

چالش‌ها و مباحث توسعه گردشگری کشاورزی مورد مطالعه: مناطق روستایی شاهرود

محمد رضا رضوانی^۱ - محمد نجارزاده^۲ - ذبیح‌الله ترابی^۳

(دریافت: ۹۴/۱۱/۱۲ - پذیرش: ۹۵/۹/۲۴)

چکیده

گردشگری کشاورزی در سال‌های اخیر به‌طور روزافزونی مورد توجه قرار گرفته است و کشورهای مختلف به‌منظور ترویج و ارتقای آن تلاش زیادی انجام داده‌اند. صاحب‌نظران بر این باورند که گردشگری کشاورزی می‌تواند به‌عنوان راهبردی جدید نقش مهم و سازنده‌ای در توسعه پایدار کشاورزی و روستایی ایفا نماید. بر این اساس، پژوهش حاضر با یک مطالعه کیفی با روش نمونه‌گیری هدفمند چالش‌ها و مسائل پیش روی توسعه گردشگری کشاورزی را در مناطق روستایی شاهرود مورد واکاوی قرار داده است. گردآوری اطلاعات نیز از طریق برگزاری جلسه گروه اسمی اصلاح‌شده و مصاحبه، با سه گروه ذی‌نفع کلیدی (کشاورزان، گردشگران و مدیران) در تابستان ۱۳۹۴ به‌دست آمده است. سؤال محوری مطرح‌شده در جلسه عبارت بود از: چالش‌ها و مسائل توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شاهرود کدام‌اند؟ نتایج پژوهش نشان می‌دهد ذی‌نفعان چالش‌ها و مسائل فراروی توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان را در شش گروه فاصله از مراکز عمده جمعیتی، سیاست‌های جامع ملی و منطقه‌ای، آگاهی و آموزش، بازاریابی محصولات، آداب‌ورسوم و قوانین موجود طبقه‌بندی نمودند.

واژگان کلیدی: گردشگری کشاورزی، ذینفعان، مناطق روستایی، شاهرود

۱. استاد دانشکده جغرافیا و عضو قطب علمی برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران
 ۲. استادیار دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان (نویسنده مسئول)
 ۳. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تهران

mnajjarzadeh@profs.semnan.ac.ir

مقدمه

توسعه روستایی علیرغم تمام کوشش‌ها و تلاش‌ها، آن‌چنان‌که باید و شاید با موفقیت همراه نبوده و راهبردهای گذشته نتوانست است، مسائلی نظیر فقر، اشتغال را به‌طور کامل رفع نمایند (یانگ، ۲۰۱۲). بدین خاطر در سال‌های اخیر در مزارع کوچک و خانوادگی، کشاورزان به دلیل افزایش هزینه‌ها، نوسانات قیمت محصولات و... (پاسوسی، ۲۰۰۵؛ یاگو پراس، ۲۰۰۲) جهت یافتن شغلی جایگزین مجبور به ترک مزارع خود شده‌اند. (بوون، کاکس و فاکس، ۴، ۱۹۹۱؛ کلمنس، ۵، ۲۰۰۴) از این رو، سیاست‌گذاران در راستای تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها، گردشگری را به‌عنوان یکی از رهیافت‌های مؤثر در تجدید حیات مناطق روستایی معرفی نموده‌اند. (جعفر رسولی منش و لونیک، ۲۰۱۵) اما نوع فعالیت‌های گردشگری باید با ساختار و علایق خانواده‌های روستایی منطبق باشد (کریمی، ۱۳۹۳) لذا یکی از این رهیافت‌های متناسب با شرایط مناطق روستایی، گردشگری کشاورزی^۷ است (مکگی، ۲۰۰۷) این رهیافت علاوه بر ایجاد فرصت‌های جدید شغلی می‌تواند ارزش‌های اجتماعی- فرهنگی را در مناطق ارتقا دهد (قاسمی و حمزه، ۲۰۱۴) و درآمد اضافی برای کشاورزان به ارمغان بیاورد (باربیری و مشینگا، ۲۰۰۸) از سوی دیگر می‌تواند تجربه گردشگری مزرع محور را برای بازدیدکنندگان که به دنبال مهمان‌نوازی سنتی روستایی و دسترسی به طبیعت، گشت‌وگذار و تجارب فرهنگی هستند، فراهم نماید (کریمی، ۹۳) در واقع گردشگری کشاورزی به کشاورزان کمک می‌کند تا پویایی و دوام تولیدات کشاورزی را حفظ نمایند و عین حال اقتصاد خود را نیز متنوع سازند (ویک، چی و ویک، ۲۰۰۶) به‌طور کلی، مزایای استفاده از گردشگری کشاورزی برای مناطق روستایی می‌تواند فراتر از مسائل مربوط به احیای اقتصادی منجر گردد. بدین ترتیب این رهیافت می‌تواند با ایجاد تعادل میان ابعاد زیست‌محیطی و اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی توسعه

1. Yang
2. Pacucci
3. Yagüe Perales
4. Bowen, Cox, & Fox
5. Clemens
6. Jaafar, Rasoolimanesh, & Lonik
7. Agritourism
8. McGehee
9. Ghasemi & Hamzah
10. Veeck, Che, & Veeck

پایدار را در مناطق روستایی نهادینه نماید (راجرسون و راجرسون، ۲۰۱۴).

مطالعات ورمزیاری (۱۳۹۲) نشان می‌دهد در مناطق روستایی کشور نظام‌های بهره‌برداری از وضعیت پایایی برخوردار نیستند و کشاورزی در آمد چندانی برای کشاورزان ندارد. این در حالی است که نظام بهره‌برداری کشاورزی کشور، دستور کار مشخصی برای پاسخ منطقی و پایدار به این نیاز نداشته و با فراموشی کشاورزی چند کارکردی هنوز بر اساس رژیم تولید گرا حرکت می‌کنند (ورمزیاری، ۱۳۹۲). در این بین مناطق روستایی شاهرود نیز از این قاعده مستثنا نیست. طبق نتایج سرشماری نفوس و مسکن (۱۳۹۰) چهل و چهار و دودهم درصد جمعیت فعال روستایی شهرستان، به‌طور مستقیم به فعالیت کشاورزی مشغول هستند؛ بنابراین ضروری است با توجه استعدادهای فراوان منطقه و وجود مزارع و باغات متنوع... (جهاد کشاورزی شاهرود، ۱۳۹۴) با اتخاذ سیاست‌های منطقی از قبیل گردشگری کشاورزی پایدار نظام‌های بهره‌برداری کشاورزی و توسعه روستایی به سمت پایایی سوق داده شود؛ اما به نظر می‌رسد توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی با مباحث و چالش‌های فراوانی روبرو باشد. در این فرایند، از آنجایی که گردشگری کشاورزی که نیازمند مشارکت تمامی ذینفعان و ایفای نقش فعال از سوی آنان در فرایند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری است. (یوسکل، یوسکل و کول‌ها، ۲۰۱۲: ۵۰۱۴) تلاش شد با استفاده از تکنیک گروه‌های اسمی اصلاح‌شده و مصاحبه با ذی‌نفعانی که نقش حیاتی دارا هستند به اکتشاف مباحث و چالش‌های فرا روی توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شاهرود پرداخته شود. لذا سؤالی که در این بین مطرح می‌گردد این است که: چالش‌ها و مسائل توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شاهرود کدام‌اند؟

ادبیات پژوهش

گردشگری کشاورزی پدیده نسبتاً جدیدی نیست؛ و در اوایل قرن ۲۰ ظهور پیدا کرد ولی در اوایل دهه ۱۹۷۰ مورد توجه جدی قرار گرفت (تو و باربیری، ۲۰۱۲) در منابع مختلف از گردشگری کشاورزی تعاریف متعددی شده است: دایوس^۴ (۲۰۰۴) گردشگری

