

## ارائه الگوی گردشگری کشاورزی با رویکرد داده بنیاد

ابراهیم کریمی<sup>۱</sup>، محمدباقر گرجی<sup>۲\*</sup>، روح اله سمیعی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشجو دکتری، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

<sup>۲</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

<sup>۳</sup> استادیار، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

تاریخ دریافت: ۹۹/۱۱/۱۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۲/۱۰

### چکیده

هدف از انجام این پژوهش، ارائه الگوی گردشگری کشاورزی است. این پژوهش از نوع پژوهش کیفی و با استفاده از نظریه داده بنیاد و مدل پارادایمی استراوس و کوربین انجام شده است. محدوده مطالعات، استان گلستان و مشارکت کنندگان خبرگان دانشگاهی، علمی و سازمانی آگاه به حوزه گردشگری و کشاورزی بودند. در این راستا مصاحبه‌های عمیق با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند با تکنیک گلوله‌برفی صورت گرفت. در این پژوهش، داده‌ها بعد از انجام دادن پانزده مصاحبه به مرحله اشباع نظری رسیدند. با این حال، جهت اطمینان از کفایت، پنج مصاحبه دیگر به انجام رسید. جهت تعیین روایی از معیار لینکلن و گوبا و جهت تعیین پایایی از روش حسابرسی فرایند و توافق درونی استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها، طی سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی انجام و سپس بر اساس نظریه داده‌بنیاد، الگوی نهایی تعیین شد. بر این اساس "جاذبه‌های اقلیمی و محیط زیست، تنوع الگوی کشت و تجربه و نگرش گردشگران" به عنوان شرایط علی گردشگری کشاورزی، "نظام خط مشی‌گذاری و مهاجرت روستائیان" به عنوان شرایط مداخله‌گر و "ظرفیت‌سازی و حمایت دولت" به عنوان شرایط زمینه‌ای از دیدگاه مشارکت کنندگان پژوهش شناسایی شدند. راهبردها نیز شامل "تبلیغات و برندسازی، مدیریت و برنامه ریزی، آموزش و توانمندسازی و به‌گزینی الگوهای گردشگری" و پیامدهای حاصل شامل "توسعه کارآفرینی و اشتغال زائی، و رشد و رفاه اقتصادی" می‌باشد. بنابراین واضح‌ترین و ابتدایی‌ترین دستاورد فعالیت در این حوزه می‌تواند دلالت‌های اقتصادی، افزایش درآمد سرانه استان به ویژه مناطق روستایی داشته باشد.

**واژه‌های کلیدی:** گردشگری، کشاورزی، استان گلستان، رویکرد داده بنیاد

### مقدمه

آن، توسعه آن تأثیرات مثبتی در بخش اقتصاد روستاها و اقتصاد کلان کشور خواهد داشت، چرا که کشاورزی یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های موجود در مناطق روستایی است و نقش بسزایی در توسعه ملی دارد. با توجه به اینکه صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها به‌عنوان یک منبع درآمد پایدار محسوب می‌شود و بهره‌گیری از تمام پتانسیل‌های موجود در هر منطقه برای توسعه این صنعت در راستای گردشگری روستایی به ویژه گردشگری کشاورزی فرصتی را برای سرمایه‌گذاری مناسب در جهت توسعه صنعت گردشگری و پیشرفت منطقه فراهم می‌کند. کشاورزی

امروزه بخش گردشگری به عنوان یک مولد در زمینه در آمدزایی و اشتغال زایی در اقتصاد بسیاری از کشورها نقش مهمی دارد و کشاورزی نیز به عنوان یکی از بخش‌های مهم اقتصادی کشور و تامین کننده غذای موردنیاز مردم و مواد اولیه صنایع می‌باشد. یکی از راه‌های حمایت از این بخش مهم توسعه گردشگری کشاورزی است که نوع جدیدی از گردشگری می‌باشد که با توجه به اهمیت کشاورزی و محصولات تولیدی

\*نویسنده مسئول: -----

راستا با برنامه‌ریزی اصولی و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی می‌توان به توسعه منطقه‌ای و اقتصاد ملی کمک نمود (میرکتولی، ۱۳۸۹: ۱۳۷-۱۵۴).

در این میان نواحی روستایی از جمله فضاهای مدنظر گردشگری در این روند پردازش شده می‌باشند. هرچند کنش‌پذیری انسان و محیط در قالب تکنولوژیکی و مدیریتی، اقتصاد نواحی روستایی را شکل داده که بیشتر وابسته به زمین است ولی برکنش کشاورزی در نواحی روستایی دستخوش تحولات بسیاری گردیده است. راهکارهای مختلفی که در نواحی روستایی به اجرا گذاشته شده سعی بر آن داشته تا با تاثیر گذاری در کشاورزی به عنوان منبع اصلی درآمد، سطح رفاهیت ساکنان روستاها را افزایش دهد. روند مدرنیزاسیون یکی از راهکارهای بوده که در تیلوری از انقلاب سبز افزایش محصولات کشاورزی را سبب گردید. اما نوسان قیمت‌ها و مازاد تولید همراه با دیگر آثار رکودی، اقتصاد روستایی را بسیار شکننده نموده و گاه رکودی دائمی را بر آن تحمیل کرده است. بر این مینا چالش‌های سرمایه‌داری در عصر پسامدرن رویکرد به تنوع بخشی اقتصاد روستایی و ساماندهی فضایی این نواحی را برای افزایش درآمد و اشتغال و به تبع افزایش سطح رفاهیت روستائیان می‌باشد. در این میان گردشگری به عنوان یک الگوی فضایی در تنوع بخشی به اقتصاد روستایی در بر گیرنده پردازش عرصه‌ها و جاذبه‌های نواحی روستایی برای جذب گردشگر است که خود گونه‌های مختلفی را پیرامون عرضه محصول گردشگری روستایی در برمی‌گیرد. این خود در رابطه مستقیم با کشاورزی به عنوان منبع اصلی درآمد، تلفیقی را رقم می‌زند که سودمندی دوسویه آن در روندی پردازش شده از جریان گردشگری درمزارع و زمین‌های کشاورزی تیلور می‌یابد. این در حالی است که امروزه بسیاری از نواحی روستایی به علت جذابیت‌های خاص خود پذیرای بسیاری از گردشگران در تعطیلات مختلف در طول سال از مناطق شهری می‌باشند (مطیعی لنگرودی، ۱۳۷۵: ۱-۲۳). از این رو گردشگری در نواحی روستایی در عبور از نگرش تک

در اقتصاد نقش مهمی را ایفا می‌کند و شغل کشاورزی همچنان بیشترین درصد اشتغال را در به خود اختصاص داده است، اما با توجه به خشکسالی‌های اخیر صنعت کشاورزی در سایر نقاط ایران با مشکل برخورد کرده است که در سال‌های آتی بیشتر نمایان می‌شود.

