



مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری

سال هفتم، شماره‌ی ۲۴، بهار ۱۳۹۷

صفحات ۱۴۵-۱۲۳

تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی

(مطالعه موردی: روستاهای نمونه گردشگری دهستان فضل شهرستان نیشابور)

علی‌اکبر عنابستانی^۱

زهرا مظفری^۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۳/۲۲

چکیده

گردشگری کشاورزی به عنوان راهبردی بدیل، می‌تواند در زمینه توسعه پایدار روستایی و کشاورزی کمک شایانی نماید. بدین منظور پژوهش حاضر به بررسی عواملی که نقش مهمی در گرایش روستاییان به فعالیت‌های گردشگری کشاورزی دارند پرداخته است، تا بتواند به روند توسعه مناطق روستایی شدت بخشد. جامعه آماری پژوهش مورد نظر شامل روستاهای گردشگری دهستان فضل بخش شهرستان نیشابور با ۴۵۲۷ نفر جمعیت و ۱۳۲۵ خانوار می‌باشد. حجم جامعه نمونه ۲۶۱ نفر از سرپرستان خانوار در روستاهای نمونه گردشگری در این دهستان می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری سهمیه‌ای و تصادفی ساده و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. روش گردآوری داده‌ها؛ میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه می‌باشد. روش تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون *t* test، تحلیل عاملی و آزمون همبستگی پیرسون می‌باشد. در آزمون تحلیل عاملی گام نخست برای اطمینان از کفایت نمونه‌گیری و تشخیص مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی، آزمون کایزر مایر (KMO) و بارتلت به کار رفت؛ با توجه به اینکه شاخص کایزر مایر برابر با ۰/۷۱۱ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ به دست آمد، نتایج آزمون کفایت حجم نمونه و مناسب بودن داده‌ها برای انجام تحلیل عاملی را نشان داد پس از اجرای تحلیل عاملی، مطابق نتایج ماتریس عاملی چرخش یافته ۸ عامل با مقدار ویژه بالاتر از ۱ و بار عاملی بالاتر از ۰/۴ استخراج گردید. مجموع درصد واریانس تبیین شده ۸ عامل استخراج شده است که به ترتیب آموزش و مهارت با میزان واریانس ۱۰/۱۶ درصد، به عنوان عامل اول؛ عامل حمایت‌ها و سیاستگذاری دولتی، با میزان واریانس ۷/۸۹ درصد به عنوان عامل دوم؛ عقاید غیرتوسعه‌ای و نوع نگاه کشاورزان با درصد واریانس ۶/۵ درصد، به عنوان عامل سوم نامگذاری شد و دسترسی به شهر، با میزان واریانس ۵/۲۵ درصد به عنوان عامل هفتم و اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری، با واریانس ۵/۰۷۲ درصد به عنوان عامل هشتم نامگذاری شدند. همچنین نتایج حاصل از آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که بین گرایش به گردشگری کشاورزی و متغیرهای مربوط به (میزان سن، نوع شغل، میزان تحصیلات، میزان درآمد، میزان کار در مزارع و باغات و میزان رفت و آمد به شهر در طول هفته) رابطه وجود دارد. بنابراین به منظور توسعه گردشگری کشاورزی فقط ابتکار و تلاش صاحبان مزارع گردشگری کافی نیست، بلکه نیازمند برنامه‌ریزی، دریافت حمایت‌های مالی و آموزشی لازم، زیرساخت‌ها و تسهیلات عمومی مناسب و مشارکت فعال مقامات و معتمدین محلی نیز می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری کشاورزی، عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی، دهستان فضل، توسعه روستایی.

^۱ نویسنده مسئول: استاد گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد (anabestani@um.ac.ir)

^۲ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد

مقدمه

توسعه روستایی علیرغم تمام کوشش‌ها و تلاش‌ها، آنچنان که باید و شاید با موفقیت همراه نبوده و راهبردهای گذشته نتوانسته‌اند مسایلی نظیر فقر، اشتغال و ناپایداری را رفع نمایند. از طرف دیگر، چالش‌های روزافزون رودرروی کشاورزی نظیر قیمت‌های پایین کالاهای کشاورزی، افزایش هزینه‌های تولید، فشارهای زیست محیطی، تغییرات آب و هوا، جهانی سازی، صنعتی شدن، نبود برنامه‌های دولتی حمایت کننده از کشاورزی و نوسان بازارهای کالاهای کشاورزی، درآمد کشاورزان خرده پا را روز به روز کاهش می‌دهند (محمودی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۲). کاهش توانایی کشاورزی برای تولید درآمد کافی باعث شده است که بسیاری از کشاورزان مجبور به فروش مزارع خود شوند و در جاهای دیگر به دنبال شغل و درآمد بگردند و یا به دنبال راهبردهای اقتصادی جایگزین و منابع درآمد جدید و تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی برای حفظ مزارع خود باشند. این راهبردها می‌تواند شامل گسترش اندازه مزارع، تولید تخصصی، اشتغال غیرکشاورزی و یا متنوع سازی مزارع از طریق کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای روستایی و کشاورزی باشد. متنوع سازی مزارع آن است که وابستگی خانواده‌های کشاورز به محصولات کشاورزی را کاهش دهد، به گونه ای که وقتی تولید در مزارع کاهش یافت، بتوانند خودکفا و پایدار باقی بمانند (کریمی، ۱۳۹۴: ۷۰). نوع فعالیت متنوع مزارع با توجه به محل و ساختار مزرعه، علایق خانواده‌های کشاورز و بازار بالقوه متفاوت می‌باشد. اگر متنوع سازی مزرع شامل فعالیت‌های سرگرمی و اوقات فراغت شود، عموماً گردشگری کشاورزی نامیده می‌شود (فلانیگان^۱ و دیگران، ۲۰۱۵: ۱۳۰). به همین دلیل، اکثر کشورهای جهان این نوع گردشگری را به عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مد نظر قرار داده‌اند (لنگرودی و حیدری، ۱۳۹۱: ۱۲). این امر بویژه در کشورها و مناطقی که گزینه‌های محدودی برای توسعه دارند، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. طوری که از سال ۱۳۳۰ 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 زمین استفاده‌های دیگری کرده و راه‌های دیگری برای کسب درآمد پیدا کنند. در نتیجه گردشگری به طور وسیعی در اروپا گسترش یافت و رکود اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی را دگرگون ساخت. اکثر این کشورها عملیات گردشگری کشاورزی را مدنظر قرار داده‌اند و یک سیستم درجه بندی برای عملیات خود دارند و نیز از دولت‌های مرکزی و محلی خود کمک می‌گیرند و تحت حمایت آنها هستند، همچنین بسیاری از کشاورزان آمریکای شمالی، یا کشاورزی را کنار گذاشتند و یا این که خود را با تغییرات تقاضا وفق دادند. نوعی از این انطباق، ایجاد مزارع تعطیلات است که کارکردهای مزرعه و عناصر گردشگری تجاری را با یکدیگر ترکیب می‌کند. در بسیاری مزارع آمریکای شمالی، درآمد حاصل از گردشگران، بزرگترین منبع درآمد است (حیدری و مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۱: ۳۲). در این میان، سکونتگاه‌های

