشاورزان (گویه‌های کلی) |
| ۲ | ۳,۱۳ | برای برگزاری جشنواره کاشت محصول در منطقه. | |
| ۳ | ۳,۱۰ | برای برگزاری جشنواره برداشت محصول در منطقه. | |
| ۱ | ۳,۲۳ | برای راه‌اندازی خدمات تفریحی مانند اسب‌سواری و... برای گردشگران. | |
| ۵ | ۲,۴۶ | برای اختصاص بخشی از خانه یا اتاق‌های اضافه خود برای اقامت گردشگران. | |
| ۱ | ۱۳,۲۹ | آموزش تجربیات خود در زمینه فعالیت مختلف زراعی و باغی به گردشگران. | میزان پذیرش کشاورزان (گویه‌های اختصاصی) |
| ۱۱ | ۱۰,۱۲ | نسبت به ورود و مشارکت گردشگران به زمین زراعی و باغی برای کاشت محصول بدون دستمزد. | |
| ۴ | ۱۱,۳۳ | نسبت به ورود گردشگران به زمین زراعی و باغی برای زیرورو کردن خاک، کندن علف هرز، هرس درختان و دیگر فعالیت‌های زمان داشت بدون دستمزد. | |
| ۷ | ۱۰,۸۸ | نسبت به ورود گردشگران به زمین زراعی و باغی برای برداشت محصول بدون دریافت دستمزد. | |
| ۶ | ۱۱,۲۱ | نسبت به ورود گردشگران به زمین زراعی و باغی برای انتخاب و برداشت محصول و خرید. | |
| ۵ | ۱۱,۳۱ | نسبت به ورود گردشگران به زمین زراعی و باغی شما فقط برای خرید محصول. | |
| ۳ | ۱۱,۴۴ | نسبت به ورود گردشگران به زمین زراعی و باغی شما فقط برای گردش کردن و لذت بردن، عکس گرفتن، استراحت و تمدد اعصاب با پرداخت هزینه. | |
| ۹ | ۱۰,۵۱ | نسبت به ورود گردشگران به زمین زراعی و باغی شما فقط برای گردش کردن و لذت بردن، عکس گرفتن، استراحت و تمدد اعصاب به آن به شرط مشارکت. | |
| ۸ | ۱۰,۸۷ | فروش مستقیم محصولات زراعی و باغی در کنار مزرعه یا باغ، به گردشگران | |
| ۹ | ۱۰,۵۱ | نسبت به مشارکت گردشگر در روز معین در مزرعه، درقبال تأمین جا و غذا. | |
| ۲ | ۱۱,۵۴ | نسبت به آنکه، حاضر به پذیرایی از گردشگران در مزرعه و الاچیق زمین زراعی و باغی با پرداخت هزینه از طرف گردشگران در زمین خود هستید. | |
| ۱۰ | ۱۰,۲۵ | نسبت به آنکه آموزش و اجازه استفاده از وسایل مختلف فعالیت زراعی و باغی در زمین کشاورزی خود را به گردشگران با پرداخت هزینه می‌دهید. | |
| ۱۴ | ۸,۲۲ | نسبت به آنکه آموزش و اجازه استفاده از وسایل مختلف فعالیت زراعی و باغی در زمین کشاورزی خود را به گردشگران می‌دهید به شرط مشارکت در کارها. | |
| ۱۷ | ۷,۷۱ | نسبت به آنکه، آموزش و اجازه راندن وسایل نقلیه کشاورزی در زمین کشاورزی خود را به گردشگران با پرداخت هزینه دهید. | |
| ۱۶ | ۷,۷۶ | نسبت به آنکه آموزش و اجازه، راندن وسایل نقلیه کشاورزی خود را به گردشگران می‌دهید اگر در کارهای کشاورزی مشارکت داشته باشند. | |
| ۱۲ | ۸,۹۶ | نسبت به آنکه از تجربیات خود در مورد فعالیت‌های مربوط دام، به گردشگران در محل نگهداری آموزش دهید. | |
| ۱۸ | ۷,۶۰ | نسبت به آنکه گردشگران به محل نگهداری دام شما وارد شوند و برای فعالیت‌های مختلف نگهداری دام با شما مشارکت داشته باشند. | |
| ۱۳ | ۸,۴۰ | نسبت به آنکه از تجربیات خود در مورد فعالیت‌های مختلف مربوط به طیور، به گردشگران در محل نگهداری آموزش دهید. | |
| ۱۵ | ۸,۱۰ | نسبت به آنکه گردشگران به محل نگهداری طیور وارد شوند و برای فعالیت‌های مختلف نگهداری طیور با شما مشارکت کنند. | |