### طرح مساله

فعالیت گردشگری امروزه به عنوان یکی از مهمترین و پویاترین فعالیت‌های اقتصادی در جهان مطرح است. به طوری که شمار گردشگران خارجی و داخلی و میزان آن در سطح جهانی پیوسته رو به افزایش می‌باشد. بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری، درآمد حاصل از گردشگری بین‌المللی در سال ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۹ تقریباً بیش از دو برابر شده و از ۲۷۰ میلیارد دلار به ۶۸۰ میلیارد دلار افزایش پیدا کرده است. تعداد گردشگران بین‌المللی نیز از ۴۳۹ میلیون نفر در سال ۱۹۹۰ به ۸۸۰ میلیون نفر در سال ۲۰۰۹ رسیده است. گردشگری در یک کلیت اقتصادی، جریانی از حرکت به سمت اقتصاد خدماتی - اطلاعاتی، عصر حاضر می‌باشد که در رویکردی نوین به فضاهای جغرافیایی در چارچوب سرمایه‌داری سازمان نیافته، تمامی عرصه‌های موجود را برای ادغام در چرخه مصرف، در رهیافتی از شیوه تولید پسا فوردیسم و اقتصاد نامتمرکز چند پارادایمی، پیرامون گردشگری پردازش می‌کند. گردشگری منبع بسیار مهمی برای اشتغال نیروی کار غیرماهر، به ویژه زنان و مهاجران روستایی است. گردشگری می‌تواند بسیاری از مشکلاتی را که روستائیان با آن مواجه هستند، برطرف سازد. به علت این که بخش گردشگری نسبتاً کاربر است، بنابراین سرمایه‌گذاری در آن می‌تواند اشتغال گسترده تری را فراهم سازد (پاپ زن، ۱۳۸۹: ۲۵-۵۲). نقش گردشگری در ایجاد کیفیت زندگی مطلوب، از طریق استانداردهای بالای سطح زندگی و فرصت‌های شغلی بیشتر (میلمان و پیزام<sup>۱</sup>، ۱۹۸۸: ۲۱-۲۷) قابل اندازه‌گیری است. در این

1. Mailman&Piz am

استان در برگیرنده تنوع بسیاری است که می‌تواند برای گونه‌های مختلفی از گردشگری جذاب باشد. گردشگری کشاورزی می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی و تنوع بخشی و رشد اقتصادی و همچنین خلق فرصت‌های شغلی در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا نماید.

با مشکل کم آبی، کشاورزان نیاز به درآمدی مکمل دارند که این در آمد می‌تواند از طریق گردشگری کشاورزی حاصل شود، چرا که مطرح بودن استان گلستان به عنوان قطب کشاورزی در ایران و به عبارت دیگر پتانسیل کشاورزی غنی همراه با جغرافیای منطقه و انواع مختلف محصولات کشاورزی می‌تواند به مشارکت مردم محلی، اشتغال زایی، در آمد مکمل برای کشاورزان با حضور بازدید کننده در مزرعه، تجربه فعالیت‌های کشاورزی، توسعه روستایی و بهبود اقتصاد محلی با جذب گردشگران و کشف ایده‌های جدید و کار آفرینی کمک کند. با این حال چنین فعالیتی قابلیت سرمایه‌گذاری را هم در بخش دولتی و هم در بخش خصوصی فراهم می‌کند تا هم به توسعه استان و هم به اشتغال زایی جوانان این استان کمک شایانی کرده باشد. لذا با توجه به شرایط موجود لزوم توسعه گردشگری و به ویژه گردشگری کشاورزی در این استان احساس می‌شود.

همچنین امروزه به دلیل بحران‌های خشکسالی و گرم شدن زمین دیگر کشاورزی سنتی نمی‌تواند پاسخگوی مسائل اقتصادی خانوارها باشد و این بحران‌های طبیعی چالش‌هایی همچون بیکاری و مهاجرت را به دنبال دارد و رونق گردشگری کشاورزی نه تنها گامی به سوی حفظ کشاورزی سنتی است بلکه فرصت‌هایی را برای اشتغال و جایگزینی شغل‌های گردشگری به جای کشاورزی فراهم می‌کند. هدف این پژوهش، شناسایی پتانسیل‌ها و عوامل موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی و همچنین فرصت‌های کسب و کار حاصل از آن در استان گلستان است بنابراین با توجه به مطالب مطرح شده سوال اصلی این پژوهش

محور توسعه، در گونه‌های مختلف خود علاوه بر حفظ ارتباط بین مقوله توسعه کشاورزی در میانه تلفیق آنها، رویکردی متفاوتی را در کارکرد اقتصاد روستایی شکل می‌دهد. به هرحالت کشاورزی به عنوان یک فضای جغرافیایی می‌تواند انواع گردشگری را در خود جای دهد که در این ارتباط گردشگری کشاورزی زیر شاخه‌ای از گردشگری می‌باشد. گردشگری کشاورزی علاوه بر ایجاد فرصت‌های جدید شغلی می‌تواند ارزشهای اجتماعی- فرهنگی را در مناطق ارتقا دهد (قاسمی و حمزه، ۲۰۱۴: ۱۵-۲۴).

استان گلستان با دارا بودن یک موقعیت جغرافیایی ممتاز در مسیر جاده آسیایی تهران مشهد، همجواری با مرزهای بین‌المللی، واقع شدن در کنار دریای خزر و همچنین برخورداری از تنوع قومی و فرهنگی به عنوان یکی از مهم ترین مناطق گردشگری کشور محسوب می‌شود. استان گلستان بیش از ۶۰۰ هزار هکتار زمین، آبی و دیم، زیر کشت دارد. گندم، جو، پنبه و آفتابگردان از فراورده‌های کشاورزی اصلی این استان است. گلستان از معدود استان‌های کشور به شمار می‌رود که سال‌ها ممنوعیت صنعتی شدن را بر دوش کشیده و این روزها همه جا سخن از توسعه استان بر پایه و محورهای مختلف است و به عقیده کارشناسان، موضوعات گردشگری و کشاورزی می‌تواند موجب تحول این استان باشد. استان گلستان از دیرباز مهد تولیدات کشاورزی بوده و به دلیل داشتن اراضی نسبتاً حاصلخیز در این زمینه در کشور مطرح شده است. گلستان در تولید برخی از محصولات استراتژیک از جمله گندم و دانه‌های روغنی از جمله سویا، کلزا و آفتابگردان و البته پنبه در کشور از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. ویژگی‌های طبیعی و اقلیمی و هم چنین تنوع قومیتی در این استان موجب شده که گلستان به عنوان نگارستان ایران و یا ایران کوچک نام بگیرد. استانی که به فاصله یک ساعت از مرکز می‌توان به دریا، جنگل، کوه و صحرا رسید، از سوئی دیگر همین تنوع اقلیمی منجر به این شده که گلستان یکی از قطب‌های تولید محصولات کشاورزی در کشور به شمار برود. جاذبه‌های گردشگری کشاورزی موجود در

به توسعه گردشگری کمک خواهد کرد بلکه به فعالیت‌های روستایی در زمینه‌های مختلف کشاورزی، دامپروری دستی محلی رونق خواهد بخشید (رهبر، ۱۳۹۲).

کشاورزی محور استقلال و توسعه است (ورزیده، ۱۳۹۲). گردشگری، شاید بیش از هر بخش دیگر، پتانسیل کمک به توسعه اقتصادی از طریق ارتباط آن با بخش کشاورزی دارد و یک افزایش در تقاضا برای محصولات و خدمات جدید مانند گردشگری کشاورزی وجود دارد. بسیاری از مقصدهای گردشگری بین المللی با موفقیت از گردشگری به منظور تشویق بخش‌های دیگر اقتصاد و ایجاد فرصت‌های شغلی جدد و نوآورانه استفاده کرده اند (هتلی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). به عبارتی دیگر گردشگری انگیزاننده و موجب ایجاد تنوع در بخش کشاورزی از طریق محصولاتی با ارزش افزوده، محصولات غیر سنتی، میوه‌های ویژه و تخصصی، گل‌ها و محصولات گلخانه‌ای می‌شود (ترک جورن، ۱۳۹۳).