^۱ Flanigan

روستایی کشور ما نیز با مسائل و مشکلات فوق درگیرند و زمینه‌های مناسبی برای توسعه گردشگری دارند. فعالیت‌های کشاورزی در نواحی روستایی ما در اثر برنامه‌ریزی غیر اصولی مانند واردات محصولات کشاورزی توسط دولت در فصل فروش محصولات کشاورزی در کشور، صدور مجوزها در تغییر کاربری کشاورزی، فقدان تدابیری در راستای پیگیری و پیشگیری از آسیب به مزارع و باغات کشاورزی در اثر وقوع بلایای طبیعی و چالش‌هایی از این دست رو به افول بوده و اقتصاد روستاییان روز به روز تضعیف می‌شود (بدری و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۴). از آنجایی که امروزه نواحی روستایی به دلیل ظرفیت‌های طبیعی و انسانی که دارا می‌باشند و همچنین حس طبیعت دوستی انسانها، مورد توجه خاص بخش گردشگری قرار گرفته اند گردشگری کشاورزی می‌تواند نقش مهمی در توسعه آنها ایفا کند (جمعه پور و حیدری، ۱۳۹۵: ۲۲-۲۳). گردشگری کشاورزی می‌تواند از طریق تحریک و تشویق روستاییان به عرضه محصولات و خدمات بخش کشاورزی به گردشگران مانند چشم انداز، تورهای مزرعه‌ای، آماده سازی سایت‌ها در جوار قطعات زراعی جهت گذراندن اوقات فراغت، سبب رونق بخش کشاورزی شود. در واقع محصول کشاورزی خود می‌تواند به عنوان یک محصول گردشگری مورد توجه قرار گیرد (قدمی و صالحی، ۱۳۹۱: ۱۸۰)، بر همین اساس مشارکت کشاورزان در برنامه ریزی کشاورزی به عنوان یک ابزار مهم برای توسعه روستایی موفق و پایدار در نظر گرفته می‌شود از این طریق فرصت و زمینه بسیار مساعدی برای برنامه‌ریزی جهت آماده سازی و تقویت بخش کشاورزی با مشارکت و همراهی روستاییان برای توسعه گردشگری روستایی به طور عام و گردشگری کشاورزی به طور خاص مهیا می‌شود (بدری و همکاران، ۱۳۹۲: ۶۲). البته ناگفته نماند که در کشور ما معمولاً بدون زمینه سازی قبلی در این نواحی، بیشتر گردشگران به صورت خودجوش بدون آگاهی از اصول گردشگری می‌تواند آسیب های جبران ناپذیری را بر روستاها وارد کنند. بر همین اساس با توجه به اشتغال روستاییان در بخش کشاورزی و توسعه گردشگری مناطق روستایی، برنامه‌ریزی در زمینه شناخت عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به سمت گردشگری کشاورزی می‌تواند نقش مهمی را در توسعه گردشگری در روستا، گسترش فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد اضافی و فقرزدایی به ارمغان آورد (حیدری و مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۱: ۳۲). نواحی روستایی شهرستان نیشابور با توجه به شرایط آب و هوایی مناسب و همچنین موجبات گردشگر پذیر بودن منطقه و همچنین تنوع معیشت و اشتغال روستاییان که بیشتر کشاورزی است، پتانسیل ایجاد و توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی را دارا می‌باشند که با توجه به کارهای تحقیقاتی زیادی که در این زمینه صورت گرفته است فعالیت کاربردی چندانی صورت نگرفته است و نتوانسته‌اند در جهت بهبود اوضاع خود از آن سود جویند. لذا بدون شناخت عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان بر گردشگری کشاورزی زمینه ایجاد، توسعه و پایداری این فعالیت‌ها امکان پذیر نخواهد بود. در همین راستا هدف از ارائه این پژوهش سنجش عوامل مؤثر بر مشارکت روستاییان در توسعه گردشگری کشاورزی در بخش مرکزی شهرستان نیشابور می‌باشد.