1. Rogerson & Rogerson
2. Yüksel, Yüksel, & Culha
3. Tew & Barbieri
4. Davis

کشاورزی را به عنوان یک بخش از صنعت گردشگری معرفی می کند که بر کشاورزی، زمین، ساختمان، غذا، محصولات فیبری و یک روش زندگی متمرکز است، یا جولای (۲۰۰۴) گردشگری کشاورزی را به عنوان یک فعالیت اقتصادی در یک مزرعه، مرتع یا یک زمین کشاورزی که برای تفریح بازدیدکنندگان هدایت شده است معرفی می کند که برای مالک درآمد بیشتری را به همراه می آورد. (جولای، ۲۰۰۴) لوبو و همکاران (۱۹۹۹) گردشگری کشاورزی را فعالیتی تجاری در مزارع کشاورزی یا مراکز دام پروری به منظور تفریح و آموزش بازدیدکنندگان و تولید درآمد اضافی برای مالکان تعریف می کند و معتقد است گردشگری کشاورزی شامل انواع فعالیت ها نظیر برپایی غرفه ها و فروشگاه های کشاورزی، تورهای کشاورزی، کلاس های آموزشی در مزارع، نمایشگاه ها، جشنواره ها، باغ های پذیرایی و مهمانی، کمپ های کشاورزی، برپایی مراسم و رقص های محلی، شکار و ماهی گیری و غیره است. (لوبو و همکاران، ۱۹۹۹)

اسناد و همکاران (۲۰۰۹) نیز سه ویژگی را برای گردشگری کشاورزی بر شمرده اند که از گردشگری متداول متمایز می کند. اولین ویژگی امکان اقناع افراد از طریق مشارکت عملی در فرایند تولید غذا در زندگی خانوار روستایی و در یک جامعه روستایی است. (پرزوربرسک و اسکریمرگر، ۲۰۰۹) این شکل از گردشگری کشاورزی در این مفهوم، شکل دشوار ولی درعین حال بسیار آرزومندانه به نظر می رسد. دومین ویژگی مربوط به کیفیت گردشگری کشاورزی در مقایسه با گردشگری مرسوم امکان اقناع نیازهای شناختی انسان در درون فرایند تولید مزرعه یا قوم انگار است. سومین ویژگی گردشگری کشاورزی امکان اقناع نیازهای احساسی انسان از قبیل ارتباط مستقیم با حیوانات اهلی، تولیدات گیاهی و محصولات فراوری شده و نیاز به تجربه رؤیایی حومه شهر و هوای روستا است (ورمزیاری، ۱۳۹۲) گردشگری کشاورزی به دلیل ارائه مجموعه از سه سطح پایداری، از طرف اندیشمندان در راستای سرمایه گذاری کارآفرینی پایدار توصیه گردیده است (باربیری، ۲۰۱۳؛ والدیویا و باربیری، ۲۰۱۴) در بعد اجتماعی فرهنگی گردشگری کشاورزی می تواند باعث افزایش قدرت نهاد مزرعه خانوادگی، حفظ میراث روستایی، رسوم اقلیت ها،

1. Jolly
2. Lobo et al
3. Przezbórska, & Scrimgeour
4. Valdivia & Barbieri

سبک‌های معماری سنتی، افزایش غرور و موقعیت کشاورزان، توانمندسازی زنان روستایی و ایجاد روابط در سراسر گروه‌های فرهنگی منجر خواهد شد (لاپان و باربیری، ۲۰۱۴؛ النبرگ و بالکی، ۲۰۰۷؛ والدیویا و باربیری، ۲۰۱۴؛ یانگ، ۲۰۱۲) در بعد زیست‌محیطی گردشگری کشاورزی می‌تواند به حفاظت از زیست‌بوم‌های طبیعی و اکوسیستم‌ها و حفظ منابع آب کمک نماید همچنین آسیب‌های زیست‌محیطی را کاهش دهد و مناظر اطراف روستا را بهبود ببخشد (کارلسن، گتز و علی-کینگ، ۲۰۱۲) در بعد اقتصادی نیز گردشگری کشاورزی می‌تواند به افزایش شغل، سود کشاورزی و درآمد خانواده منجر گردد؛ همچنین باعث بازاریابی دیگر محصولات مزرعه گردد (باربیری، ۲۰۱۳؛ مکگی، ۲۰۰۷؛ یانگ، ۲۰۱۲) در مطالعات باربیری (۲۰۱۳) نیز بیان شده است گردشگری کشاورزی در مقایسه با سایر کسب‌وکارهای کشاورزی مزایای چندگانه اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست‌محیطی بیشتری برای مزارع، خانواده‌های - کشاورز و حتی جامعه ایجاد می‌نماید. نتایج مطالعه وی نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی باعث افزایش منافع و سود مزارع، ایجاد شغل و حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی می‌شود (باربیری، ۲۰۱۳: ۲۵۵) مطالعات نشان می‌دهد که در زمان بحران اقتصادی، مانند کاهش تولیدات کشاورزی و یا کاهش قیمت محصولات، افزایش ورود گردشگران کشاورزی ممکن است راهی برای ایجاد درآمد جایگزین یا مکمل برای خانواده‌های کشاورز باشد. (بازبی و رندله، ۲۰۰۰؛ فیشر، ۲۰۰۶؛ نیکرسون، بلک و مک کول، ۲۰۰۱؛ النبرگ و باکلی، ۲۰۰۷)

این در حالی است که تمرکز اصلی تولیدات کشاورزی است (فیشر، ۲۰۰۶؛ مکگی، ۲۰۰۷؛ ویک و همکاران، ۲۰۰۶) به طوری که جرج و ریالا معتقد هستند در فعالیت خدماتی گردشگری کشاورزی جای فعالیت‌های تولیدی را نمی‌گیرد، بلکه درآمد

1. LaPan & Barbieri
2. Ollenburg & Buckley
3. Valdivia & Barbieri
4. Yang
5. Carlsen, Getz, & Ali-Knight
6. Barbieri
7. Busby & Rendle
8. fisher
9. Nickerson, Black, & McCool
10. Ollenburg & Buckley
11. Fisher

کشاورزان را تکمیل می‌کند و آنان را در همان سبک زندگی کشاورزی ارتقا می‌دهد. در واقع گردشگری کشاورزی فرصتی را برای حمایت عمومی از نواحی روستایی فراهم می‌نماید (ورمزیاری، ۱۳۹۲: ۱۱۲) از طرف دیگر گردشگری کشاورزی می‌تواند علاوه بر افزایش درآمد خانواده‌های کشاورز به ایجاد اشغال برای جامعه محلی منجر گردد از قبیل احداث مغازه‌های جدید، رستوران‌ها... (لبری، بولر، کلارک، کراکت و شاو، ۱۹۹۸؛ ساکسنا، کلارک، الیور و لبری، ۲۰۰۷؛ شارپلی ۲۰۰۷؛ تو و باربیری، ۲۰۱۲) گردشگری گردشگری کشاورزی به واسطه افزایش آگاهی کشاورزان، منفعی برای زارعان به بار می‌آورد. به طوری که سرمایه‌داران توریسم کشاورزی باید علائق اشخاص و مردم را در نظر بگیرند. آن‌ها نیاز دارند توانایی‌های مزرعه و خود را افزایش دهند و همچنین نیاز دارند زمانی که با مهمانان برخورد دارند انعطاف‌پذیر باشند. (از کیا و ایمانی، ۱۳۸۷) در این بین هیلسی سه فاکتور کلیدی برای موفقیت گردشگری کشاورزی بیان کرده است:

۱- مهارت‌های جامعه در تأسیس شرکت‌های کشاورزی

۲- زیبایی‌شناسی‌های کشاورزی

۳- مجاورت و نزدیکی کشاورزان با مراکز شهری (برون، ۲۰۰۳)