ارتباط کشاورزی با گردشگری هم‌افزایی طبیعی را ایجاد می‌کند که در نهایت منجر به توسعه اقتصادی، افزایش درآمد مزرعه و ارائه فرصت‌های بیشتری برای افراد مشغول به کار در هر دو بخش می‌شود (جنکینز<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴). بلیسل<sup>۳</sup> (۱۹۸۳) بیان می‌کند که گردشگری می‌تواند کشاورزی را تحت تاثیر قرار دهد. می‌تواند اشتغال بخش کشاورزی را با جذب نیروی کار خارج از بخش کشاورزی (رقابت برای کار) تغییر دهد؛ در دسترس بودن زمین‌های کشاورزی را از طریق افزایش کاربری زمین برای مقاصد تفریحی (رقابت برای زمین) کاهش دهد؛ ارزش زمین و استفاده از زمین در مناطق اطراف توسعه‌های گردشگری تغییر دهد؛ و انگیزه‌هایی برای کشاورزان محلی ایجاد کند تا تولید خود را (و احتمالاً بهبود روشها و تکنیک‌ها) برای پاسخگویی به تقاضای غذای گردشگر گسترش دهد و تنوع بخشد. تورس<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) به سه نوع از

این است که، الگوی گردشگری کشاورزی با رویکرد داده بنیاد در استان گلستان چگونه است؟

### مبانی نظری

گردشگری به عنوان محرکی کارآمد برای بازسازی و توسعه اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی یاد شده و به طوری که طی سال‌های اخیر در سراسر اروپا برای رفع مشکلات اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی حاشیه ای و یا روستاهایی که با کاهش فعالیت‌های کشاورزی سنتی رو به رو شده اند، گردشگری در کانون توجه قرار گرفته است (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴). به علاوه گردشگری قابلیت‌های زیادی برای ایجاد کسب و کارهای جدید دارد و می‌تواند به توسعه اشتغال زایی و کارآفرینی کمک کند و عامل مهمی در بهبود معیشت و افزایش سطح درآمد آنها در کنار کار کشاورزی و دامداری باشد. بنابراین گردشگری هم به عنوان یکی از منابع تسهیل کننده توسعه پایدار و همچنین به عنوان یکی از بخش‌های اصلی اقتصاد جامعه، مدنظر قرار گرفته است (عبدالله زاده و همکاران، ۱۳۹۴؛ فیروزآبادی و قاسمی، ۱۳۸۸).

گردشگری با جذابیت‌های خاص طبیعی و محلی و یا تجربه جدیدی از زندگی روستایی برای گردشگران همراه است. محیط‌های روستایی با ویژگی‌های طبیعی و به دور از آلودگی‌های محیط شهری قرار داشته و اصل بازگشت انسان به طبیعت را انعکاس می‌دهند. این ویژگی‌ها گردشگران را جلب کرده و منجر به تحرک بخشی محیط روستایی می‌شود (باقری، ۱۳۹۱). رونق گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند به توانمند سازی، تنوع بخش فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید کمک کند (حیدری ساربان، ۱۳۹۱). بنابراین می‌توان گفت از یک طرف محیط‌های روستایی به عنوان فضاها و اماکن بیلاقی و استراحت برای گذراندن اوقات فراغت گردشگرها به ویژه گردشگران داخلی می‌باشند و از طرف دیگر تولیدات آنها از جمله مواد خوراکی و صنایع دستی به گردشگرها عرضه می‌شود و از این طریق به اقتصاد معیشتی آنان کمک می‌کنند. سازماندهی آنها نه تنها

1. Haatley
2. Jenkins
3. Belisle
4. Torres

سازد. از یک طرف گردشگری کشاورزی با افزایش جمعیت گردشگران به روستاها باعث رونق کسب و کار و تأسیس شرکت‌های کشاورزی - گردشگری فروش محصولات کشاورزی و حتی جذب گردشگران سرمایه گذار و کار آفرین خواهد شد. از طرف دیگر گردشگران نیز از فرصت برخورداری از دانش کشاورزی در حین بازدید و استراحت استفاده از آداب و رسوم بومی و محلی برخوردار می‌شوند. گردشگری کشاورزی علاوه بر روشی در تأمین مالی و پرتفوی سرمایه گذاری بخش کشاورزی، فرصتی برای اشتغال سایر دانش آموختگان بخش کشاورزی فاقد شغل مناسب باشد. پارکار (۲۰۱۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان گردشگری کشاورزی در منطقه رانتناجیری کونکان (ماهاراشترا) معتقد است که بسیاری از کشورها در سراسر جهان از گردشگری کشاورزی به عنوان یک استراتژی برای توسعه و بازسازی اقتصاد کشاورزی، جلوگیری از مشکلات مهاجرت شهری - روستایی، حفظ امنیت غذایی، حفظ زمین‌های کشاورزی و تکمیل درآمد مزرعه خانوادگی استفاده کرده اند و نیز به مسائل و مشکلات موجود در گردشگری کشاورزی اشاره می‌کند. جنکیتر (۲۰۱۴)، در پایان نامه‌ی توسعه کشاورزی و گردشگری و کشاورزی: مورد مطالعه سنت کیتس به کشف فرایند توسعه گردشگری کشاورزی پرداخت و لازم به ذکر است که این تحقیق نه تنها موانع جغرافیایی و فنی را بلکه ویژگی‌های روانی و رفتاری مردم محلی را که مانع توسعه کشاورزی از طریق گسترش گردشگری کشاورزی می‌شود را شناسایی می‌کند.

### روش تحقیق

هدف تحقیق حاضر طراحی الگوی گردشگری کشاورزی در استان گلستان می‌باشد. روش تحقیق از لحاظ ماهیت، اکتشافی و از نظر روش گردآوری داده‌ها استقرایی و از نوع کیفی می‌باشد که به روش داده بنیاد، مبتنی بر دستورالعمل پیشنهاد شده از سوی استراوس و کوربین شکل گرفته‌است. تیم مشارکت‌کننده شامل ۲۰ نفر از خبرگان دانشگاهی

عوامل محدود کننده ارتباط بین گردشگری و کشاورزی، مانند عوامل مربوط به عرضه و تولید، عوامل مرتبط با تقاضا و عوامل مرتبط با بازار اشاره می‌کند. هر یک از عوامل، هنگامی که شکسته شوند، ارتباط بین بخش کشاورزی و گردشگری را توسعه می‌دهند. عوامل مربوط به عرضه و تولید شامل محدودیت‌های زیست محیطی منفی (نوع خاک، آب و هوای غیر قابل پیش‌بینی)، عدم تولید محصولات کشاورزی سازگار، رقابت بین کار بین گردشگری و کشاورزی، کیفیت ضعیف تولید محصولات کشاورزی محلی، قیمت بالای تولیدات محلی و مسائل مالی می‌باشد. از سوی دیگر، عوامل مرتبط با تقاضا بر روی گردشگران انبوه با ترجیحات غذایی محافظه‌کار، در حالی که عوامل مربوط به بازار بر ضعف بازاریابی و رقابت از جایگزین‌های ارزان‌تر تمرکز دارد. برای کاهش این محدودیت‌ها، به خصوص محدودیت‌های مرتبط با تولید مواد غذایی و عرضه که در بالا اشاره شد، نقش دولت و سیاست مهم هستند (هندرسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). پژوهش‌های متعددی در خصوص گردشگری کشاورزی صورت گرفته است. به عنوان مثال: امیری و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تاثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی نشان دادند در اغلب مناطق روستایی به دلیل تسلط بخش کشاورزی تأکید اصلی بر کار آفرینی کشاورزی است، زیرا توسعه کارآفرینی روستایی قابلیت‌های برای کمک به تنوع بخشی به درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیرکشاورزی روستاییان به حساب می‌آید. حسن دوست (۱۳۹۴)، در مقاله خود با عنوان گردشگری کشاورزی، منبع مالی نهفته در متنوع‌سازی پرتفوی کشاورزی نشان داد که افزایش قیمت نهاده‌ها، کمبود منابع آبی و افزایش بیکاری در بین جوانان روستایی و خانواده‌های کشاورزی منجر به مهاجرت آنها به سمت شهرها می‌شود و از طرفی شهرنشینان نیز از زندگی شهری خسته شده‌اند. حال گردشگری کشاورزی فرصتی است که می‌توان خلاهای حداقل این دو گروه را مرتفع