ادبیات نظری تحقیق

در ادبیات کنونی هیچ تعریف جهانی از گردشگری کشاورزی وجود ندارد، اما مرکز مزرعه کوچک دانشگاه کالیفرنیا گردشگری کشاورزی را عمل بازدید از مزرعه‌ای که در آن مشغول به کارند و یا هرگونه عملیات کشاورزی، باغبانی و یا بهره‌برداری محصولات کشاورزی به منظور لذت بردن، آموزش یا مشارکت فعال در فعالیت و بهره‌برداری از مزرعه تعریف می‌کنند (لوچا^۱ و دیگران، ۲۰۱۲). گردشگری کشاورزی: «به هرگونه فعالیت که در آن یک بازدیدکننده به مزرعه و یا دیگر محیط‌های کشاورزی برای شرکت در تفریح و سرگرمی و یا اوقات فراغت می‌اندیشد می‌گویند» (سریسومیانگ^۲ و مه‌یر^۳، ۲۰۱۵: ۹۵). گردشگری کشاورزی فصل مشترک گردشگری و کشاورزی است که در آن بازدید از مزارع، خریداری محصولات، استفاده از سرگرمی‌های موجود در این فضاها، شرکت در فعالیت‌ها و اقامت در مزارع به صورت همزمان صورت می‌پذیرد که این امر سبب می‌شود که تجربه گردش و تجربه کشاورزی به گونه‌ای جدایی‌ناپذیر حاصل شود (نسرز^۴، ۲۰۰۹). سزناچدر و همکاران (۲۰۰۹) معتقدند سه ویژگی وجود دارد که گردشگری کشاورزی را از انواع دیگر گردشگری متمایز می‌سازد. نخست، گردشگری کشاورزی به گردشگران این فرصت را ارائه می‌دهد تا در فرایند تولید مواد غذایی مشارکت نمایند. دوم، برای گردشگران این فرصت وجود دارد تا بیشتر درباره زندگی مردم روستایی‌ها را بگیرند. سرانجام اینکه گردشگری کشاورزی به گردشگران این فرصت را ارائه می‌دهد تا با حیوانات اهلی و دشت و صحرا (که جزیی از تجربه و زندگی روزمره آنها نیست) تماس مستقیم داشته باشند. این سه ویژگی با سه اصل گردشگری کشاورزی همراه می‌باشد. این سه اصل بیان می‌کنند که در یک مقصد گردشگری باید: چیزی برای گردشگران وجود داشت باشد تا بازدید کنند (مثلا حیوانات، مزارع، فرهنگ و سنن روستایی مثل جشنواره‌ها)؛ چیزی برای گردشگران وجود داشته باشد تا انجام دهند (مثلا مشارکت در ماهیگیری، آشپزی، برداشت محصول و مشارکت در بازیهای محلی) و چیزی برای گردشگران وجود داشت باشد تا بخرند (مثلا صنایع دستی روستایی، سبزیجات تازه و مواد غذایی فراوری شده در مزارع) به علاوه، برای اینکه گردشگری کشاورزی رخ دهد باید سه عنصر اصلی وجود داشت باشد: کشاورز «کشاورز از مهمانان پذیرایی میکند و خدمات مورد نیاز را ارائه می‌دهد»؛ «مزرعه» (مزرعه باید دارای یک ویژگی و جذابیت خاص باشد)؛ «روستا» (این محل غالبا از شهر فاصله دارد و ممکن است فاقد تسهیلات شهری باشد اما از لحاظ تنوع زیستی کشاورزی بسیار غنی می‌باشد). در مورد توسعه گردشگری روستایی دیدگاه‌های متفاوتی وجود دارد. بعضی آن را بخشی از بازار گردشگری می‌شناسند و معتقدند می‌توان آن را با شکلهای دیگر بازار گردشگری، مانند گردشگری در آفتاب، گردشگری در کنار دریا، گردشگری در

¹ Lucha

² Srisomyong

³ Meyer

⁴ Nasers

سواحل ماسه‌ای مقایسه کرد. از جنبه دیگر، گردشگری روستایی به عنوان فلسفه‌ای برای توسعه روستایی مطرح گردیده است که این جنبه دارای سه دیدگاه مهم است. نگرش اول به گردشگری به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی است که انعکاس دهنده ویژگی محیط روستایی است. در نگرش دوم نیز گردشگری را به عنوان ابزار و سیاستی برای بازساخت اقتصاد روستایی می‌شناسند. در نگرش سوم گردشگری را به عنوان سیاست و ابزاری برای توسعه روستایی پایدار قلمداد کرده اند (افتخاری و همکاران، ۱۳۸۱: ۲۸). با توجه به نگرش اول گردشگری کشاورزی از جمله راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مطرح شده است گردشگری کشاورزی نقش مهمی در پایداری مناطق از ابعاد مختلف دارد که در ادامه به آنها اشاره شده است. طوری که از نظر اقتصادی گردشگری کشاورزی به عنوان یک ابزار توسعه اقتصادی به شمار می‌آید و به عنوان فرصت‌های اقتصادی برای کشاورزان با توسعه فرصت‌های بازاریابی جدید، افزودن ارزش افزوده به محصولات کشاورزی، تنوع و تقویت منابع درآمد با تنوع توسعه کسب و کار مزرعه، عملکرد تولید در مزرعه، منابع مزرعه و شور و شوق و مهارت کشاورزان در مورد نوآوری در ارتباط است (تاو^۱ و باربیری^۲، ۲۰۱۲: ۲۱۷). در رابطه با بعد اجتماعی و فرهنگی می‌توان به اثرات اجتماعی و فرهنگی گردشگری بر رفتارهای فردی، روابط خانوادگی، سبک زندگی، آداب و رسوم و سنت‌های سیستم جامعه و این اجتماعی اشاره کرد. از ویژگی‌های چند بعدی گردشگری کشاورزی نیز ارائه فرصت تحول در ابعاد اجتماعی و فرهنگی مردم منطقه روستایی است. شرایط در حال تغییر، اثرات اجتماعی و فرهنگی در جوامع نه تنها در مردم روستایی بلکه در مردم شهری است. این اثرات: فعالیت‌های آموزش و پرورش است که مورد نیاز از روند توسعه گردشگری کشاورزی، ارائه مهارت‌های جدید و درکی از جهان به مردم روستایی. دوم گردشگری کشاورزی نقش همبند بین مردم شهری و روستایی ایفا می‌کند. از طریق این راه مردم روستایی باید فرصت‌هایی برای داشتن روابط نزدیک‌تر با زندگی شهری و مردم شهری باید دانش عمیق‌تری در مورد مناطق روستایی جهان داشته باشد. سوم اینکه گردشگری کشاورزی فرصت‌های شغلی جدید به ویژه برای نسل جوان فراهم آورده است، آن نقش مؤثری برای کاهش مهاجرت ایفا می‌کند (توپکو^۳، ۲۰۰۷: ۴۱). از نظر آموزشی گردشگری کشاورزی ابزاری آموزشی برای کشاورزان و مصرف‌کنندگان است. در سمت کشاورز، شرکای یک پروژه مانند دانشگاه‌ها، موسسات و کارشناسان و دیگران سازماندهی تسهیلات آموزشی برای کشاورزان به ارائه مهارت‌های جدید در فنون کشاورزی، ادارات گردشگری، خدمات گردشگری، مهارت‌های زبان می‌باشد. در طرف دیگر، برنامه‌های آموزشی آماده شده برای گردشگران توسط این واحد یا کشاورزان توسعه آگاهی و دانش مردم در مورد طبیعت است و می‌تواند زمینه توسعه مناطق روستایی را در ابعاد مختلف فراهم کند (فلانیگان و دیگران، ۲۰۱۵:

¹ Taw

² Barbieri

³ Topçu

۱۲۹). در بعد زیست محیطی مزایایی مانند استفاده مؤثر از منابع، حفاظت از زیستگاههای طبیعی و اکوسیستم‌ها و کاهش آلودگی‌های کشاورزی را ارائه می‌دهد و به کشاورزان و جامعه محلی در این زمینه کمک می‌کند (کریمی، ۱۳۹۳: ۸۰).

با توجه به مطالب ارائه شده می‌توان گفت که اثرات مثبت گردشگری روستایی برای توسعه روستایی اشتغال و تنوع در پتانسیل کار، توسعه بخش خدمات، تنوع روش های تولید کشاورزی، بررسی جنگل نزدیک به مناطق شهری با هدف تفریحی، حفاظت از مناظر روستایی، کاهش یا جلوگیری از مهاجرت، حفاظت از ساختار تاریخی، آگاه سازی نسبت به اهمیت طبیعت، توسعه صنایع دستی، بهبود شرایط زندگی زنان روستایی اجتماعی و اقتصادی، بهبود ابتکارات و ایده های جدید می‌باشند (تودیسکا^۱، ۲۰۱۵: ۱۸۰؛ زنیسکا^۲ و دیگران، ۲۰۱۴: ۲۸۱ و سن مارتین^۳ و هررو^۴، ۲۰۱۲: ۳۴۱). لذا بدین منظور پژوهشگران به پژوهش در زمینه عواملی که مؤثر بر گرایش روستاییان به سمت فعالیت های گردشگری کشاورزی می باشند پرداختند تا از این طریق زمینه ایجاد، توسعه و پایداری توسعه روستایی را فراهم کنند که در جدول (۱) به پاره ای از این عوامل مؤثر اشاره شده است.

جدول (۱): پژوهش های صورت گرفته در رابطه با عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی

یافته‌ها و نتایج	سال	پژوهشگر
یافته های پژوهش نشان می دهد که بین دو متغیر وضعیت شغلی و میزان تمایل جامعه محلی به مشارکت در توسعه گردشگری کشاورزی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. همچنین نتایج از مون T نشان داده است که که قابلیت های مشارکتی در بین ساکنین در راستای برنامه ریزی و عملیاتی کردن گردشگری کشاورزی وجود دارد اما برای این منظور، به مشارکت و مردم محلی خصوصا شرکت در تصمیم گیری ها نیاز است.	۱۳۹۲	بدری و همکاران
نتایج نشان می دهد که افراد قدیمی تر، تحصیل کرده، و اپراتورهای زن بیشتر احتمال دارد در گردشگری کشاورزی شرکت کنند. با این حال، بین یارانه های دولتی و جمعیت شهرستان با گردشگری کشاورزی همبستگی منفی وجود دارد. و گردشگری کشاورزی در مزارع کوچک به عنوان منبع درآمد و دارایی و بازده دارایی. می تواند به تقویت اقتصادی و رفاه خانواده منجر شود.	۲۰۱۳	جو ^۵ و دیگران

¹ Tudisca

² Snieška

³ San Martín

⁴ Herrero

⁵ Joo

ادامه جدول (۱): پژوهش های صورت گرفته در رابطه با عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی

پژوهشگر	سال	یافته‌ها و نتایج
باگی ^۱ و ریدر ^۲	۲۰۱۲	کاربرد مدل لوجیت در این پژوهش نشان داده است که مشارکت کشاورزان در اگروریسم بستگی به دو نوع متغیر دارد: الف- متغیرهای ساختگی: دسترسی عمومی به مزرعه برای تفریح و سرگرمی دارای بیشترین تاثیر مثبت و به دنبال آن نزدیکی مزارع به شهرستانهای مرکزی، آموزش رسمی کشاورزان، مشاوره، مشارکت زارع، ثبت نام زارع در برنامه های حفاظت سازمان یافته و دسترسی کشاورزان به اینترنت است. ب- متغیرهای پیوسته مؤثر بر مشارکت کشاورزان: جریب از زمین، درصد زمین های نامناسب برای محصولات، سن اپراتورها، و فاصله از شهرستانها. هدف گذاری بر مبنای این صفات می تواند موفقیت برنامه های ترویج گردشگری کشاورزی را افزایش دهد.
شیلینگ ^۳ و دیگران	۲۰۱۲	میزان مشارکت در گردشگری کشاورزی در بین کشاورزان نیوجرسی اندازه گیری شد. مزارع بزرگ خیلی بیشتر احتمال دارد به میزبانی گردشگری کشاورزی در مقایسه با مزارع کوچک بپردازند البته بعضی مزارع گردشگری کشاورزی کوچک هستند و برای به دست آوردن درآمد بیشتر مزرعه خود را در فعالیت گردشگری کشاورزی به کار می بندند.
داس ^۴ و رینی ^۵	۲۰۱۰	پژوهشگران پی بردند که چند عامل نگرش کشاورزان آرکانزاس و زمین داران نسبت به مشارکت در صنعت گردشگری کشاورزی را تحت تاثیر قرار داده است. حوزه اصلی شامل: پشتیبانی دولت در آموزش، تعیین قوانین و مقررات، و حمایت دولت در بازاریابی و ترویج. یافته های آنها نشان می دهد که ارتقاء دولت و سازمان های ترویج کشاورزی می تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری کشاورزی داشته باشد.
براون ^۶ و ریدر ^۷	۲۰۰۷	نتایج پژوهش نشان داده است که سابقه کار در یک مزرعه به طور قابل توجهی بر مشارکت کشاورزان در گردشگری کشاورزی یا درآمد حاصل از گردشگری کشاورزی تاثیر نمی گذارد. و مشاهده کردند که مزارع در مناطق با امکانات طبیعی بالا (بر اساس آب و هوا، نقشه برداری، و منطقه آب) به احتمال زیاد تمایل بیشتری به فعالیت های گردشگری کشاورزی دارند. آنها فهمیدند که که افراد با درآمد و اشتغال خوب و دارای مسکن فصلی در مناطق روستایی تمایل بیشتری به فعالیت های گردشگری کشاورزی نشان می دهند.
اولنبرگ ^۸ و بوکلی ^۹	۲۰۰۷	پژوهشگران دریافتند که کشاورزان پاره وقت به دنبال مزارع بزرگ و درآمد محورند و یا دنبال یک جایگزین و شغل خارج از مزرعه هستند. در مقابل، کشاورزان بازنشسته به دنبال به دست آوردن فرصت های اجتماعی همراه با یک کار فشرده کمتر برای کسب درآمد هستند.

¹ Bagi

² Reeder

³ Schilling

⁴ Das

⁵ Rainey

⁶ Brown

⁷ Reeder

⁸ Ollenber

⁹ Buckley

ادامه جدول (۱): پژوهش‌های صورت گرفته در رابطه با عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی

پژوهشگر	سال	یافته‌ها و نتایج
نیکرسون ^۱	۲۰۰۱	در یک مطالعه از کشاورزان مونتانا، محققین دریافتند که درآمد اضافی، استفاده بهتر از منابع، نوسانات در درآمد کشاورزی، و اشتغال اعضای خانواده به عنوان برخی از دلایل مهم برای تنوع فعالیت‌ها و روی آوردن به گردشگری کشاورزی ذکر شده است. آنها همچنین دریافتند افراد دارای مزارع بزرگ با مشاهده نوسانات در درآمد کشاورزی، رفع نیازهای بازار، تفریح و سرگرمی / تعطیلات، مشوق‌های مالیاتی، و آموزش مصرف‌کننده می‌تواند انگیزه‌های قوی‌تر برای تنوع بخشیدن به به گردشگری کشاورزی در مقایسه با کسانی که مزارع کوچکتر دارند ایجاد کند چرا که در مزارع کوچک مقررات دولت و یا قوانین و مقررات استفاده از زمین نگرانی در میان مردم منطقه و همچنین رابطه با عملیات گردشگری کشاورزی در ایالت واشنگتن ایجاد کرده است.

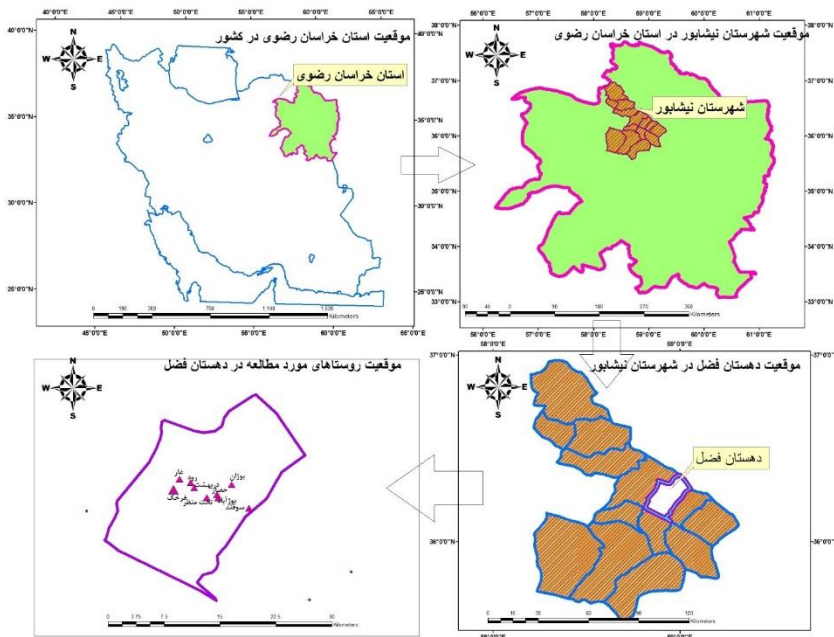
منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