لازم به ذکر است که دستیابی به توسعه‌ی گردشگری، مشروط به همکاری جوامع محلی است زیرا جوامع نقش کلیدی در توسعه‌ی گردشگری دارند و عنصر اساسی توسعه گردشگری بشمار می‌روند (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۲) به عقیده برد (۲۰۰۷) جهت دستیابی به توسعه‌ی گردشگری پایدار، مشارکت دادن همه ذی‌نفعان ضروری است. (برد، ۲۰۰۷) چراکه بدون حمایت ذی‌نفعان، توسعه‌ی گردشگری به شکل پایدار تقریباً غیرممکن است؛ بنابراین بررسی و شناخت کامل نگرش‌ها و علائق ذی‌نفعان یک الزام ضروری و اجتناب‌ناپذیر برای مدیریت پایدار در گردشگری روستایی است (برد، ۲۰۰۷) از این روی، مکگی (۲۰۰۷) بر اساس مرور ادبیات تحقیق مربوط به گردشگری کشاورزی مفهوم سیستم گردشگری کشاورزی را معرفی می‌نماید. وی اظهار داشته است

1. Ilbery, Bowler, Clark, Crockett, & Shaw

2. Saxena, Clark, Oliver, & Ilbery

3. Tew & Barbieri

4. brown

5. Byrd

مفهوم گردشگری کشاورزی بر اساس تعریف ویوور و فل (۱۹۹۷) شامل فعالیت‌های پویای سه گروه ذی‌نفع کلیدی می‌شود: ۱- فراهم‌کنندگان گردشگری کشاورزی ۲- بازدیدکنندگان گردشگری کشاورزی ۳- سازمان‌های بازاریابی مقصد. وی معتقد است به‌طور ایدئال سیستم گردشگری کشاورزی موفق سیستمی است که موانع مربوط به هر یک از گروه‌های ذی‌نفع را کاهش و حذف و یا بر آن‌ها غلبه نموده و درعین حال نیازهای هر یک از گروه‌ها نیز برطرف نماید. (یانگ، ۲۰۱۲)

در اوایل دهه ۱۹۷۰ تا به‌حال پژوهش‌های فراوانی در این زمینه صورت پذیرفته است (گیل آروویو باربیری و روزیر ریچ، ۲۰۱۳؛ حرا و نایپاول، ۲۰۰۸، فلانینگان، بلک استوک و هانتز، ۲۰۱۴)

ایالات متحده آمریکا سابقه بسیار موفقی در زمینه توسعه گردشگری کشاورزی دارد (راجرسون و راجرسون، ۲۰۱۴) تحقیقات و تجربه‌های بازاریابی در آمریکا نشان می‌دهند که امروزه شهروندان به دنبال محصولات محلی، تازه و ارگانیک هستند و بیش از گذشته می‌خواهند بدانند که چه کسی و چگونه غذایشان را تولید می‌کند. طبق همین تحقیقات، عموم افراد در جست‌وجوی تجربه‌های تعاملی هستند که به آنان کمک می‌کند به اصل و نسب خود برگردند (دفتر توسعه و حفاظت از منابع مریلند جنوبی، ۲۰۰۴ به نقل از ورمزیاری و همکاران، ۱۳۹۳) در آمریکا در سال ۲۰۰۰، حدود ۶۱ میلیون نفر یک یا چند بار در سال از مزارع کشاورزی بازدید کرده بودند که تقریباً ۳۰ درصد جمعیت این کشور را شامل می‌شد. مطالعات نشان می‌دهند، درآمد حاصل از گردشگری کشاورزی در آمریکا حدود ۸۰۰ میلیون دلار در سال است (کریمی، ۹۳) بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷ درآمد کشاورزان به‌واسطه گردشگری کشاورزی در ایالت میسوری دو برابر و در ایالت کارولینای شمالی شش برابر افزایش یافته است (گیل آروویو و همکاران، ۲۰۱۳) در سال ۱۹۹۲ بسیاری از کشورهای اروپایی میزان زیادی از زمین‌های روستایی خود را مورد استفاده‌های دیگر قرار داده و با کاسته شدن از حمایت قیمت‌ها، کشاورزان مجبور شدند از

1. Yang

2. Gil Arroyo, Claudia, Carla Barbieri, and Samantha Rozier Rich

3. Hara & Naipaul

4. Flanigan, Blackstock, & Hunter

5. Rogerson & Rogerson

6. Southern Maryland Resources Conversation and Development (RC&D) Board

7. Gil Arroyo, et al

زمین استفاده‌های دیگری کرده و راه‌های دیگری برای کسب درآمد پیدا کنند. در نتیجه گردشگری به‌طور وسیعی در اروپا گسترش یافت و رکود اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی را دگرگون کرد (بدری و همکاران، ۱۳۹۱) و بسیاری مطالعات دیگر از قبیل مطالعه شن و کاترل (۲۰۰۸) نشان می‌دهد کشاورزان چینی از ارتقا سطح رفاه خود نسبت به گذشته به‌واسطه توسعه گردشگری کشاورزی احساس رضایت می‌کنند یا مطالعات شن و همکاران (۲۰۰۹) نشان می‌دهد گردشگری کشاورزی باعث پایداری اجتماعی اقتصادی و زیست‌محیطی در مناطق روستایی چین شده است.

در ایران نیز مطالعاتی در زمینه گردشگری کشاورزی صورت پذیرفته است؛ به‌عنوان مثال: مطالعه بدری و همکاران (۱۳۹۲) مشارکت جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی، ورمزیاری و همکاران (۱۳۹۳) تمایل شهروندان برای پرداخت خدمات گردشگری کشاورزی، لنگرودی و حیدری (۱۳۹۱) تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی در تنکابن و ترابی و همکاران (۱۳۹۴) راهکارهای توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان شاهرود را مورد بررسی قرار دادند؛ به‌عبارت‌دیگر می‌توان گفت که تمام مطالعات انجام‌شده در ایران به وجود زمینه‌های توسعه این نوع گردشگری اشاره دارند.

مناطق روستایی شاهرود

شهرستان شاهرود در ۳۹۰ کیلومتری شرق تهران در کریدور بین‌المللی تهران-مشهد قرار گرفته است. با ۱۴۰۰ متر ارتفاع از سطح دریا و اقلیم‌های متفاوت جغرافیایی، بزرگ‌ترین پناهگاه‌های حیات‌وحش و مناطق حفاظت‌شده را در خود جای داده است و با احتساب مناطق شکارممنوع موجود به قاره کوچک و سرزمین پنج اقلیم مشهور است. (سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی). این شهرستان از غرب به شهرستان دامغان از شمال به استان گلستان و از شرق به استان خراسان رضوی و از جنوب به استان‌های اصفهان و یزد محدود می‌گردد. طبق سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰ این شهرستان دارای جمعیت ۲۳۸۸۳۵ نفر بوده است؛ که در این بین سهم مناطق روستایی ۷۳۱۲۸ نفر جمعیت است. جمعیت فعال مناطق روستایی شهرستان ۲۵۴۱۶ تشکیل که از این تعداد حدود ۱۱۱۸۹ نفر آن به‌طور مستقیم در بخش کشاورزی مشغول به کار بوده‌اند. نرخ سواد و بیکاری در مناطق