1. Henderson

استفاده گردید. بدین صورت که از مصاحبه پانزدهم به بعد تکرار در مصاحبه‌ها به وضوح مشاهده گردید به هر حال جهت اطمینان از رسیدن به نقطه اشباع نظری مراحل اجرای مصاحبه‌ها تا نمونه بیستم ادامه یافت.

سازمانی که دارای سوابق علمی و اجرایی مرتبط با حوزه مدیریت به شیوه نمونه‌گیری هدفمند با تکنیک گلوله برفی انتخاب شدند که ویژگی‌های آن‌ها در جدول شماره ۱ ارائه شده‌است. جهت گردآوری داده‌ها از مصاحبه عمیق با خبرگان تا حصول به اشباع نظری

جدول ۱: ویژگی‌های جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان (خبرگان)

ویژگی	شاخص	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۳	۱۵
	مرد	۱۷	۸۵
مدرک تحصیلی	فوق لیسانس	۹	۴۵
	دکتری تخصصی	۱۱	۵۵
سابقه خدمت	کمتر از ۱۰ سال	۳	۱۵
	۱۰ تا ۱۵ سال	۹	۴۵
	۱۵ تا ۲۰ سال	۶	۳۰
	بیشتر از بیست سال	۲	۱۰

مرحله کدگذاری باز: شناسایی ۵۴۳ مفهوم اولیه

مرحله کدگذاری محوری: شناسایی ۲۴ مفهوم

- ۱- شرایط علی: تنوع محصول، روش‌های کشت، جاذبه‌های زیست محیطی، جاذبه‌های گردشگری، آگاهی گردشگران، سلايق گردشگران
- ۲- شرایط مداخله‌گر: ميل به شهرنشینی، تغییر نگرش روستائیان، مشارکت مدنی، مقررات عمومی
- ۳- شرایط زمینه‌ای: دولت، زیرساخت‌ها
- ۴- راهبردها: اطلاع‌رسانی، بازاریابی، ساختار مدیریتی، تدوین استراتژی، بهسازی نیروی انسانی، آگاهی

مرحله کدگذاری انتخابی: شناسایی ۱۲ مقوله

- ۱- شرایط علی: تنوع الگوی کشت (تنوع محصول، روش‌های کشت)، جاذبه‌های اقلیمی و محیط زیست (جاذبه‌های زیست محیطی، جاذبه‌های گردشگری)، تجربه و نگرش گردشگران (آگاهی گردشگران، سلايق گردشگران)
- ۲- شرایط مداخله‌گر: نظام خط‌مشی‌گذاری (مشارکت مدنی، مقررات عمومی)، مهاجرت روستائیان (ميل به شهرنشینی، تغییر نگرش روستائیان)
- ۳- شرایط زمینه‌ای: ظرفیت‌سازی و حمایت دولت (دولت، زیرساخت‌ها)
- ۴- راهبردها: تبلیغات و برندسازی (اطلاع‌رسانی، بازاریابی)، مدیریت و برنامه‌ریزی (ساختار مدیریتی، تدوین استراتژی)، آموزش و توانمندسازی (بهسازی نیروی انسانی، آگاهی بخشی)، به‌گزینی الگوهای گردشگری (الگوسازی، الگوپذیری)
- ۵- پیامد: توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی (توسعه کسب و کار، فعالیت‌های خلاقانه)، رشد و رفاه اقتصادی (رفاه اجتماعی، افزایش درآمد)

شکل ۱: فرآیند مدیریت داده‌ها و تکامل مدل در مرحله کدگذاری

### محدوده و قلمرو پژوهش

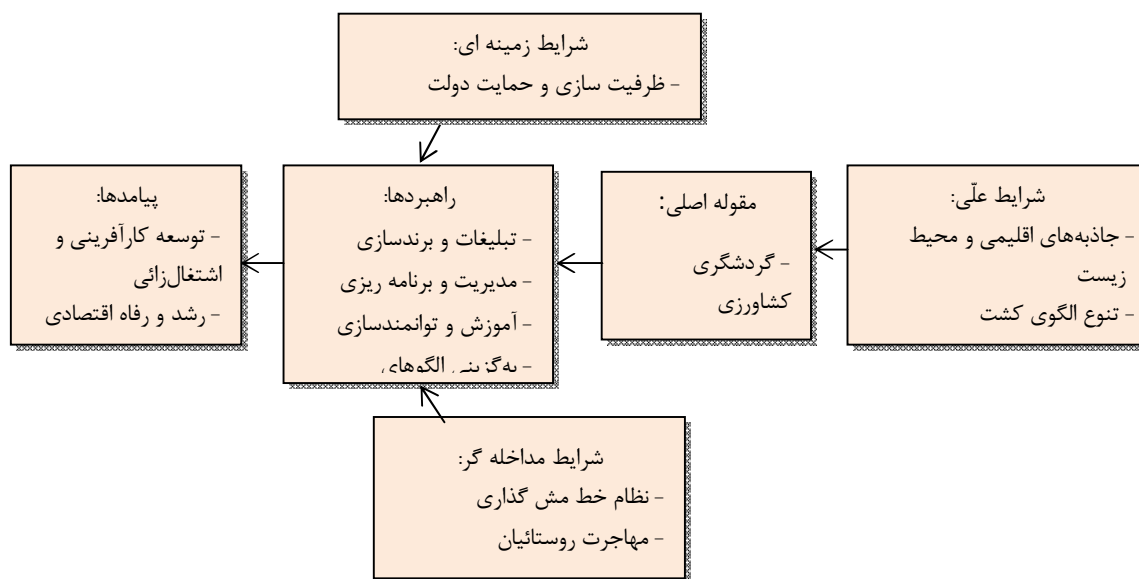
قلمرو موضوعی این تحقیق حوزه گردشگری با تاکید بر گردشگری کشاورزی بوده است. جمع‌آوری داده‌ها کتابخانه‌ای و میدانی این پژوهش در سال ۱۳۹۸ انجام شده است. همچنین محدوده مکانی برای انجام این پژوهش، استان گلستان بوده است.