روش‌شناسی تحقیق

- قلمرو جغرافیایی تحقیق

شهرستان نیشابور در استان خراسان رضوی و در محدوده‌ی ریاضی (۵۸ درجه و ۸ دقیقه تا ۵۹ درجه و ۲۰ دقیقه) طول جغرافیایی و (۳۵ درجه و ۳۵ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۵۲ دقیقه) عرض شمالی واقع گردیده است. این شهرستان به شکل بیضی در امتداد رشته کوه‌های بینالود قرار دارد. رشته کوه‌های بینالود که به صورت نواری در جهت شمال غربی - جنوب شرقی شهرستان امتداد یافته است، این شهرستان را از شهرستان‌های مشهد و قوچان جدا می‌سازد. در قسمت غرب، نیشابور و سبزوار ۱۶۲ کیلومتر مرز مشترک دارند و از طریق رشته کوه طاغنکوه از یکدیگر جدا می‌گردند. در قسمت جنوب غربی، رشته کوه‌های سرخ، با ارتفاعات نسبتاً بالا، این شهرستان را از شهرستان کاشمر جدا می‌کند. بخش مرکزی نیشابور با ۵ دهستان دارای ۷۶۱۲۸ نفر جمعیت روستایی و دو نقطه شهری شهر بار با ۴۱۲۱ نفر جمعیت و شهر نیشابور با ۲۳۹۱۸۵ نفر جمعیت مجموعاً ۳۱۹۴۳۴ نفر جمعیت دارد و شامل دهستانهای دربقاضی، ریوند، مازول و فضل است. دهستان فضل به دلیل پایکوهی بودن از موقعیت گردشگری فوق العاده خوبی برخوردار است طوری که تعدادی از روستاهای این بخش جدای از بقیه به دلیل بیلاقی بودن، طبیعت بکر و زیبا، خوش آب و هوا بودن، چشم انداز زیبا هر ساله حجم زیادی از جمعیت توریسم را به خود اختصاص می‌دهند و حتی بعضی از این روستاها مثل بوژان به عنوان منطقه نمونه گردشگری شناخته می‌شوند.

¹ Nickerson



شکل (۲) : موقعیت روستاهای مورد مطالعه گردشگری کشاورزی در دهستان فضل، بخش مرکزی نیشابور

روش تحقیق

نوع تحقیق کاربردی، روش مورد استفاده توصیفی-تحلیلی، برای گردآوری داده ها و اطلاعات از روشهای کتابخانه‌ای (فیش برداری از کتب، مقالات و پایان نامه و منابع اینترنتی) و میدانی پرسشنامه) استفاده شده است. قلمرو مکانی این تحقیق، دهستان فضل از دهستان‌های بخش مرکزی شهرستان نیشابور می باشد. جامعه آماری این تحقیق روستاهای نمونه گردشگری دهستان فضل می باشد؛ که دارای ۸۳۳۰ خانوار طبق سرشماری ۱۳۹۰ می‌باشد که تعداد ۲۶۱ خانوار از طریق فرمول اصلاح شده کوکران به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. انتخاب خانوارها در سطح هر روستا، به صورت سهمیه ای و تصادفی (جدول شماره ۲) انجام گرفت تا اصل فرصت برابر به منظور انتخاب خانوارها رعایت شده باشد. به منظور دستیابی به نتایج مطلوب در زمینه تعیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان در روستاهای نمونه در ۸ شاخص و همچنین ۲۴ بعد اقدام به تهیه و تدوین ۲۶۱ پرسشنامه مطابق با طیف لیکرت (بر اساس جدول ۲-۱) تهیه گردیده است. جهت ارزیابی پایایی و برای ابعاد توسعه داده ها از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون t تک نمونه ای، همبستگی پیرسون و تحلیل عامل) در نرم افزار SPSS استفاده شده است. تحلیل عاملی از جمله روش های چند متغیره است که در آن متغیرهای مستقل و وابسته مطرح نیست. زیرا این روش جزو تکنیک های هم وابسته محسوب می گردد و کلیه متغیرها نسبت به هم وابسته لحاظ گردیده و سعی میشود تا تعداد زیادی متغیر در چند عامل اصلی خلاصه

شوند و این امر یکی از مزایای اصلی این روش در مقایسه با روش‌های مشابه است. بدین ترتیب که در آن ارتباط پنهان بین تمامی متغیرها برقرار شده و در نهایت مؤثرترین عوامل که قدرت تبیین‌کنندگی بیشتری نسبت به سایرین دارند، توسط پژوهشگر کشف و شناسایی می‌شوند. به طوری که بدون استفاده از تحلیل عاملی، ذهن انسان قادر به شناسایی این روابط پیچیده نمی‌باشد. از سوی دیگر متدهای نیرومند موجود در این روش، آن را از اعمال نظرهای سلیقه‌های کارشناسی مجزا نموده و منطق‌های ریاضی و آزمون‌های آماری دقیق را جایگزین می‌سازد.

جدول (۲): بررسی توزیع فراوانی افراد مورد بررسی در روستاهای مورد مطالعه

ردیف	نام روستا	جمعیت	تعداد خانوار	حجم نمونه
۱	فرخک	۱۳۴۱	۴۴۴	۸۹
۲	دره‌بشت	۱۱۸	۴۰	۷
۳	رود	۹۲۵	۸۷	۱۷
۴	بوژآباد	۶۴۹	۲۱۸	۴۳
۵	تحت منظر	۱۱۹	۴۰	۸
۶	غار	۱۵۶	۵۴	۱۰
۷	حصار	۲۲۷	۸۰	۱۵
۸	سوقند	۲۶۷	۹۷	۱۹
۹	بوژان	۷۲۵	۲۶۵	۵۳
۱۰	جمع	۴۵۲۷	۱۳۲۵	۲۶۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

- ویژگی‌های فردی پاسخگویان

در گام نخست به منظور دریافت شناخت کلی عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی در دهستان فضل مهم‌ترین متغیرهای شخصیتی آن‌ها با استفاده از آمارهای توصیفی محاسبه گردید. به طور خلاصه مهم‌ترین یافته‌های به دست آمده از افراد نمونه بدین شرح است: از نظر جنسیتی ۵۳ نفر (۲۰/۳ درصد) زن و ۲۰۸ نفر (۷۹/۷ درصد) مرد می‌باشد؛ از نظر سنی اکثریت جمعیت مورد مطالعه در رده سنی بیشتر از ۴۰ سال (۳۹/۱ درصد) قرار دارند؛ از نظر سطح تحصیلات قریب ۶۱ نفر (۲۳/۴ درصد) فاقد سواد، ۶۶ نفر دارای سواد ابتدایی هستند و بیشتر افراد مورد مطالعه در این رده تحصیلی قرار دارند. از نظر وضعیت شغلی ۱۹۴ (۷۳/۸) کشاورز، ۱۴ (۵/۳) نفر دامدار، ۴۰ (۱۵/۲) کاسب و بازاری، سایر ۱۳ (۴/۹) را در برمیگیرد. که همانطور که می‌بینیم اکثر