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

جدول ۸: میانگین رتبه‌ای آزمون فریدمن برای میزان پذیرش گردشگران برای توسعه گردشگری کشاورزی

| رتبه | میانگین رتبه | گویه‌ها | |
|------|--------------|---|---|
| ۲ | ۳،۰۳ | برای برگزاری جشنواره‌های غذاهای محلی با محصولات کشاورزی و نمایشگاه برای عرضه مستقیم محصولات کشاورزی صنایع دستی در منطقه. | میزان پذیرش گردشگران (گویه‌های کلی) |
| ۳ | ۲،۹۷ | برای برگزاری جشنواره کاشت محصول در منطقه. | |
| ۱ | ۳،۱۴ | برای برگزاری جشنواره برداشت محصول در منطقه. | |
| ۴ | ۲،۹۶ | برای راه‌اندازی خدمات تفریحی مانند اسب سواری و... برای گردشگران. | |
| ۵ | ۲،۹۱ | پذیرش برای اجاره بخشی از خانه یا اتاق اضافه کشاورز برای اقامت، در زمان گردشگری. | |
| ۴ | ۹،۶۲ | میزان پذیرش گردشگران برای آموزش از تجربیات یک زارع یا باغدار در زمینه فعالیت‌های زراعی و باغی. | میزان پذیرش گردشگران (گویه‌های اختصاصی) |
| ۸ | ۸،۷۲ | میزان پذیرش گردشگران برای آنکه بدون دریافت دستمزد برای کاشت محصول زراعی و باغی مشارکت داشته باشند. | |
| ۱۰ | ۷،۷۰ | میزان پذیرش گردشگران برای مشارکت بدون دریافت دستمزد در زیرورو کردن خاک، کندن علف هرز و هرس درختان و دیگر فعالیت‌های زمان داشت. | |
| ۶ | ۹،۱۲ | میزان پذیرش گردشگران برای آنکه بدون دریافت دستمزد در مزرعه‌ها و باغ‌های مشخص به برداشت محصول بپردازند. | |
| ۳ | ۹،۸۳ | میزان پذیرش گردشگران برای آنکه بدون دریافت دستمزد در مزرعه‌ها و باغ‌های منتخب به برداشت محصول بپردازید و همچنین خرید داشته باشند. | |
| ۲ | ۱۰،۰۵ | میزان پذیرش گردشگران برای آنکه در مزرعه‌ها و باغ‌های منتخب فقط برای خرید محصول وارد شوید. | |
| ۷ | ۸،۹۶ | میزان پذیرش گردشگران برای ورود به مزرعه و باغ فقط برای گردش کردن و لذت بردن، عکس گرفتن، استراحت و آرامش اعصاب با پرداخت هزینه. | |
| ۱ | ۱۰،۶۵ | میزان پذیرش گردشگران به خرید محصولات زراعی و باغی در کنار مزرعه و باغ پرداخته و این اقدام را انجام می‌دهند. | |
| ۵ | ۹،۳۵ | میزان پذیرش گردشگران، که به عنوان گردشگر در مزرعه و آلاچیق زمین زراعی و باغی، با پرداخت هزینه در مزرعه‌ها و باغ‌های منتخب پذیرایی شوید. | |
| ۹ | ۷،۷۹ | میزان پذیرش گردشگرانی که به آموزش از طرف کشاورزان برای استفاده از وسایل مختلف فعالیت زراعی و باغی در زمین کشاورز با پرداخت هزینه هستند. | |
| ۱۲ | ۶،۵۱ | میزان پذیرش گردشگر، برای آموزش از طرف کشاورزان در راندن وسایل نقلیه کشاورزی و استفاده از وسایل زراعی و باغی با پرداخت هزینه. | |
| ۱۱ | ۶،۸۰ | میزان پذیرش گردشگران که در ازای جای اسکان و غذا از طرف کشاورز در کارهای مزرعه و باغ‌های منتخب مشارکت داشته باشید. | |
| ۱۴ | ۵،۱۰ | میزان پذیرش گردشگران که از تجربیات یک دامدار در زمینه فعالیت مختلف دام و طیور آموزش ببینید. | |
| ۱۵ | ۴،۶۵ | میزان پذیرش گردشگران که به محل نگهداری دام وارد و برای فعالیت‌های مختلف دام با دامدار مشارکت داشته باشید. | |
| ۱۳ | ۵،۱۴ | میزان پذیرش گردشگران که به محل نگهداری طیور (خانگی و مرغاری و...) وارد و برای فعالیت‌های مختلف طیور مشارکت داشته باشید. | |

مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

بررسی رابطه بین قابلیت‌های بخش کشاورزی و میزان پذیرش در جامعه هدف

در ادامه به منظور مشخص کردن میزان رابطه و همبستگی از ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شده است. محاسبه ضریب همبستگی اسپیرمن، نشان‌دهنده همبستگی بین قابلیت‌های بخش کشاورزی و میزان پذیرش هر دو گروه کشاورزان و گردشگران با معناداری (Sig = 0/000)، با میزان اطمینان بالای ۹۵ درصد است.

بین گویه‌های D1، D2، D3 و D4 (مراجعه به جدول ۱) که مربوط به فعالیت‌های دام و طیور با گردشگری کشاورزی منطقه است، رابطه معناداری وجود ندارد. این نتایج نشان‌دهنده علاقه‌مندی و پذیرش بیشتر کشاورزان برای توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی در زمینه فعالیت‌های زراعی و باغی نسبت به فعالیت‌های دامی است. نتایج در جدول‌های ۹ و ۱۰ قابل مشاهده است.

جدول ۹: ضریب همبستگی اسپیرمن بین قابلیت‌های بخش کشاورزی و میزان پذیرش کشاورزان

| متغیر مستقل | نوع همبستگی | B1 | B2 | B3 | B4 | B5 |
|------------------------|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| قابلیت‌های بخش کشاورزی | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۵۱۵** | .۴۴۸** | .۵۱۳** | .۳۶۱** | .۴۷۸** |
| | سطح معناداری | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |
| | نوع همبستگی | C1 | C2 | C3 | C4 | C5 |
| | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۴۱۰** | .۳۴۱** | .۳۳۳** | .۲۶۲** | .۲۵۹** |
| | سطح معناداری | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |
| | نوع همبستگی | C6 | C7 | C8 | C9 | C10 |
| | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۲۱۵** | .۳۸۹** | .۳۱۴** | .۱۶۹** | .۳۳۷** |
| | سطح معناداری | .۰۰۱ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۹ | .۰۰۰ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |
| | نوع همبستگی | C11 | C12 | C13 | C14 | C15 |
| | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۳۱۴** | .۳۲۶** | .۲۹۲** | .۲۸۰** | .۲۳۰** |
| | سطح معناداری | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۱ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |
| نوع همبستگی | D1 | D2 | D3 | D4 | | |
| ضریب همبستگی اسپیرمن | .۰۳۵ | .۰۸۳ | -.۰۲۶ | -.۰۱۴ | | |
| سطح معناداری | .۳۱۵ | .۱۲۶ | .۳۶۲ | .۴۲۵ | | |
| کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | | |

(**): مقدار همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۱- طرفه) مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

جدول ۱۰: ضریب همبستگی اسپیرمن بین قابلیت‌های بخش کشاورزی و میزان پذیرش گردشگران

| متغیر مستقل | نوع همبستگی | B1 | B2 | B3 | B4 | B5 |
|------------------------|----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| قابلیت‌های بخش کشاورزی | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۵۷۲** | .۵۲۵** | .۵۲۹** | .۳۷۰** | .۵۵۸** |
| | سطح معناداری | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |
| | نوع همبستگی | C1 | C2 | C3 | C4 | C5 |
| | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۲۹۸** | .۲۵۴** | .۴۱۳** | .۴۰۶** | .۳۱۵** |
| | سطح معناداری | .۰۰۰ | .۰۰۱ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |
| | نوع همبستگی | C6 | C7 | C8 | C9 | C10 |
| | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۲۸۶** | .۲۴۹** | .۳۱۸** | .۳۱۱** | .۳۳۴** |
| | سطح معناداری | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ | .۰۰۰ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |
| | نوع همبستگی | C11 | C12 | C13 | C14 | C15 |
| | ضریب همبستگی اسپیرمن | .۲۱۳** | .۳۰۶** | .۲۳۴** | .۱۸۷** | .۲۷۹** |
| | سطح معناداری | .۰۰۱ | .۰۰۰ | .۰۰۱ | .۰۱۷ | .۰۰۰ |
| | کل | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ | ۱۹۲ |

** مقدار همبستگی در سطح ۰/۰۱ (۱- طرفه). مأخذ: نگارندگان، ۱۳۹۵

نتیجه

توسعه در زمینه شاخه‌های متنوع فعالیت‌های بخش گردشگری در هر منطقه‌ای وابسته به توانمندی‌ها و قابلیت‌های ویژه آن است. در این زمینه، گردشگری کشاورزی که یکی از شاخه‌های گردشگری روستایی است نقش مهمی در فرایند توسعه منطقه‌ای و روستایی دارد.

شهرستان لنجان در مجموع دارای ۴۲ منبع گردشگری است و ۲/۲ درصد از پتانسیل‌های گردشگری استان اصفهان را به خود اختصاص داده است. گونه‌شناسی منابع موجود در این شهرستان نشان می‌دهد که منابع تاریخی-فرهنگی با ۶۹ درصد سهم، دارای بیشترین فراوانی است. منابع طبیعی از ۱۹ درصد و منابع انسان ساخت ۱۲ درصد از مجموع پتانسیل‌های شهرستان را تشکیل داده‌اند. به‌طور کلی

۲/۶ درصد منابع طبیعی و ۱/۵ درصد از پتانسیل‌های تاریخی- فرهنگی استان در این شهرستان قرار دارد. در بین منابع طبیعی بیشترین تعداد مربوط به بیشه‌زارهای حاشیه زاینده‌رود، زمین‌های زراعی و باغی، شالیزارهای برنج و... است که در کنار سایر زیربخش‌های کشاورزی (دامداری، شیلات و...) شرایط گردشگری و به‌ویژه گردشگری کشاورزی منطقه را در جایگاه نسبتاً مناسبی قرار داده است.

همچنین براساس نتایج آماری حاصل از نظرسنجی پاسخگویان کشاورز، که بیش از ۹۳٪ و پاسخگویان گردشگر بیش از ۹۴٪ قابلیت «متوسط به بالای» بخش کشاورزی و هر دو گروه پاسخگو بیش از ۹۴٪ قابلیت «متوسط به بالای» کل قابلیت‌های گردشگری شهرستان لنجان را برای گسترش گردشگری کشاورزی در شهرستان لنجان انتخاب