### بحث اصلی

کدگذاری باز: در پژوهش حاضر مصاحبه‌های انجام شده پس از پیاده سازی، سطر به سطر بررسی، مفهوم پردازی و سپس بر اساس مشابهت، ارتباط مفهومی و خصوصیات مشترک بین کدهای باز مشخص شدند. کدگذاری محوری: در این مرحله، نظریه پرداز داده بنیاد، یک مفهوم مرحله کدگذاری باز را انتخاب کرده و آن را در مرکز فرآیندی که در حال بررسی آن است

قرار می‌دهد و سپس، دیگر مقوله‌ها را به آن ربط می‌دهد. مقوله‌ها عبارتند از: شرایط علی، شرایط مداخله گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها، پیامدها. کدگذاری انتخابی: مرحله آخر کدگذاری انتخابی است. پژوهشگر پدیده محوری را اختیار کرده و به‌طور نظام‌مند آن را به دیگر طبقات مرتبط می‌سازد (گرسول، ۲۰۱۵: ۲۸۹). فرآیند مدیریت داده‌ها و تکامل مدل در مراحل کدگذاری در شکل ۱ ارائه شده است.

بر اساس تحلیل داده‌های کیفی، مرحله کدگذاری انتخابی تکمیل شد که طبق آن، خط ارتباطی میان مقوله‌های پژوهش شامل شرایط علی، مقوله محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله گر، راهبردها و پیامدها مشخص گردید و در قالب یک مدل ترسیم گردیدند.



نمودار ۴-۲- الگوی نهایی گردشگری کشاورزی

- ✓ گزاره ۱- جاذبه‌های اقلیمی و محیط زیست، تنوع کشت و تجربه و نگرش گردشگران برای گردشگری کشاورزی، شرایط علی محسوب می‌شوند.
- ✓ گزاره ۲- ظرفیت سازی و حمایت دولت شرایط زمینه‌ای گردشگری کشاورزی محسوب می‌شوند.

با استفاده از اطلاعات به دست آمده و به منظور توسعه مبانی نظری گردشگری کشاورزی و با عنایت به این مهم که برون داد یک پژوهش کیفی مطلوب با راهبرد پژوهش، مرکب دستیابی به یک فرضیه است. بنابراین با تحلیل بیشتر و دقیق تر و با تأیید روایی و پایایی داده‌های پژوهش، گزاره‌های زیر بر پایه مؤلفه‌های مرحله کدگذاری محوری، به دست آمده‌اند:



✓ گزاره ۶- گردشگری کشاورزی پیامدهای توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زائی، رشد و رفاه اقتصادی را در پی خواهد داشت. جهت تعیین روایی پژوهش از روش لینکلن و گوبا روایی پژوهش استفاده شد. در جدول شماره ۲ مراحل تأیید روایی ارائه شده است.

✓ گزاره ۴- نظام خط‌مشی‌گذاری و مهاجرت روستائیان شرایط مداخله‌گر گردشگری کشاورزی محسوب می‌شوند.

✓ گزاره ۵- تبلیغات و برندسازی، مدیریت و برنامه ریزی، آموزش و توانمندسازی و به‌گزینی الگوهای گردشگری از راهبردهای گردشگری کشاورزی محسوب می‌شوند.

جدول ۲: روایی و اعتبار بر اساس روش لینکلن و گوبا

شاخص	فرآیند
اعتبار پذیری	صرف زمان کافی برای پژوهش و تأیید داده‌های مصاحبه در بازبینی توسط مشارکت‌کنندگان
انتقال پذیری	اخذ نظر خبرگانی که در پژوهش شرکت نداشتند
تأیید پذیری	مستندسازی و حفظ گام‌های پژوهش و مستندات در فرایند پژوهش
قابلیت اعتماد	حفظ و نگهداری کلیه داده‌های خام شامل نکات مهم اسناد، مصاحبه‌ها و تحلیل‌ها در روند پژوهش

و هر یک از داده‌ها بر اساس فرآیند تجانس مفهومی، در قالب ۶ کد محوری و ۳ کدگذاری انتخابی، سازماندهی گردیدند. بدین ترتیب، سه کد انتخابی شامل جاذبه‌های اقلیمی و محیط زیست در قالب مفاهیم (جاذبه‌های گردشگری، جاذبه‌های زیست محیطی) و تنوع الگوی کشت در قالب مفاهیم (تنوع محصول، روش‌های کشت) و تجربه و نگرش گردشگران در قالب مفاهیم (آگاهی گردشگران، سلاقی گردشگران) تبیین شد.

#### ❖ جاذبه‌های اقلیمی و محیط زیست: از دیدگاه

خبرگان جاذبه‌های اقلیمی و محیط زیست یکی از عوامل موثر در گردشگری کشاورزی در استان گلستان می‌باشد. استان گلستان به دلیل موقعیت جغرافیایی، تعدد روستا و دارا بودن شرایط اقلیمی و چشم‌اندازهای رنگارنگی در بازه زمانی مختلف جاذب گردشگران باشد. دارا بودن اقلیم مختلف و متصل به یکدیگر در پهنه‌ای نسبتاً کوچک از کشور یک ویژگی بسیار مهم است زیرا هر گردشگر در عرض چند ساعت گردش در استان قادر خواهد بود تا از مناظر چشم نواز مراتع مشجر، گونه‌های مختلف جنگلی، اراضی زراعی و باغی بسیار متنوع، دریا، تپه‌های لسی، شترها، گله‌های گوسفندان را ملاحظه نموده و لذت ببرد. همچنین

همچنین برای ارزیابی پایایی در تحقیقات کیفی می‌توان از روش حسابرسی فرآیند استفاده کرد. نتایج زمانی قابل حسابرسی هستند که پژوهشگر دیگری بتواند فرآیند تصمیم به کار رفته توسط پژوهشگر اصلی در طول مصاحبه را به روشنی و وضوح پیگیری کند و سازگاری مطالعه را نشان دهد (داوینگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). بنابراین در پژوهش حاضر، فرآیند اجرای تصمیمات و همچنین همه داده‌ها، مفهومیها، مقوله‌ها، فرآیند مطالعات، اهداف و سوالات در اختیار سه تن از خبرگانی که علاوه بر اینکه در حوزه گردشگری خبره هستند درخصوص روش داده بنیاد نیز تسلط کافی داشته‌اند، قرار گرفت و با حسابرسی دقیق همه گام‌های پی‌موده شده، تأیید شد.

#### جمع بندی و نتیجه گیری

**شرایط علی:** شرایط علی، رویدادهایی است که موقعیت‌ها، مباحث و مسایل مرتبط با پدیده را خلق می‌کنند. پس از هر مصاحبه کدهای اولیه پالایش گردیده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر کدهای کشف شده، در ذیل یک مفهوم کلان‌تر قرار گرفته و این فرآیند بارها و بارها تکرار گردید تا پس از پالایش‌های مکرر، کدهای اولیه به ۱۲۵ کدگذاری باز

1 . Dawing



روستائیان با مفاهیم (میل به شهرنشینی، تغییر نگرش روستائیان) تبیین شد.

#### ❖ **نظام خط‌مَش‌گذاری: سیاست‌گذاری و**

تصمیم‌گیری منطقه‌ای به کمک کمیته‌های منطقه‌ای، عدم وجود استانداردهای لازم و تعریف شده برای ارائه خدمات گردشگری کشاورزی، اتخاذ شیوه مدیریت یکپارچه صنعت گردشگری در سطوح فراهخشی و بین بخشی، حذف بروکراسی‌های زائد اداری بویژه در وزارت جهاد کشاورزی، کاهش تمرکزگرایی در حوزه گردشگری از طریق توان بخشی بخش خصوصی و NGOها، توسعه سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی، ایجاد تعاونی و سازمان‌های مردم نهاد و برگزاری استارت‌آپ‌ها با مشارکت شرکت‌های دانش بنیان و تنوع بخشی به محصولات گردشگری مبتنی بر قابلیت‌های مناطق مختلف با مشارکت عمومی و خصوصی از نکات مورد اشاره در گردشگری کشاورزی استان گلستان می باشد.