روستایی شاهرود به ترتیب ۸۳/۸۳٪، ۹/۳۹٪ است. (سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۰). از طرف دیگر از لحاظ تولیدات کشاورزی شاهرود در سطح استان سمنان مقام اول و در کشور جزء ۱۹ قطب کشاورزی است. مهم‌ترین محصولات باغی شاهرود عبارت‌اند از: انگور و زردآلو. سیب و گیلاس میزان تولید زردآلو شاهرود ۱۰٪ تولید زردآلو ایران و بیش از ۱٪ تولید زردآلو دنیا است. (جهاد کشاورزی شاهرود، ۱۳۹۴). محصولات کشاورزی شهرستان از اواسط بهار تا اوایل پاییز دارای قابلیت بهره‌برداری است. این تنوع محصول مدت‌زمان نسبتاً طولانی در سال نشانگر قابلیت این شهرستان در جذب گردشگر کشاورزی است. یکی پروژه‌های افتتاح‌شده در زمینه توسعه گردشگری کشاورزی شهرستان باغ اورس است. این باغ گردشگری در زمینی به مساحت بالغ بر شش هکتار در هشت کیلومتری جاده شاهرود-مجن افتتاح شده است، این باغ دارای ۵۵۰۰ اصل درخت، پیست دوچرخه‌سواری، کافی شاپ و باغ رستوران، کبوترخانه و المان‌های معماری، مسیرهای پیاده‌روی و ... است. (<http://www.awers.ir>)

روش پژوهش

گروه‌های تأثیرگذار و تأثیرپذیر در مناطق روستایی به دلیل کم‌توجهی به متغیرهای محیطی‌شان همواره در مقابل دستورات بالا به پایین و تغییراتی که از بیرون به محیطشان وارد می‌شود، مقاومت نشان می‌دهند. در نتیجه دو طرف برنامه ریزان؛ افراد و گروه‌های محلی-زبان یکدیگر را نمی‌فهمند. بر این اساس، برای رسیدن به هدف برنامه‌ریزی مشارکتی یعنی برنامه‌ریزی بر پایه نیازها و ضرورت‌های واقعی جامعه، روش‌هایی ابداع شده است که روش ارزیابی سریع روستایی^۱، ارزیابی اجتماعی^۲، ارزیابی مشارکتی روستایی^۳، ارزیابی سریع مشارکتی^۴، روش‌های آموزشی مشارکتی^۵ و روش ارزیابی سریع^۶ از جمله این روش‌ها است. (جمعه‌پور، ۱۳۹۲) در این بین یکی دیگر از روش‌های که می‌توان به‌عنوان روش مشارکتی کارآمد در عرصه برنامه‌ریزی مشارکتی روستایی معرفی نمود تکنیک گروه‌های

1. Rapid rural appraisal(RPA)
2. Social animation method(SAM)
3. Participatory rural appraisal(PRA)
4. Participatory rapid appraisal(PRA)
5. Participatory rapid learning methods(PALM)
6. Rapid assessment procedures(RAP)

اسمی است؛ بنابراین، این پژوهش با استفاده از روش کیفی تلاش می‌کند مسائل و چالش‌های فراروی توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان شاهرود را از نگاه ذی‌نفعان کلیدی کشف نماید. به‌منظور رسیدن به این هدف، از تکنیک گروه‌های اسمی اصلاح‌شده استفاده شد. این تکنیک به‌وسیله دکتر آندره دلبک از دانشگاه ویسکانسون مدیسون معرفی شده است. این تکنیک برای کمک به یک گروه یا گروه‌هایی با زمینه‌ها، پایگاه‌ها و تجربیات مختلف مطرح شده است.

هدف این مدل طرح موضوع و بیان مسئله، بینش درست نسبت به مسائل پیچیده، داوری مشترک و اطمینان از مشارکت برابر همه افراد گروه و ممانعت از غلبه نظرات برخی از افراد گروه و تأثیرگذاری آن‌ها بر تصمیمات گروهی است. در واقع از این تکنیک می‌توان برای از بین بردن تأثیر و نفوذ یک شخص مقتدر بر نتایج فرآیند خلق ایده گروه - خواه منشأ این تأثیر، یک مقام رسمی باشد و خواه یک شخص - استفاده کرد. تکنیک گروه اسمی از طریق فرآیندی که اظهارنظرهای فرد را به توضیحات مختصر محدود می‌سازد و از یک برگ رأی مخفی برای انتخاب ایده‌ها از بین ایده‌های حاصل از طوفان فکری، استفاده می‌کند؛ به این هدف نائل می‌شود. (کولتون و بیسیکس، ۲۰۰۵) بر این اساس، گردآوری مؤلفه‌های اصلی از طریق برگزاری جلسه گروه‌های اسمی با شرکت سه گروه ذی‌نفع کلیدی (کشاورزان، گردشگران و مدیران) در تابستان ۱۳۹۴ به‌دست آمده است. روش انتخاب نمونه‌ها از طریق نمونه‌گیری هدفمند بوده است. تعداد مشارکت‌کنندگان در این پژوهش را ۳ مدیر، ۳ کشاورز و ۱ گردشگر تشکیل می‌دهند.

اجرای این مدل شامل مراحل زیر است:

مرحله اول: مقدمه و معرفی موضوع است که ابتدا سرپرست گروه، مسئله یا سؤال انگیزشی را برای شرکت‌کنندگان مطرح نمود و آن را روی وایت برد نوشت: مسائل و چالش‌های توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان شاهرود کدامند؟ و حدود ده دقیقه به‌طور تفصیلی به شرح و توضیح مسئله مورد مطالعه پرداخت.

مرحله دوم: تولید ایده در سکوت است که اعضای گروه مسائل و مشکلات توسعه گردشگری کشاورزی منطقه را بر روی کارت‌های یادداشت ثبت نمودند. این مرحله در

سکوت و دخالت ذی‌نفعان به انجام رسید. این مرحله حدود ۲۰ دقیقه به طول انجامید

مرحله سوم: تهیه لیست چرخشی یا فهرست مواد در چارت است در این مرحله هر عضو گروه به‌طور مختصر یکی از موارد لیست خود را بیان می‌کند. رهبر گروه مورد را بدون ویرایش در فیلپ چارت می‌نویسد. در این مرحله هیچ بحثی وجود ندارد. پروایی از اینکه مطالب تکراری یا دارای پوشش مشترک باشد نیز وجود ندارد. چرخش در این مرحله تا زمانی که همه موارد پوشش داده شود ادامه می‌یابند؛ بنابراین سرپرست گروه از تک‌تک اشخاص پرسید که اولین ایده در لیست او که هنوز به‌وسیله‌ی شخص دیگری ارائه نشده است چیست؟ این فرایند آن‌قدر ادامه یافت تا همه‌ی ذی‌نفعان، لیست خود را تکمیل کردند و در نهایت همه‌ی موارد روی تخته ثبت شدند.

مرحله چهارم: بحث روی موارد مطرح شده است در این مرحله هر ایده‌ها به ترتیبی که نوشته شده است مورد بحث قرار می‌گیرد. به‌عنوان مثال، سرپرست گروه با اشاره به هر یک از ایده‌های مورد بحث، از اعضا پرسید آیا همه آن را کاملاً فهمیده‌اند. اگر سؤالی نباشد سرپرست به ایده‌ی بعدی می‌پردازد. هدف از این مرحله این نیست که درباره‌ی بهترین راه کارها توافق به عمل آید؛ بلکه درک این نکته است که این راه کارها به‌طور واقعی، مستلزم چه هستند.

مرحله پنجم: در این مرحله از مشارکت کنندگان خواسته شد بحث‌ها و چالش‌های مطرح شده را در گروه‌های مختلف طبقه‌بندی نمایند. (کولتون و بیسیکس، ۲۰۰۵)

مرحله ششم: جهت واکاوی مؤلفه‌های به‌دست آمده از روش مصاحبه‌های ساختاریافته استفاده شد. روش انتخاب نمونه‌ها از طریق نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی بوده است. به‌طوری‌که از هر شرکت کننده بعد از مصاحبه خواسته شد تا به معرفی ذی‌نفعان با ذکر آدرس محل سکونت بپردازند. درعین حال خاتمه نمونه‌گیری مبتنی بر اشباع داده‌ها بود. تعداد مشارکت کنندگان در این مرحله از پژوهش را سه تن از هر یک از دسته ذی‌نفعان تشکیل می‌دادند.