توسعه گردشگری کشاورزی می‌تواند موجب تنوع‌بخشی و توانمندسازی اقتصادی، توسعه روستایی در ابعاد مختلف (اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی) و... شود. براین اساس نتایج این پژوهش با پژوهش‌های انجام شده، برای سنجش قابلیت و توان‌های محیطی برای توسعه گردشگری کشاورزی با نتایج حاصل از پژوهش ایمانی (۱۳۹۰)، بالاگر و موحد (۱۳۹۰)، مرادی (۱۳۹۱)، خسروی‌دانش و همکاران (۱۳۹۱)، مشهورخواجه و همکاران (۱۳۹۲) و تاو و باربری (۲۰۱۲) و به‌لحاظ ارزیابی میزان پذیرش کشاورزان و گردشگران نسبت توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه با نتایج سایر پژوهش‌های اشاره‌شده در پیشینه تحقیق (مطلبی، اولنبرگ و اوکلی و ...) هماهنگی و مطابقت دارد. باین وجود ملاک قراردادن برخی شرایط، توسط کشاورزان؛ از جمله وجود برنامه‌ای مشخص جهت گردشگران کشاورزی، نظارت دولتی و یا نهادهای ذی‌ربط، زمان و شرایط خاص برای ورود گردشگران و... مواردی متفاوت از سایر پژوهش‌ها بوده است.

پیشنهادها

براساس آنچه از تجزیه، تحلیل و نتایج حاصل شد، موارد زیر به‌عنوان پیشنهاد ارائه می‌شود:

- آموزش، تشویق و زمینه‌سازی برای افزایش مشارکت کشاورزان برای توسعه طرح‌های گردشگری کشاورزی.
- بهره‌گیری هدفمند از کارشناسان متخصص و برنامه‌ریزان در زمینه ایجاد و گسترش امکانات و تسهیلات زیرساختی لازم برای توسعه گردشگری کشاورزی.
- ایجاد هماهنگی بین نهادهای مرتبط به‌منظور ایجاد و توسعه جشنواره‌های کاشت، داشت، برداشت محصولات کشاورزی، نمایشگاه و جشنواره‌های عرضه محصولات کشاورزی، غذاهای محلی، صنایع دستی و تسهیلات اسب‌سواری و...

کرده‌اند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت، که شهرستان لنجان از قابلیت بالایی برای توسعه گردشگری کشاورزی برخوردار است.

در این خصوص، بررسی‌های میدانی (پیمایشی) از منطقه مورد مطالعه، نیز حاکی از این است که وجود جاذبه‌های گردشگری کشاورزی، استقبال کشاورزان از گردشگران، امکانات و خدمات در دسترس، مهمترین عوامل در بالابودن وضعیت نظرسنجی بوده است. در مقابل از آنجا که روستاییان نسبت به دامداری و امور دامی خود حساسیت بیشتری نسبت به امور زراعی و باغی نشان داده‌اند، این گروه از متغیر در کاهش اندکی از ارزیابی، مؤثر بوده است.

نتایج آماری حاصل از دیدگاه دو گروه کشاورزان و گردشگران واردشده به شهرستان و مقدار آماره‌های آزمون خی‌دو با سطح اطمینان بالای ۹۹ درصد درمورد رابطه قابلیت‌های بخش کشاورزی با میزان پذیرش کشاورزان و گردشگران برای توسعه گردشگری کشاورزی منطقه و همچنین رتبه‌های بالای حاصل از آزمون فریدمن مرتبط با گوئی‌های مؤثر بر میزان پذیرش هر دو گروه پاسخگو می‌توان بیان کرد؛ که قابلیت‌های بخش کشاورزی شهرستان لنجان توان توسعه گردشگری کشاورزی را دارد. همچنین براساس نتایج حاصل از یافته‌های پژوهش؛ یافته‌های آمار توصیفی و آماره‌های آزمون خی‌دو، فریدمن و اسپیرمن با اطمینان بالای ۹۵ درصد مبنی بر مثبت بودن نگرش و میزان پذیرش بالای کشاورزان و گردشگران برای توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان لنجان است.