#### ❖ **مهاجرت روستائیان: مهاجرت روستائیان شده**

وحاشیه‌نشینی شهرها به دلیل اشتغال ایجاد شده کاهش خواهد یافت، افزایش شدید در قطعه قطعه شدن زمین‌های کشاورزی و تبدیل آن به مراکز خدمات گردشگری

#### ❖ **شرایط زمینه‌ای: شرایط زمینه‌ای، شرایطی هستند**

که راهبردها و اقدامات تحت آن به اداره‌ی پدیده می‌پردازند. پس از هر مصاحبه کدها پالایش گردیده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر کدهای کشف شده، کدها به ۱۲۲ کدگذاری باز و هر یک از داده‌ها بر اساس فرآیند تجانس مفهومی، در قالب ۲ مفهوم (کد محوری) و ۱ کد انتخابی، سازماندهی گردیدند. بدین ترتیب، مقوله ظرفیت‌سازی و حمایت دولت با دو مفهوم دولت و زیرساخت‌ها تبیین شد.

#### ❖ **ظرفیت‌سازی و حمایت دولت: ایجاد**

زیرساخت‌های حوزه گردشگری می‌تواند نخستین گام جهت انجام این نوع از فعالیت‌ها باشد. با توجه به تعریف جامع گردشگری کشاورزی بایستی برای تحقق آن کلیه زیرساخت‌های مرتبط با هر یک از اجزای تعریف را مهیا

تنوع خاک، اقلیم، پوشش گیاهی و میزان آب در دسترس که باعث می‌شود جذب گردشگر با هر سلیقه‌ای صورت گیرد.

#### ❖ **تنوع الگوی کشت: کشت محصولات و قرارگیری**

بسترهای کشت در نواحی مختلف جلگه‌ای، دشت، کوهپایه‌ای، تنوع در محصولات کشاورزی و باغی، تنوع روش‌های کشت با توجه به تکثر اقوام، تکثر فرهنگ‌های کشاورزی و تنوع بیش از ۷۰ نوع محصول مهم زراعی و باغی همچون گندم، جو، سویا، کلزا، گیاهان دارویی باعث می‌شود در استان گلستان تنوع زراعی و باغی در فصول مختلف دیده شود.

#### ❖ **تجربه و نگرش گردشگران: سلاقی مختلف نیز**

اختیار لازم و قدرت مانور در زمان و لذت و فرصت لازم را جهت برنامه‌ریزی در گردشگری داشته باشند. ایجاد فرصت برای گردشگران جهت فراگیری نوع زندگی مردم روستایی، امکان اقتناع افراد از طریق مشارکت عملی در فرایند تولید غذا در زندگی خانوار روستایی، تقاضای گردشگران برای مزارع و محصولات ارگانیک و محلی روستایی و سبک زندگی سالم، افزایش تعامل بین جوامع روستایی و شهری، نیاز به تجربه رؤیایی حومه شهر و هوای روستا از طریق گردشگری کشاورزی می‌تواند از عوامل موثر بر افزایش درخواست و تمایل گردشگران به گردشگری تعاملی با جامعه میزبان و مقصد و امکان تجربه فعالیت‌های بومی مقصد باشد.

#### ❖ **شرایط مداخله‌گر: شرایط مداخله‌گر شرایط وسیع و**

عامی همچون زمان، فضا، فرهنگ هستند که به عنوان تسهیلگر و یا محدودکننده‌ی راهبردها و اجرای سیاست‌ها عمل می‌کنند. پس از هر مصاحبه کدها پالایش گردیده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر کدهای کشف شده، کدها به ۸۳ کدگذاری باز و هر یک از داده‌ها بر اساس فرآیند تجانس مفهومی، در قالب ۴ کد محوری و ۲ کد انتخابی، سازماندهی گردیدند. بدین ترتیب، مقوله نظام خط‌مَش‌گذاری با مفاهیم (مقررات عمومی، مشارکت مدنی) و مقوله مهاجرت

نمود. ایجاد نمایشگاه‌هایی از ابزار آلات و فنون کشاورزی تاریخی و باستانی، مکتوب کردن فنون و شیوه‌های کشاورزی گذشته و حفظ آن میراث، ایجاد زیرساخت‌های لازم از جمله فضای باغات و زمین‌های کشاورزی برای بازدید، فضای پارکینگ کافی با تأکید بر اختصاص فضایی برای پارکینگ افراد معلول و غیره می‌تواند به‌عنوان راهبردی منطقی در جهت ثبت و احیای آن مناطق باشد. تسهیل امورات اداری جهت اخذ مجوزها برای فعالین این حوزه بسیار حائز اهمیت می‌باشد. چرا که عدم هماهنگی دستگاه‌ها و چالش‌های موجود در این زمینه از انگیزه علاقمندان این حوزه می‌کاهد. وجود طرح از سوی دولت برای تشویق و پشتیبانی اقدامات و ابتکارات تغییر کاربری زمین (توسعه ساخت وسازها) و ایجاد هماهنگی بین نهادهای مرتبط به منظور ایجاد و توسعه جشنواره‌های کاشت، داشت، برداشت، هم‌افزایی بین سایر دستگاه‌های متولی و ایجاد تعامل و انعقاد تفاهم‌نامه با دستگاه‌ها و موسسات دولتی مرتبط می‌تواند رونق گرفتن این صنعت را در استان تسهیل کند.

**راهبرد:** در راهبردها و اقدامات، کنش‌ها و فعالیت‌های اصلی که می‌تواند در گردشگری کشاورزی راهگشا باشند مورد توجه قرار گرفت. پس از هر مصاحبه کدها پالایش گردیده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر کدهای کشف شده، کدها به ۱۵۹ کدگذاری باز و هر یک از داده‌ها بر اساس فرآیند تجانس مفهومی، در قالب ۸ کد محوری و ۴ کد انتخابی تبلیغات و برندسازی، مدیریت و برنامه‌ریزی، آموزش و توانمندسازی و به‌گزینی الگوهای گردشگری سازماندهی گردیدند. بدین ترتیب مقوله تبلیغات و برندسازی با دو مفهوم (بازاریابی، اطلاع‌رسانی)، مدیریت و برنامه‌ریزی با دو مفهوم (ساختار مدیریتی، تدوین استراتژی)، آموزش و توانمندسازی با دو مفهوم (آگاهی بخشی، بهسازی نیروی انسانی) و به‌گزینی الگوهای گردشگری با دو مفهوم (الگوسازی، الگو پذیری) تبیین شد.

❖ **تبلیغات و برندسازی:** با توجه به ظرفیت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی و

تبلیغات صنعت گردشگری می‌تواند برای کمک به تبلیغ گردشگری کشاورزی و فراهم آوردن تسهیلات مناسب به کشاورزان، صدور فرهنگ و آداب غنی مردم استان به سایر استان‌ها و سایر کشورها مفید باشند. استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی فعالیت‌های گردشگری کشاورزی و توسعه برنامه‌های خدماتی مشتری‌پسند، ساخت و مدیریت برند گردشگری کشاورزی برای افزایش کیفیت محصولات و بالا بردن اطمینان حائز اهمیت است. چه بسیار مناطقی در استان وجود دارند که بدلیل عدم اطلاع رسانی مناسب یا برندسازی نامناسب و... باعث گمنامی آنها شده‌اند این در حالی است که در برخی از استان‌ها شاهد هستیم که ظرفیت‌های این‌چنینی را هم ندارند اما خیل عظیم گردشگران روانه آن منطقه شده و برای آنجا سودهای اقتصادی کلانی را به ارمغان آورده است.