۱. مرحله پنجم تکنیک گروه‌های اسمی از شرکت کنندگان خواسته می‌شود برای اولویت‌بندی به مؤلفه‌های به دست آمده امتیاز ۱ تا ۱۰ داده شود اما در این مقاله با اصلاح این تکنیک از شرکت کنندگان خواسته شد بجای امتیاز دادن به مؤلفه‌ها آنها را در گروه‌های مختلف طبقه‌بندی نمایند تا در مرحله ششم بتوان با مصاحبه‌های عمیق به واکاوی علل اصلی این چالش‌ها پرداخته شود.

یافته‌های پژوهش

در این بخش تلاش می‌شود با استناد به نتایج جلسات گروه‌های اسمی و مصاحبه‌ها، در رابطه با چالش‌ها و مسائل توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان شاهرود بحث شود. مسائل و چالش‌های توسعه گردشگری کشاورزی دارای شش مضمون کلی فقدان سیاست‌گذاری ملی و منطقه‌ای، فاصله از منابع عمده جمعیتی، آگاهی و آموزش، قوانین، بازاریابی و آداب و سنن طبقه‌بندی‌شده است که در ادامه به‌طور تفصیلی به آن‌ها پرداخته می‌شود.

۱- فقدان سیاست‌گذاری ملی و منطقه‌ای

به نظر می‌رسد یکی از مسائل و چالش‌های عمده توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان شاهرود و حتی در سطوح ملی نبود طرح و برنامه حمایتی و نظارتی از این نوع گردشگری است؛ که این خود باعث ضعف در ارائه خدمات و تسهیلات دولتی به کارآفرینان در این بخش نو پا شده است. کریمی (۱۳۹۳) اعتقاد دارد توسعه و سازمان‌دهی گردشگری کشاورزی در کشورهای گوناگون، متفاوت است. به‌طوری‌که در کشورهای در حال توسعه مانند ایران، دولت و یا نهادهای تعاونی منبع اصلی برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری هستند در حالی که در کشورهای توسعه‌یافته معمولاً شرکت‌های خصوصی در این زمینه فعالیت دارند؛ بنابراین با توجه به ساختارهای اجتماعی-اقتصادی ایران، در اوایل باید دولت با سیاست‌گذاری، حمایت‌های معنوی، مالی و نظارتی خود در راستای توسعه این نوع گردشگری در این منطقه اقدام نماید. به‌عنوان مثال به گفته یکی از ذینفعان:

« من علاقه زیادی به سرمایه‌گذاری در حد توان خودم دارم ولی با پیگیری‌هایی که کردم، این نوع گردشگری در اولویت سازمان میراث فرهنگی و گردشگری نیست و مطمئنم حتی حمایت در حد مشاوره هم از من نمی‌شود... »

(از گروه کشاورزان)

در طرح جامع استان سمنان با توجه به قابلیت‌های توانمندی‌های منطقه به این نوع گردشگری توجه مطلوبی نشده است و مانند سایر طرح‌ها، طرحی خطی و غیرقابل

انعطاف است. به طوری که با در حاشیه قرار گرفتن جاذبه‌های فرهنگی- اجتماعی و معیشتی، گردشگری روستایی به واسطه داشتن بافت تاریخی یا وجود مقبره یا زیارت گاه خلاصه گردیده است.

«...در طرح جامع گردشگری استان توجه ای به این نوع گردشگری نشده ... و بیشتر به مسائل روستا گری با توجه به جاذبه‌های بافت تاریخی، زیارت گاه و طبیعت خارج از محیط روستا- مانند جنگل ابر- اکتفا شده ...»

(از گروه مدیران)

مشارکت کنندگان اعتقاد داشتند دلایل ضعف ساختار برنامه‌ریزی گردشگری کشور به طور عام و گردشگری کشاورزی به طور خاص نبود احساس ضرورت برای تنوع بخشی به اقتصاد تک محصولی کشور و دخالت دولت به عنوان کارفرمای بزرگ از سطوح سیاست گذاری تا اجرای زیر پروژه بدون مشارکت ذینفعان است. به نظر می‌رسد دولت می‌تواند با شناخت ظرفیت‌ها و اجرای رویکردهای توانمندسازی جامعه محلی زمینه را برای تقویت فرهنگ کارآفرینی گردشگری کشاورزی در این منطقه فراهم نماید. به گفته یکی از ذینفعان:

«نه تنها در زمینه گردشگری کشاورزی در کشور برنامه منسجمی وجود ندارد، بلکه در سطح کلان گردشگری هم عزم و اراده جدی برای توسعه صنعت گردشگری نیست... دلیل این امر حاکمیت اقتصاد رانتی (درآمد بادآورده نفت) بر کشور است... بنابراین تصمیم گیران و سیاست گذاران ضرورتی جدی برای تنوع درآمد کشور نمی‌بینند...»

(از گروه مدیران)

۲- فاصله از منابع عمده جمعیتی

یکی دیگر از مباحث گردشگری کشاورزی شهرستان دسترسی به منابع جمعیتی و جذب گردشگر است. اغلب مخاطبان علاقه‌مند به فعالیت در مزارع در کلان شهرها و شهرهای متوسط سکونت دارند. اما شهرستان فاصله نسبتاً زیادی با قطب‌های عمده جمعیتی ایران دارد. به گفته یکی از ذینفعان:

«باوجود بسترهای بسیار برای توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق

روستایی شهرستان ولی متأسفانه شهرستان با منابع عمده جمعیتی مانند مشهد و تهران و اصفهان فاصله بسیار دارد...» (از گروه گردشگران)

از طرف دیگر منطقه مورد مطالعه در بین شاهراه بین‌المللی تهران-مشهد قرار دارد که سالیانه شاهد عبور میلیون‌ها-۲۵ میلیون- مسافر است. ذی‌نفعان معتقد هستند از این ظرفیت بالقوه به نحو مطلوبی در راستای جذب گردشگری و بخصوص توسعه گردشگری کشاورزی استفاده نشده است در حالی که می‌توان با تبلیغات و درنهایت معرفی منطقه به‌عنوان برند گردشگری، نظر گردشگران را به مناطق روستایی شهرستان جلب نمود.

"با اینکه شهرستان از کلان‌شهرها فاصله زیادی دارد ولی مزیت عمده آن قرارگیری در بین شاهراه بین‌المللی تهران مشهد است... که طبق آمار سازمان میراث فرهنگی و گردشگری سالانه ۲۵ میلیون مسافر از این شاهراه عبور می‌کنند..." (از گروه مدیران)

۳- آگاهی و آموزش

آگاهی مؤلفه دیگری بود که در جلسات گروه‌های اسمی به‌عنوان یکی از مباحث و چالش‌های گردشگری کشاورزی در شهرستان طبقه‌بندی گردید. در ادامه مقوله‌بندی و نتایج حاصل از مصاحبه‌ها نشان دادند همه مشارکت‌کنندگان بر عدم آگاهی ذی‌نفعان از منابع و ظرفیت‌های موجود تأکید دارند. برخی از این عدم آگاهی‌ها به بی‌اطلاعی از مزیت‌ها و نحوه شروع فعالیت و نبود نیروی متخصص نه تنها در توسعه گردشگری کشاورزی بلکه در تمامی رهیافت‌های تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها در مناطق روستایی حکایت دارد که این خود نشان از ضعف در تحقیق و پژوهش، آموزش و منفعل بودن سازمان‌های متولی دارد. به‌عنوان مثال:

"من در سطح منطقه با مزرعه‌داران بسیاری که از توانای مالی و قدرت ریسک‌پذیری نسبی برخوردارند آشنا هستم... ولی از رویکردهای نوین کسب درآمد بی‌اطلاع هستند." (از گروه کشاورزان)

"من به‌عنوان یک مدیر و ترویج‌گر از این همه ظرفیت بی‌خبرم بودم... متأسفانه در هم مدیران شهرستانی و کشاورزان از این ظرفیت بی‌خبر می‌باشند..."