در مجموع، براساس مبانی نظری، مطالعات میدانی، تجزیه و تحلیل اطلاعات و داده‌ها، مشخص شده است، که شهرستان لنجان توانمندی بالایی برای توسعه گردشگری کشاورزی دارد. به‌علاوه میزان نگرش و پذیرش جامعه هدف نیز در این خصوص مثبت بوده و

- ایجاد و توسعه فضاها و فعالیت‌های مرتبط با گردشگری کشاورزی با توجه به شرایط، با نظارت دقیق سازمان‌های دولتی و شرکت‌های معتبر خصوصی.
- اطلاع‌رسانی و تبلیغات برگزار کننده‌ها در قطب‌های جمعیتی؛ همچنین اطلاع‌رسانی، تبلیغات آژانس‌های مسافرتی با تورگردان‌های آموزش‌دیده.
- تبیین اهمیت و آثار گردشگری کشاورزی برای کشاورزان، روستاییان و گردشگران (اقتصادی، فرهنگی و محیطی).
- آموزش در خصوص ابعاد گردشگری کشاورزی (نحوه و چگونگی آموزش اطلاعات کشاورزی و کار با وسایل کشاورزی و... به گردشگران، چگونگی اجاره، ارتقای سطح امکانات خدماتی و بهداشتی، برخورد با گردشگران و...).

منابع

- ایمانی، سیده فاطمه (۱۳۹۰). امکان‌سنجی جاذبه‌های آگروتوریسم دهستان رودپی شمالی بخش مرکزی شهرستان ساری مرکزی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، استاد راهنما؛ دکتر اسماعیل قادری. گروه جغرافیا. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- بالاگر، حسن؛ مصطفی قربان‌موحد (۱۳۹۰). پتانسیل‌های کشاورزی و گردشگری منطقه ارسباران (مطالعه موردی محصول انار)، همایش ملی انار. فردوس، مرکز تحقیقات انار فردوس.
- بردی‌آمرادنژاد، رحیم؛ مهناز حسینی سیاه‌گلی؛ زینب شعبانی‌کوشال‌شاهی (۱۳۹۳). گردشگری کشاورزی رویکردی برای توسعه منطقه‌ای (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان سوادکوه) اولین همایش علوم جغرافیایی ایران. تهران.
- خداینده، احمد (۱۳۸۸). بررسی جاذبه‌های توریستی شهرستان اقلید، برنامه‌ریزی و توسعه آن با تأکید بر منطقه سده، پایان‌نامه کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی شهری. استاد راهنما مسعود تقوایی. دانشگاه اصفهان.
- خسروی‌دانش، امید؛ امیرمحمد اخوان؛ راحله مظاهری (۱۳۹۱). نقش گردشگری کشاورزی در توسعه پایدار مناطق روستایی (موردی: طرح ملی منطقه نمونه گردشگری پل بابامحمود قلعه سرشیر پیربکران)، اولین کنفرانس ملی راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار. تهران. وزارت کشور.
- راسخی، سعید؛ سعید کریمی؛ ثریا محمدی (۱۳۹۵). اثر گردشگری بر محیط زیست: یک مطالعه موردی برای کشورهای در حال توسعه، توسعه یافته منتخب، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۶، صفحات ۹۴-۷۱.
- رضایی، مینا؛ فرزاد رشیدی (۱۳۹۳). نقش گردشگری کشاورزی در توسعه جوامع محلی روستایی مطالعه موردی: معرفی کشت نیشکر و تولید شکر سیاه در شهرستان صومعه‌سرا، دومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
- رضوانی، محمدرضا (۱۳۸۷). توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار، دانشگاه تهران، تهران.
- سازمان جهاد کشاورزی استان اصفهان (۱۳۹۳). آمارنامه زراعت و باغبانی.
- سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان اصفهان (۱۳۸۸). برنامه راهبردی - ساختاری- عملیاتی توسعه گردشگری شهرستان لنجان، جلد بیست و ششم. مطالعات شهر و خانه.
- صالحی‌فرد، محمد (۱۳۹۰). گردشگری روستایی مبانی نظری و طرح‌های ساختاری، انتشارات مرن‌دیز. مشهد.
- قدیری‌معصوم، مجتبی؛ علیرضا استعلاجی؛ معصومه پاژکی (۱۳۸۹). گردشگری پایدار (روستایی و عشایری)، دانشگاه تهران. تهران.
- قنبری، سیروس؛ مریم قاسمی؛ مرضیه پورجوپاری (۱۳۹۲). بررسی اثرات گردشگری بر توسعه روستایی از دیدگاه جامعه‌میزبان (موردی: بخش ماهان شهرستان کرمان)، مجله آمایش جغرافیایی فضا. شماره ۹. صفحات ۴۴-۱۹.