❖ **مدیریت و برنامه‌ریزی:** ورود گردشگر به استان می‌بایست با برنامه‌ریزی صحیح صورت پذیرد زیرا عدم آگاهی و برنامه‌ریزی نسبت به این مساله باعث می‌شود تا علاوه بر تخریب محیط زیست، منابع طبیعی و ... هیچ سودی را عاید استان نکند. با استفاده از مدیریت استراتژیک می‌توان قدم‌های بهتری در آینده صنعت گردشگری کشاورزی برداشت و با تکیه به ظرفیت‌ها و نقاط قوت استان می‌توان بینش بهتری به آینده این صنعت داشت. از این‌رو شناسایی نیاز گردشگران و هدایت کشاورزان برای تولید محصولات مورد نیاز گردشگران، ایجاد فضای جدید برای برنامه‌ریزی و فعالیت دفاتر خدمات مسافرتی، تطبیق عرضه و تقاضای گردشگری در طراحی محصول و برنامه‌ریزی بازاریابی، هدایت کشاورزان، باغداران و سایر فعالین بخش کشاورزی، جهت‌دهی تسهیلات ارزان قیمت در راستای تقویت برنامه‌ها و پروژه‌های مرتبط، کنترل و جلوگیری از آسیب‌های اقتصادی و اجتماعی به کشاورزان خرده مالک، برنامه‌های آمایش سرزمینی و کشاورزی و باغی بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

❖ **آموزش و توانمندسازی:** از جمله مقولاتی که در بسترسازی گردشگری کشاورزی استان می‌تواند نقش ایفا کند آموزش ذینفعان که شامل، کشاورزان،

نمود. ایجاد نمایشگاه‌هایی از ابزار آلات و فنون کشاورزی تاریخی و باستانی، مکتوب کردن فنون و شیوه‌های کشاورزی گذشته و حفظ آن میراث، ایجاد زیرساخت‌های لازم از جمله فضای باغات و زمین‌های کشاورزی برای بازدید، فضای پارکینگ کافی با تأکید بر اختصاص فضایی برای پارکینگ افراد معلول و غیره می‌تواند به‌عنوان راهبردی منطقی در جهت ثبت و احیای آن مناطق باشد. تسهیل امورات اداری جهت اخذ مجوزها برای فعالین این حوزه بسیار حائز اهمیت می‌باشد. چرا که عدم هماهنگی دستگاه‌ها و چالش‌های موجود در این زمینه از انگیزه علاقمندان این حوزه می‌کاهد. وجود طرح از سوی دولت برای تشویق و پشتیبانی اقدامات و ابتکارات تغییر کاربری زمین (توسعه ساخت وسازها) و ایجاد هماهنگی بین نهادهای مرتبط به منظور ایجاد و توسعه جشنواره‌های کاشت، داشت، برداشت، هم‌افزایی بین سایر دستگاه‌های متولی و ایجاد تعامل و انعقاد تفاهم‌نامه با دستگاه‌ها و موسسات دولتی مرتبط می‌تواند رونق گرفتن این صنعت را در استان تسهیل کند.

**راهبرد:** در راهبردها و اقدامات، کنش‌ها و فعالیت‌های اصلی که می‌تواند در گردشگری کشاورزی راهگشا باشند مورد توجه قرار گرفت. پس از هر مصاحبه کدها پالایش گردیده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر کدهای کشف شده، کدها به ۱۵۹ کدگذاری باز و هر یک از داده‌ها بر اساس فرآیند تجانس مفهومی، در قالب ۸ کد محوری و ۴ کد انتخابی تبلیغات و برندسازی، مدیریت و برنامه‌ریزی، آموزش و توانمندسازی و به‌گزینی الگوهای گردشگری سازماندهی گردیدند. بدین ترتیب مقوله تبلیغات و برندسازی با دو مفهوم (بازاریابی، اطلاع‌رسانی)، مدیریت و برنامه‌ریزی با دو مفهوم (ساختار مدیریتی، تدوین استراتژی)، آموزش و توانمندسازی با دو مفهوم (آگاهی بخشی، بهسازی نیروی انسانی) و به‌گزینی الگوهای گردشگری با دو مفهوم (الگوسازی، الگو پذیری) تبیین شد.

❖ **تبلیغات و برندسازی:** با توجه به ظرفیت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای بازاریابی و

اقتصادی سازماندهی گردیدند. بدین ترتیب مقوله توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی شامل دو مفهوم (توسعه کسب و کار، فعالیت‌های خلاقانه) و رشد و رفاه اقتصادی با دو مفهوم (افزایش درآمد، رفاه اجتماعی) تبیین شد.

#### ❖ توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی: از آنجا که

اگروتوریسم جزئی از گردشگری روستایی می‌باشد، بنابراین تأثیر بسزایی نیز در توسعه مناطق روستایی خواهد داشت. این تأثیرات شامل افزایش درآمد و فرصت‌های شغلی، امکان توسعه روستایی از نظر اشتغال و تنوع در کار به ویژه در مناطق کم برخوردار، تشویق روستاییان برای کارآفرینی از طریق مشاغل روستایی، پیاده‌سازی ایده‌های جدید در تولیدات کشاورزی، ایجاد مشاغل جدید در جهت تکمیل خدمات گردشگری کشاورزی، پایداری و رونق فعالیت‌های کارآفرینی اجتماعی در مناطق روستایی، حمایت از طرح‌های دانشجویی خلاق و طرح‌های پژوهشی می‌باشد.

#### ❖ رشد و رفاه اقتصادی: از جمله عواید شکل‌گیری

این نوع از فعالیت‌ها در استان می‌توان به عواید اقتصادی آن اشاره داشت. امروزه صنعت گردشگری بعنوان یکی از منابع درآمدی قوی دنیا محسوب می‌شود که رویکردهای جدید در این حوزه می‌تواند این نوع از فعالیت‌های درآمدزا را تقویت نماید. بنابراین واضح‌ترین و ابتدایی‌ترین دستاورد فعالیت در این حوزه می‌تواند دلالت‌های اقتصادی، افزایش درآمد سرانه استان به ویژه مناطق روستایی داشته باشد.

#### پیشنهادها

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان پیشنهادهایی ارائه داد که با به کار بستن آن‌ها اهداف پژوهش تحقق یابد. کلیه استراتژی‌های زیر با توجه به مدل پژوهش، مطالعات نظری و نتایج تحلیل شده از مصاحبه ارائه می‌گردد.