۱. این آمار مورد تأیید سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان سمنان است

البته بخش خصوصی چند فعالیت را در مسیر جاده معجز به انجام رسانده‌اند... " (از گروه مدیران)

طرح‌های محدودی در رابطه با گردشگری کشاورزی در شهرستان اجرا شده است که با اصول و مبانی گردشگری کشاورزی پایدار مغایرت دارد. در واقع هدف گردشگری کشاورزی پایدار جلوگیری از تغییر کاربری اراضی، حفظ اصالت و فرهنگ بومی و افزایش بهره‌وری کشاورزی... است. ولی طرح‌های انجام شده در شهرستان، طرح‌هایی هستند که صرفاً به کاربری تفریح و سرگرمی گردشگران توجه دارد و آداب و رسوم روستایی و کشاورزی فعالیت کشاورزی در حاشیه قرار گرفته است.

"همان‌طور که در توضیحات اولیه شما در رابطه با اهداف گردشگری کشاورزی توضیح دادید من نشانه‌هایی از این اهداف در باغ جدید ایجاد شده نمی‌بینم... " (از گروه مدیران)

۴- بازاریابی

یکی دیگر از مسائلی که در جلسه‌های گروه‌های اسمی طبقه‌بندی گردید و در ادامه مصاحبه‌ها به آن پرداخته شد، بازاریابی محصولات و فراورده‌های کشاورزی بود. مشارکت کنندگان اعتقاد داشتند آمادگی ذی‌نفعان برای توسعه این رهیافت با برنامه‌ریزی، آموزش و سرمایه‌گذاری دولت در اوایل کار قابل ارتقا است. ولی مشکل اساسی در این زمینه بازاریابی و جذب گردشگر است.

"در اینکه ما از ظرفیت‌های خیلی خوبی در منطقه جهت توسعه صنایع روستایی، تولیدات کشاورزی یا گردشگری برخورداریم، تردیدی نیست... اما مشکلی که در همه زمینه‌ها چه تولیدات روستایی اعم از تولیدات کشاورزی یا غیر کشاورزی با آن روبرو هستیم، بازاریابی این محصولات است."

(از گروه مدیران)

"من آمادگی کامل دارم تا درب باغ‌های خود را بر روی کسانی که به قول شما علاقه‌مند هستند باز کنم... کسی از درآمد بیشتر که بدش نمی‌آید... اما آیا چنین کسانی در منطقه وجود دارند؟ یا از مکان‌های دیگر هستند مسئول اطلاع‌رسانی آن با کیست؟" (از گروه کشاورزان)

ذینفعان اعتقاد داشتند بازاریابی محصولات نیازمند به خلق محصولات جدید، برنامه‌های جذاب و متنوع گردشگری کشاورزی، تبلیغات و برند سازی این محصولات دارد. بنابراین برای خلق یک بازار جدید و کارآمد، مدیریت بهینه و تشریک‌مسابی همه سازمان‌های مربوطه را طلب می‌کند. یکی از کارهای صورت پذیرفته‌شده، جشن زردآلو در بسطام است، که به گفته ذینفعان سالانه مخاطبان زیادی را به خود جذب می‌کند.

"محصولات این منطقه به‌عنوان یک برند مطرح نیستند به عبارتی تبلیغات یا سیاست‌گذاری‌های لازم جهت برند سازی محصولات کشاورزی در این منطقه صورت پذیرفته است. مثلاً جشن گلاب‌گیری در کاشان... البته اقداماتی از قبیل برگزاری جشن زردآلو در بسطام صورت پذیرفته که خروجی نسبتاً خوبی هم برخوردار بوده..." (از گروه مدیران)

۵- آداب و سنن

مسئله دیگری که مناطق روستایی شهرستان در راستای توسعه گردشگری کشاورزی با آن روبرو است غیرقابل‌پذیرش بودن غریبه‌های شهری از طرف جامعه محلی است. ذینفعان اعتقاد داشتند آداب و سنن موجود گردشگری انبوه را موردپذیرش قرار نمی‌دهد. به‌طوری‌که جامعه محلی فرهنگ جامعه شهری را در تضاد با فرهنگ و آیین‌های موردقبول خود می‌داند.

"نباید عقاید، فرهنگ روستاییان منطقه را نادیده گرفت... به نظر من در حال حاضر روستاییان روحیه پذیرش غریبه‌های شهری با فرهنگ متفاوت را در مزارع شخصی خود به چشم گردشگر را ندارند..." (از گروه کشاورزان)

از طرف دیگر اعتقاد داشتند علت عدم پذیرش جامعه محلی از گردشگران نبود آگاهی از مزیت‌ها جذب گردشگر و عدم آموزش و عدم شناخت جامعه محلی از تفاوت‌های گردشگری کشاورزی از سایر گردشگری‌ها موجود است. گردشگری کشاورزی درصدد رشد و ارتقای پایدار روستایی و کشاورزی است. که درنهایت باعث ارتقای فرهنگ، اقتصاد محلی می‌گردد؛ بنابراین ذینفعان بر این باور بودند آموزش و

ایجاد بسترهای موردنیاز و شفافیت بیشتر در همه زمینه مانند سایر مسائل گذشته این رهیافت نیز موردقبول روستاییان قرار خواهد گرفت.

"عدم آمادگی کشاورزان برای پذیرش گردشگران در وضعیت موجود به علت نبود بستر موردنیاز است... با ایجاد این بسترهای موردنیاز و شفافیت بیشتر و رنگ بوی اقتصادی به خود گرفتن این نوع گردشگری با فرهنگ بومی درهم آمیخته می‌شود." (از گروه گردشگران)

۶- قوانین

خلأهای نهادی از دیگر مسائل پیش روی توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان بود. دی نفعان اعتقاد داشتند قوانین موجود نه از کشاورزان به‌عنوان ارائه‌دهنده خدمات حمایت می‌کند و نه از گردشگران به‌عنوان استفاده‌کننده از خدمات حمایت خاصی دارد؛ و در آیین‌نامه‌ها و قوانین تعریف مشخصی از گردشگری کشاورزی وجود ندارد و به‌تبع آن خدمات دولتی، بیمه، قوانین مرتبط با امنیت و حقوق گردشگران و کشاورزان نیز نادیده گرفته خواهد شد.

"قوانین حمایتی در این رابطه وجود ندارد... من که پیگیر این مسئله بودم به قوانینی که هم از گردشگر حمایت کنه هم از کشاورز برنخوردم..." (از گروه کشاورزان)

"قوانینی در رابطه با ایجاد باغ‌های گردشگری و تفریحی وجود دارد به این معنا که اشخاص حقیقی مانند باغ اوریس که مجوز از سازمان‌های مربوطه اخذ کرده‌اند مشمول برخی مقررات می‌باشند و ملزم به رعایت آن‌هاست... ولی اینکه این وضعیت به‌صورت انبوه شکل گیرد و خود کشاورز اقدام به فعالیت‌های تجاری در جذب گردشگر در مزارع خود نکند قوانین مدونی وجود ندارد." (از گروه مدیران)

"من اعتماد زیادی به روستاییان دارم و میدانم امنیت زیادی در این مکان‌ها وجود دارد... و حقیقتاً و جدای از امنیت موجود احساس امنیت برای ورود به هر مزرعه‌ای به‌صورت فردی و خانوادگی نمی‌کنم..." (از گروه گردشگران)