- Bowler, I. Clark, G. Crockett, A. Ilbery, B and Shaw, A (1996). The development of alternative farm enterprises: a study of family labour farms in the Northern Pennines of England. *Journal of Rural Studies*, 12: 285-295.
- Che, Deborah, Veeck, Ann, Veeck, Gregory, (2005). Sustaining production and strengthening the agritourism product: Linkages among Michigan agritourism destinations, *Agriculture and Human Values*, Volume 22, Issue 2, PP: 225-234.
- Gard, Nancy, Gehee, Mc (2007). An Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective, *Journal of Sustainable Tourism*, Volume 15, Issue 2, PP: 111-124.
- Huylenbroeck, Guido Van and Durand, Guy, (2003). Multifunctionality Agriculture: A New Paradigm for European Agriculture and Rural Development (Perspectives on Rural Policy and Planning).
- Lordkipanidze, Maia, Han Brezet, and Mikael Backman (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13 (8): 787-98.
- Ollenburg, Claudia, Buckley, R (2007). Stated Economic and Social motivations of Farm Tourism Operators, *Journal of Travel Research*, jtr.sagepub.com, vol. 45 no. 4, PP: 444-452.
- Su, B (2011). Rural Tourism in China. *Tourism Management*, 32(6):1438-41.
- Tew, Christine, Barbieri, Carla (2012). *Tourism Management*, Volume 33, PP: 215-224.
- لنگرودی، سیدحسین؛ زهرا حیدری (۱۳۹۱). تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی براساس دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: دهستان بلده شهرستان تنکابن)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری شماره ۳. صفحات ۲۳-۱.
- مرادی، کبری (۱۳۹۱). تحلیلی بر آگروتوریسم و راهکارهای توسعه آن (نمونه مورد مطالعه: شهرستان محلات)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا روستایی. استاد راهنما هدایت‌الله نوری. دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی. دانشگاه اصفهان.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۳). نتایج تفضیلی سرشماری عمومی کشاورزی-استان اصفهان.
- مرکز آمار ایران (۱۳۹۰). نتایج تفضیلی سرشماری عمومی نفوس و مسکن استان اصفهان.
- مشهورخواجه، نادره؛ سانلی اشراقی؛ محمدحسین قاسمی (۱۳۹۲). بررسی پتانسیل‌های گردشگری کشاورزی در استان مازندران (موردی: سنت‌های فرهنگی-کشاورزی استان مازندران)، اولین همایش ملی مهندسی و مدیریت کشاورزی، محیط‌زیست و منابع طبیعی پایدار. همدان.
- مطلبی‌ورکانی، علی (۱۳۹۱). امکان‌سنجی گردشگری کشاورزی از دیدگاه جامعه محلی (مطالعه موردی: بخش برزک شهرستان کاشان). پایان‌نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم، استاد راهنما؛ دکتر اسماعیل قادری. گروه جغرافیا، دانشگاه آزاد اسلامی. واحد تهران مرکز.