۱. تاکید و توجه بر مشارکت جامعه محلی با هدف ایجاد اشتغال و رونق اقتصاد محلی

علاقتمندان به حوزه‌های گردشگری روستایی و ... است که این امر می‌بایست از طریق نهادها و سازمان‌های متولی حوزه گردشگری بخصوص اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری رقم بخورد. آموزش روستاییان و کشاورزان در جهت نگاه داشت فرهنگ بومی و آمادگی جهت نفوذ فرهنگ شهری، آموزش به گردشگران در خصوص حساسیت‌های فرهنگی و سنتی و نحوه رفتار با محیط کشاورزی و روستایی، برگزاری کارگاه‌های علمی-آموزشی و نشست‌های تخصصی و کنفرانس‌های کشاورزی، انتقال دانش بومی و مهارت‌های فراموش شده به نسل جدید در جوامع محلی، آموزش به گردشگران در خصوص حساسیت‌های فرهنگی و سنتی و نحوه رفتار با محیط کشاورزی و روستایی، آشنایی با انجام فعالیت‌های کشاورزی و نحوه تولید محصولات کشاورزی، شفافیت در ارائه اطلاعات و آگاهی بخشی به مجریان و متقاضیان اجرای گردشگری کشاورزی می‌تواند کمک بسزایی به صنعت گردشگری در استان گلستان کند.

#### ❖ به‌گزینی الگوهای گردشگری: بازدیده‌های

میدانی از نمونه‌های موفق داخلی و خارجی این حوزه که در آن انتقال تجربه اتفاق می‌افتد ایجاد سایت‌های الگویی گردشگری و تعریف مدل‌های کسب و کار کشاورزی منطقه‌ای، الگوها و مدل‌های موفق اجرا شده در منطقه، اتخاذ الگوی توسعه گردشگری جامعه محور و درون‌زا با تکیه بر توانمندی جوامع محلی و حرکت به سوی استفاده از روش‌ها، الگوها و فرصت‌های جدید برای کسب درآمد می‌توانند از این حیث علاقمندان را با تجربیات خوب و یا احیاناً چالش‌های پیش روی این صنعت آشنا شوند.

**پیامد:** در نهایت در پیامدها، نتایج و پیامدهای مورد انتظار از گردشگری کشاورزی مورد توجه قرار گرفت. پس از هر مصاحبه کدها پالایش گردیده و با توجه به سنخیت و تجانس با سایر کدهای کشف شده کدها به ۵۴ کدگذاری باز و هر یک از داده‌ها بر اساس فرآیند تجانس مفهومی، در قالب ۴ کد محوری و ۲ کد انتخابی توسعه کارآفرینی و اشتغال‌زایی و رشد و رفاه

۱۵. ارائه اطلاعات کافی به کشاورزان در مورد گردشگری کشاورزی در زمینه بازاریابی، امکان پذیری پروژه و ارزیابی مالی با برگزاری کارگاه‌ها و نشست‌های تخصصی

۱۶. همکاری با گروه‌های داوطلبانه جهت بهره‌مندی از نیروی کار بومی با هدف ایجاد اشتغال و مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های گردشگری و کشاورزی

۲. آموزش و ظرفیت سازی با هدف القاء مهارت‌های کارآفرینی و برنامه‌ریزی فعالیت‌های کسب و کار  
۳. آموزش و تربیت راهنمایان متخصص در زمینه گردشگری کشاورزی و برگزاری تورهای مزرعه  
۴. اجرای برنامه‌های آموزشی و توانمند سازی در زمینه‌ی خود اشتغالی و کارآفرینی برای مردم بومی در جهت رونق گردشگری کشاورزی

### منابع

۱. امیری، صبا، احسانی فر، تهمینه. نادری، نادر و رستمی، فرحناز ۱۳۹۵. ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی. نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۳، ۱۶-۱.
۲. باقری، رحمان ۱۳۹۱. گردشگری در محیط روستا و نقش آن در توسعه پایدار روستایی، اولین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی، همدان
۳. پاپ زن، عبد الحمید، قبادی. پرستو، زرافشانی، کیومرث و گراوندی، شهپر. ۱۳۸۹. مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مورد: روستای حریر: استان کرمانشاه). فصلنامه پژوهش‌های روستائی ۱ (۳)، ۲۵-۵۲
۴. ترک جورن. طاهره. ۱۳۹۳. تأثیر گردشگری کشاورزی بر اقتصاد محلی و کارآفرینی (منطقه مورد مطالعه: دهستان کترا شهرستان تنکابن). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه هنر اصفهان، گروه مدیریت جهانگردی.
۵. حسن دوست. زهرا. ۱۳۹۴. گردشگری کشاورزی: منبع مالی نهفته در متنوع سازی پرتفوی کشاورزی، دومین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، همدان.
۶. حیدری ساربان. وکیل. ۱۳۹۱. تحلیل موانع موثر بر توسعه گردشگری مردانه شهرستان اردبیل. فصلنامه جغرافیا و مطالعات محیطی، ۱(۱) ۶۸-۸۱
۷. رهبر، یعقوب. ۱۳۹۲. اکوتوریسم و نقش آن در توسعه پایدار مناطق روستایی اولین همایش ملی مدیریت گردشگری طبیعت گردی و جغرافیا، همدان.
۸. عبدالله زاده غلامحسین، صالحی، خدیجه، شریف‌زاده، محمد شریف و خواجه شاهکوهی، علیرضا. ۱۳۹۴. بررسی تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی در استان گلستان. مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، ۱۵(۱)، ۱۴۸-۱۶۹.
۹. فیروز آبادی، احمد و قاسمی، معصومه. ۱۳۸۸. مطالعه نقش گردشگری در توسعه پایدار روستایی: مطالعه موردی روستاهای حسنلو، بالیقچی، کوزه گران و شیخ معروف. مجله علمی - پژوهشی مطالعات جامعه شناختی، ۳۷، ۹۱-۱۱۴.
۱۰. قنبری، سیروس، دهقان، محمد حسین و میرکی اناری: حسین. ۱۳۹۴. عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰(۳۲) ۱-۲۰.
۱۱. مطیعی لنگرودی، حسن و حیدری، زهرا. ۱۳۹۱. تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران (مطاله موردی: دهستان بلدهی شهرستان تنکابن). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. ۱(۳)، ۱-۲۳
۱۲. میر کتولی، جعفر و مصدق، راضیه. ۱۳۸۹. بررسی وضعیت گردشگری روستایی و نقش آن در رونق صنایع دستی مورد دهستان استرآباد جنوبی، شهرستان گرگان - مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه ای، ۲(۷)، ۱۳۷-۱۵۴.
۱۳. ورزیده، ابوبکر. ۱۳۹۲. توسعه گردشگری در راستای توسعه روستایی و کشاورزی، اولین همایش ملی مدیریت گردشگری، طبیعت گردی و جغرافیا، همدان
14. Downing, S.M. 2004. "Reliability: on the reproducibility of assessment data", *Medical Education*, 38(9):1006-1012.
15. Ghasemi, Moslem, and Amran Hamzah. "An Investigation of the Appropriateness of Tourism Development Paradigms in Rural Areas from Main Tourism Stakeholders' Point of View." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 144: 15-24.
16. Hatley, L. 2009. The nature of agritourism in the Buffalo City Municipality. Dissertation Thesis, Cape

19. Parkar, P. 2015. Developing agritourism in Ratnagiri district of Konkan (Maharashtra): issues and challenges. Online International Interdisciplinary Research Journal, 5(2): 145-152.
20. Torres, R. 2003. Linkages Between Tourism and Agriculture in Mexico. Annals of Tourism Research, 30(3): 546-566.
- Peninsula University of Technology. Business.
17. Henderson, J.C. 2009. A gro-tourism in unlikely destinations: a study of Singapore. Managing Leisure, 14(4): 258-268.
18. Jenkins, R.G. 2014. Agriculture and Tourism Development: The Case of St. Kitts. Dissertation Thesis, University of Waterloo. Geography - Tourism Policy and Planning.