نتیجه گیری

در سال‌های اخیر گردشگری کشاورزی به علت سازگاری با وضعیت اجتماعی - فرهنگی جامعه محلی مورد استقبال برنامه ریزان و کشاورزان قرار گرفته است؛ بنابراین در این پژوهش سعی شد با برگزاری جلسه گروه‌های اسمی و مصاحبه از ذی‌نفعان کلیدی ذی‌نقش در توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان شاهرود، مسائل و چالش‌های پیش روی را شناسایی و مورد واکاوی قرار گیرد. ذی‌نفعان مسائل و چالش‌های را در شش مضمون اصلی طبقه‌بندی نمودند. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی شفاف یا واضعی در زمینه توسعه گردشگری کشاورزی در کشور و منطقه وجود ندارد. این در حالی است تجربه جهانی شامل قبرس (کریستوس، ۲۰۱۰؛ مایکل، ۱۹۹۱)، امریکا و کانادا (کولتون و بیسیکس، ۲۰۰۵) و بسیاری از کشورهای دیگر که در پیشینه پژوهش نیز ذکر گردیده است بر حمایت‌های اولیه مادی، آموزشی و نظارتی دولت از کارآفرینان در این بخش حکایت دارد. مطالعه نگارندگان و مصاحبه با ذی‌نفعان نشان از آن دارد که طرح جامع گردشگری استان به‌عنوان یک برنامه‌ریزی بلندمدت توجهی به گردشگری کشاورزی نکرده است. فاصله زیاد با منابع عمده جمعیتی دیگر مؤلفه‌ای بود که در جلسه گروه اسمی گروه‌بندی گردید. بروان (۲۰۰۳) اعتقاد دارد یکی از مؤلفه‌های بسیار مهم در موفقیت گردشگری کشاورزی مجاورت با کلان‌شهرها است. در مصاحبه‌های انجام‌شده نیز ذی‌نفعان اعتقاد داشتند شهرستان با کلان‌شهرها که مخاطب اصلی این نوع گردشگری هستند فاصله بسیاری دارد و از سوی دیگر به علت زیرساخت‌های مناسب شهرستان شامل فرودگاه، راه آهن و واقع شدن در کوری دور بین‌المللی تهران- مشهد که سالانه شاهد عبور میلیون‌ها مسافر از این شهرستان است. می‌توان نظر مسافران بسیاری را به این منطقه جلب نمود. آگاهی و آموزش مؤلفه دیگری بود که در جلسه گروه‌های اسمی گروه‌بندی گردید و ادامه با مصاحبه‌های عمیق مورد واکاوی قرار گرفته شد. از لحاظ نظری کتز و همکاران (۲۰۱۰) به نقل از کریمی (۱۳۹۳) اعتقاد دارند به علت آنکه گردشگری

1. Christou
2. Michael
3. Colton & Bissix

کشاورزی شرایط ورودی نسبتاً آسانی دارد، ممکن است افرادی را به خود جلب نماید آموزش و مهارت لازم را نداشته باشند و همین امر ظرفیت آن‌ها را برای موفقیت را به‌طور جدی محدود می‌سازد. یافته‌های پژوهش نشان داد ذی‌نفعان نیز اطلاع کافی از منابع و ظرفیت‌های توسعه گردشگری کشاورزی چه در شروع کار چه در طرح‌های به انجام رسیده ندارند. به‌طوریکه کارآفرینان و سرمایه‌گذاران نه تنها در سرمایه‌گذاری و شروع فعالیت سردرگم هستند. بلکه در بسیاری از فعالیت‌های مشابه نیز آموزش مدونی ارائه نمی‌شود و همچنین حمایت خاصی از آن‌ها نمی‌شود.

مورد بعدی بازاریابی محصولات و جذب گردشگر است. ذی‌نفعان به خاطر ورود آسان به فعالیت گردشگری کشاورزی اعتقاد داشتند شروع کار می‌تواند به سهولت هر چه بیشتر انجام گیرد ولی مسئله اصلی معرفی شهرستان به عنوان قطب روستاگردی و گردشگری کشاورزی است. در این راستا ذی‌نفعان خلق یک بازار جدید و کارآمد را منوط به بسترسازی سیستمی برای یک مدیریت بهینه و تشریک‌مساعی همه سازمان‌ها در نهایت تبلیغات دانسته‌اند. یانگ (۲۰۱۲) نیز همانند یافته‌های این پژوهش اعتقاد دارد کشاورزان معمولاً فاقد مهارت‌ها و منابع موردنیاز برای بازاریابی اثربخش هستند؛ بنابراین نیاز به همکاری جمعی و بازاریابی از طریق ساختارهای محلی و ملی است. آداب و سنن محلی مؤلفه‌ی دیگری بود که در جلسه گروه‌های اسمی طبقه‌بندی گردید. طبق مصاحبه‌های انجام‌شده ذی‌نفعان معتقد بودند روستاییان پذیرای گردشگران شهری با سبک زندگی و فرهنگ متفاوت نخواهند بود. یانگ (۲۰۱۲) معتقد است یکی از مشکلات اساسی در مسیر توسعه گردشگری کشاورزی انطباق جامعه کشاورزی تولید گرای سنتی با ایفای نقش مکمل کشاورزی- خدماتی در مناطق روستایی است. اما به نظر می‌رسد علت عدم پذیرش جامعه محلی از گردشگران به علت عدم اطلاع از تفاوت‌ها، مزیت‌های اقتصادی.. با سایر گردشگری‌های معمول دارد بنابراین ذی‌نفعان بر این باور بودند آموزش و ایجاد بسترهای موردنیاز و شفافیت‌های بیشتر در همه زمینه مانند سایر مسائل گذشته این رهیافت نیز موردقبول روستاییان قرار خواهد گرفت. آخرین مسئله‌ای که در جلسه گروه‌های اسمی بررسی شد، خلأهای نهادی بود. قوانین

موجود از رویکردهای نوین مانند گردشگری کشاورزی حمایت نمی‌کند؛ و برای
ذینفعان خلع‌های قانونی در شروع فعالیت، فرایند جذب گردشگر و ارائه خدمات بسیار
مشهود بود.

منابع

- ضیایی محمود، امین بیدختی علی اکبر، قربانی فاطمه. ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۲۴. ۱۳۹۱
- کریمی سعید کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی شماره ۴، ۱۳۹۳
- ورمزیاری حجت، اسدی علی، کلانتری خلیل، رضوانی محمدرضا. برآورد میزان تمایل به پرداخت شهروندان برای خدمات گردشگری کشاورزی مطالعه موردی: شهر قزوین، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، شماره ۱۸، ۱۳۹۳
- بدری سید علی، رضوانی محمدرضا، حیدری زهرا. مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن)، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۴، ۱۳۹۲
- مطیعی لنگرودی سید حسن، حیدری زهرا. تبیین قابلیت‌های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران (مطالعه موردی: دهستان بلده شهرستان تنکابن)، فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۳، ۱۳۹۲
- ورمزیاری حجت. طراحی الگوی گردشگری پایدار کشاورزی در ایران، رساله دکتری، دانشکده اقتصاد و توسعه کشاورزی، دانشگاه تهران. ۱۳۹۲
- ترابی ذبیح‌الله، حسنی جلیلیان پرستو، ملکان احمد، راهکارهای توسعه گردشگری کشاورزی مناطق روستایی شهرستان شاهرود، اولین همایش توسعه گردشگری شهرستان شاهرود. ۱۳۹۴

Barbieri, Carla, and Patience M Mshenga. "The Role of the Firm and Owner Characteristics on the Performance of Agritourism Farms." *Sociologia ruralis* 48, no. 2 (2008): 166-83.

Barbieri, Carla. "Assessing the Sustainability of Agritourism in the Us: A Comparison between Agritourism and Other Farm Entrepreneurial Ventures." *Journal of sustainable tourism* 21, no. 2 (2013): 252-70.

Bowen, Richard L, Linda J Cox, and Morton Fox. "The Interface between Tourism and Agriculture." *Journal of Tourism Studies* 2, no. 2 (1991): 43-54.

Busby, Graham, and Samantha Rendle. "The Transition from Tourism on Farms to Farm Tourism." *Tourism Management* 21, no. 6 (2000): 635-42.