افراد به کشاورزی مشغولند. از نظر سطح درآمدی ۵۹ نفر (۲۲/۶ درصد) زیر ۵۰۰ هزار تومان، ۱۱۵ نفر (۴۴/۱ درصد) ۷۵۰ تا یک میلیون اعلام نموده اند که در جدول (۳) اشاره شده است.

جدول (۳): ویژگی‌های فردی پاسخگویان

گویه	نتایج
جنسیت	از ۲۶۱ فرد مورد بررسی ۵۳ نفر (۲۰/۳ درصد) زن و ۲۰۸ نفر (۷۹/۷ درصد) مرد می‌باشد.
میزان سن	از ۲۶۱ فرد مورد بررسی ۲۸ نفر (۱۰/۷ درصد) کمتر از ۲۰ سال، ۷۲ نفر (۲۷/۶ درصد) ۲۱ تا ۳۰ سال، ۵۹ نفر (۲۲/۶ درصد) ۳۱ تا ۴۰ سال و ۱۰۲ نفر (۳۹/۱ درصد) بیشتر از ۴۰ سال سن دارند.
وضعیت شغل	از ۲۶۱ فرد مورد بررسی ۱۹۴ (۷۳/۸ درصد) کشاورز، ۱۴ (۵/۳ درصد) نفر دامدار، ۴۰ (۱۵/۲ درصد) کاسب و بازاری، سایر ۱۳ (۴/۹ درصد) را در برمی‌گیرد.
وضعیت تحصیلات	از ۲۶۱ فرد مورد بررسی ۶۱ نفر (۲۳/۴ درصد) فاقد سواد، ۶۶ نفر دارای سواد ابتدایی، ۳۴ نفر (۱۳ درصد) راهنمایی، ۷۶ نفر (۲۹/۱ درصد) دبیرستان و دیپلم) و ۲۴ نفر (۹/۲ درصد) دارای تحصیلات دانشگاهی هستند.
وضعیت درآمد	از ۲۶۱ فرد مورد بررسی ۵۹ نفر (۲۲/۶ درصد) زیر ۵۰۰ هزار تومان، ۴۷ نفر (۱۸ درصد) ۵۰۰ تا ۷۵۰ هزار تومان، ۱۱۵ نفر (۴۴/۱ درصد) ۷۵۰ تا یک میلیون و ۲۳ نفر (۸/۸ درصد) بیشتر از یک میلیون تومان را انتخاب کرده اند و ۱۷ نفر (۶/۵ درصد) وضعیت درآمدی خود را اعلام نکرده اند.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

- وضعیت پتانسیل های جذب گردشگر و کمیت و کیفیت تسهیلات گردشگری در منطقه مورد مطالعه

طبق نتایج جدول (۴ و ۵) نتایج حاصل از آزمون On sample t- test یا T تک نمونه‌ای در رابطه با پتانسیل های جذب گردشگر بیان شده است. طبق این جدول، در عبارات گردشگری کشاورزی (توریسم گل و گیاه و کشاورزی مانند باغات و مزارع پرورش گل)، مناظر طبیعی و چشم اندازها (ارتفاعات، رودخانه‌ها، چشمه‌ها و ...)، آب و هوای منطقه، دسترسی آسان به مناطق گردشگری، مقدار محاسبه شده با حد مینا (۳) ۷۳/۸ اختلاف دارد. از آنجاییکه sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد نتیجه می‌گیریم تفاوت معناداری بین مقدار محاسبه شده و حد مینا وجود دارد. هم چنین از آنجایی که اختلاف میانگین برای همه این عبارات مثبت می‌باشد نتیجه می‌گیریم به طور کلی موافقت اعضای نمونه با این عبارات در حد بالایی می‌باشد و این مناطق به لحاظ جذب گردشگر از جاذبه و پتانسیل بالایی برخوردارند طوری که بوژان و دربهبست به عنوان مثال از کیفیت بالایی از نظر گویه‌هایی چون مناظر طبیعی و چشم انداز، اقلیم مناسب و دسترسی آسان با وسایل نقلیه شخصی و عمومی شرایط واقعا مناسب را دارند. در ادامه طبق جدول (۴) در عبارات جاذبه های

تاریخی، وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی، وجود صنایع دستی و محصولات محلی اختلاف معناداری بین مقدار محاسبه شده و حد مینا وجود دارد زیرا sig کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. لذا نتیجه می‌گیریم موافقت اعضای نمونه با این عبارات در حد پایین می‌باشد و این مناطق در رابطه با این موارد از وضعیت مناسبی برخوردار نیستند به عنوان مثال روستاهایی مثل حصار یا بوژآباد مردم تنها در گذشته‌ها فرهنگ و سنت ملی خود را داشته‌اند و به ایجاد صنایع دستی اقدام می‌کرده‌اند و اکنون تنها نشانه‌های خیلی کمی از آنها دیده می‌شود و بیشتر از لحاظ طبیعی مورد تاکید قرار گرفته‌اند و از لحاظ تاریخی یا صنایع دستی و فرهنگ محلی وضعیت مطلوبی را ندارند.