Byrd, Erick T. "Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development." *Tourism Review* 62, no. 2 (2007): 6-13.

Carlsen, Jack, Donald Getz, and Jane Ali-Knight. "The Environmental Attitudes and Practices of Family Businesses in the Rural Tourism and Hospitality Sectors." *Journal of sustainable tourism* 9, no. 4 (2001): 281-97.

Choo, Hyungsuk, and Tazim Jamal. "Tourism on Organic Farms in South Korea: A New Form of Ecotourism ." *Journal of sustainable tourism* 17, no. 4 (2009): 431-54.

Christou, Prokopis. "Achieving Guest Satisfaction through the Agritourism Experience: The Case of Cyprus." Nottingham Trent University, 2010.

Clemens, R. "Keeping Farmers on the Land: Agritourism in the European Union." *Iowa Ag Review* 10, no. 3 (2004): 8-9.

Farsari, Ioanna, Richard W Butler, and Edith Szivas. "Complexity in Tourism Policies: A Cognitive Mapping Approach." *Annals of Tourism Research* 38, no. 3 (2011): 1110-34.

Fisher, Darrell G. "The Potential for Rural Heritage Tourism in the Clarence Valley of Northern New South Wales." *Australian Geographer* 37, no. 3 (2006): 411-24.

Flanigan, Sharon, Kirsty Blackstock, and Colin Hunter. "Agritourism from the Perspective of Providers and Visitors: A typology-Based Study." *Tourism Management* 40, no. 0 (2014): 394-405.

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, no. 0 (2014): 15-24.

Gil Arroyo, Claudia, Carla Barbieri, and Samantha Rozier Rich. "Defining Agritourism: A Comparative Study of Stakeholders' Perceptions in Missouri and North Carolina." *Tourism Management* 37, no. 0 (2013): 39-47.

Hara, Tadayuki, and Sandra Naipaul. "Agritourism as a Catalyst for Improving the Quality of the Life in Rural Regions: A Study from a Developed Country." *Journal of quality assurance in hospitality & tourism* 9, no. 1 (2008): 1-33.

Ilbery, Brian, Ian Bowler, Gordon Clark, Alastair Crockett, and Alastair Shaw. "Farm-Based Tourism as an Alternative Farm Enterprise: A Case Study from the Northern Pennines, England." *Regional Studies* 32, no. 4 (1998): 355.

Jaafar, Mastura, S. Mostafa Rasoolimanesh, and Ku' Azam Tuan Lonik. "Tourism Growth and Entrepreneurship: Empirical Analysis of Development of Rural Highlands." *Tourism Management Perspectives* 14, no. 0 (2015): 17-24.

J czmyk, Anna, Jarosław Uglis, Sylwia Graja-Zwoli ska, Magdalena Ma kowiak, Aleksandra Spychała, and Jan Sikora. "Research Note: Economic Benefits of Agritourism Development in Poland: An Empirical Study." *Tourism Economics* (2015).

Jolly, D. "What Is Agri-Tourism." *Fact Sheets for Managing Agri and Nature-Tourism Operations*, UC Small Farm Program, Oregon Department of Agriculture (2004).

Kuo, Nae-Wen, and Yu-Ting Chiu. "The Assessment of Agritourism Policy Based on Sea Combination with Hia." *Land Use Policy* 23, no. 4 (2006): 560-70.

LaPan, Chantell, and Carla Barbieri. "The Role of Agritourism in Heritage Preservation." *Current Issues in Tourism* 17, no. 8 (2014): 666-73.

Lobo, R., G. Goldman, D. Jolly, B. Wallace, W. Schrader, and S. Parker. "Agritourism benefits agriculture in San Diego county." *California*

Agriculture 53, no. 6 (1999): 20-24.

McGehee, Nancy Gard. "An Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective." *Journal of sustainable tourism* 15, no. 2 (2007): 111-24.

Michael, P. "Developing Agrotourism in Cyprus." Paper presented at the Seminar on new forms of demand and new products, Nicosia (Cyprus), 8-9 May 1991., 1991.

Nickerson, Norma Polovitz, Rita J Black, and Stephen F McCool. "Agritourism: Motivations Behind Farm/Ranch Business Diversification." *Journal of Travel Research* 40, no. 1 (2001): 19-26.

Ollenburg, Claudia, and Ralf Buckley. "Stated Economic and Social Motivations of Farm Tourism Operators." *Journal of Travel Research* 45, no. 4 (2007): 444-52.

Pacucci, C. "Dossier. The Development of Rural Areas. A Jurisprudential Outline for Agricultural Tourism." *Estimo e Territorio* 68, no. 2 (2005): 47-59.

Richins, Harold. "Influences on Tourism Development Decision Making: Coastal Local Government Areas in Eastern Australia." *Journal of Sustainable Tourism* 8, no. 3 (2000): 207-31.

Rogerson, Christian M, and Jayne M Rogerson. "Agritourism and Local Economic Development in South Africa." *Bulletin of Geography. Socio-economic Series* 26, no. 26 (2014): 93-106.

Rogerson, Christian M. "Tourism–Agriculture Linkages in Rural South Africa: Evidence from the Accommodation Sector." *Journal of Sustainable Tourism* 20, no. 3 (2012): 477-95.

Saxena, Gunjan, Gordon Clark, Tove Oliver, and Brian Ilbery. "Conceptualizing Integrated Rural Tourism." *Tourism Geographies* 9, no. 4 (2007): 347-70.

Sharpley, Richard. "Flagship Attractions and Sustainable Rural Tourism Development: The Case of the Alnwick Garden, England." *Journal of sustainable tourism* 15, no. 2 (2007): 125-43.

Shen, Fujun, and Stuart P Cottrell. "A Sustainable Tourism Framework for Monitoring Residents' Satisfaction with Agritourism in Chongdugou Village, China." *International Journal of Tourism Policy* 1, no. 4 (2008): 368-75.

Shen, Fujun, Stuart P Cottrell, Kenneth FD Hughey, and Keith Morrison. "Agritourism Sustainability in Rural Mountain Areas of China: A Community Perspective." *International Journal of Business and Globalisation* 3, no. 2 (2009): 123-45.

Southern Maryland Resource Conservation and Development Board, Inc. (SMRCDB), *Taking the First Step: Farm and Ranch Alternative Enterprise and Agritourism Resource Evaluation Guide with Technical and Financial Assistance from the United States Department of Agriculture*, Natural Resources Conservation Service (NRCS), Resource Economics and Social Sciences Division. 2004,

Stanley, J, and L Stanley. "Agri-Entertainment or Agri-Tourism." *Food tourism: a practical marketing guide* (2015): 110-37.

Sznajder, Michał, Lucyna Przezbórska, and Frank Scrimgeour. *Agritourism: Cabi*, 2009.

Tew, Christine, and Carla Barbieri. "The Perceived Benefits of Agritourism: The Provider's Perspective." *Tourism Management* 33, no. 1 (2012): 215-24.

Valdivia, Corinne, and Carla Barbieri. "Agritourism as a Sustainable

Adaptation Strategy to Climate Change in the Andean Altiplano." *Tourism Management Perspectives* 11, no. 0 (2014): 18-25.

Veeck, Gregory, Deborah Che, and Ann Veeck. "America's Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan*." *The Professional Geographer* 58, no. 3 (2006): 235-48.

Yagüe Perales, Rosa María. "Rural Tourism in Spain." *Annals of tourism Research* 29, no. 4 (2002): 1101-10.

Yang, Li. "Impacts and Challenges in Agritourism Development in Yunnan, China." *Tourism Planning & Development* 9, no. 4 (2012): 369-81.

Yüksel, Atila, Fisun Yüksel, and Osman Culha. "Ministers' Statements: A Policy Implementation Instrument for Sustainable Tourism?" *Journal of Sustainable Tourism* 20, no. 4 (2012): 513-32.