جدول (۴): بررسی توان‌های جذب گردشگر کشاورزی در منطقه مورد مطالعه

عنوان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف میانگین
گردشگری کشاورزی (توریسم گل و گیاه و کشاورزی مانند باغات و مزارع پرورش گل)	۲۶۱	۴/۰۴	۰/۸۲۴	۰/۰۵۱
مناظر طبیعی و چشم اندازها (ارتفاعات، رودخانه‌ها، چشمه‌ها و ...)	۲۶۱	۴/۰۵	۰/۷۹۸	۰/۰۴۹
جاذبه‌های تاریخی	۲۶۱	۲/۵۱	۱/۱۲۲	۰/۰۶۹
آب و هوای منطقه	۲۶۱	۴/۴۰	۰/۶۳۵	۰/۰۳۹
وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی	۲۶۱	۲/۸۰	۰/۶۷۳	۰/۰۴۲
دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه	۲۶۱	۳/۳۶	۱/۰۴۵	۰/۰۶۵
وجود صنایع دستی و محصولات محلی	۲۶۱	۱/۸۲	۰/۶۵۶	۰/۰۴۱

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

جدول (۵): نتایج حاصل از T تک نمونه‌ای در رابطه با توان‌های جذب گردشگر کشاورزی (حد مینا ۳ است)

میان‌نظری = ۳					T آماره	عنوان
۹۵٪ سطح اطمینان		تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی		
حد بالا	حد پایین					
۱/۱۴	۰/۹۴	۱/۰۴۲	۰/۰۰۰	۲۶۰	۲۰/۴۳۲	گردشگری کشاورزی (توریسم گل و گیاه و کشاورزی مانند باغات و مزارع پرورش گل)
۱/۱۴	۰/۹۵	۱/۰۴۶	۰/۰۰۰	۲۶۰	۲۱/۱۸۴	مناظر طبیعی و چشم اندازها (ارتفاعات، رودخانه‌ها، چشمه‌ها و ...)
-۰/۳۵	-۰/۶۳	-۰/۴۹۰	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۷/۰۶۲	جاذبه‌های تاریخی
۱/۴۸	۱/۳۲	۱/۴۰۲	۰/۰۰۰	۲۶۰	۳۵/۶۹	آب و هوای منطقه
-۰/۱۲	-۰/۲۸	-۰/۱۹۹	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۴/۷۸۵	وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی
۰/۴۸	۰/۲۳	۰/۳۵۶	۰/۰۰۰	۲۶۰	۵/۵۰۹	دسترسی آسان و مناسب به این ناحیه
-۱/۱۰	-۱/۲۶	-۱/۱۷۶	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۲۸/۹۶۷	وجود صنایع دستی و محصولات محلی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

طبق نتایج جدول (۶ و ۷) نتایج حاصل از آزمون On sample t- test یا T تک نمونه‌ای در رابطه با کمیت و کیفیت تسهیلات گردشگری آمده است. طبق این جدول، در عبارات امکانات تفریحی و ورزشی، امکانات امنیتی (نیروی انتظامی، امدادگری و غیره)، دسترسی به آب سالم مقدار محاسبه شده با حد مینا (۳) اختلاف دارد. از آنجاییکه sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد نتیجه می‌گیریم تفاوت معناداری بین مقدار محاسبه شده و حد مینا وجود دارد. هم چنین از آنجایی که اختلاف میانگین برای همه این عبارات مثبت می‌باشد نتیجه می‌گیریم به طور کلی موافقت اعضای نمونه با این عبارات در حد بالا می‌باشد طوری که در بوژان کوه نوردی و صخره نوردی هایی برگزار می‌شود و منابع آب آشامیدنی آن از وضعیت عالی برخوردار است. در ادامه طبق همین جدول، در عبارات سرویس‌های بهداشتی، هدایت و راهنمایی گردشگران و امکانات تبلیغات گردشگری، تعداد و کیفیت مکان‌های فروش مواد غذایی، تسهیلات و امکانات درمانی، خدمات حمل و نقل و کرایه، پارکینگ و خدمات مربوط به آن، خدمات بانکی و پولی، تاسیسات و تجهیزات سوختی، انرژی و پمپ بنزین اختلاف معناداری بین مقدار محاسبه شده و حد مینا وجود دارد زیرا sig کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد. لذا نتیجه می‌گیریم موافقت اعضای نمونه با این عبارات در حد پایین می‌باشد و از نظر این موارد به خصوص تاسیسات سوختی این مناطق وضعیت مناسبی ندارند به عنوان مثال سرویس بهداشتی عمومی مناسبی در بوژآباد وجود ندارد و در بوژان یک مورد با وضعیت نامناسب وجود داشت و در رابطه با جایگاه سوخت و پارکینگ هم مناطق وضعیت مناسبی را نداشتند.

جدول (۶): بررسی وضعیت کمیت و کیفیت تسهیلات گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه

عنوان	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای انحراف میانگین
امکانات تفریحی و ورزشی	۲۶۱	۳/۸۰	۰/۵۸۹	۰/۰۵۳
امکانات امنیتی (نیروی انتظامی، امدادگری و غیره)	۲۶۱	۳/۳۹	۰/۶۹۰	۰/۰۴۳
سرویس‌های بهداشتی (دستشویی)	۲۶۱	۲/۷۰	۰/۹۰۹	۰/۰۵۶
دسترسی به آب سالم	۲۶۱	۳/۴۲	۱/۴۰۳	۰/۰۸۷
هدایت و راهنمایی گردشگران و امکانات تبلیغات گردشگری	۲۶۱	۲/۴۰	۰/۹۹۸	۰/۰۶۲
تعداد و کیفیت مکان‌های فروش مواد غذایی	۲۶۱	۲/۸۱	۱/۰۵۳	۰/۰۶۵
تسهیلات و امکانات درمانی (درمانگاه و ...)	۲۶۱	۲/۱۲	۰/۶۲۰	۰/۰۳۸
خدمات حمل و نقل و گرایه	۲۶۱	۲/۶۷	۰/۷۵۴	۰/۰۴۷
پارکینگ و خدمات مربوط به آن	۲۶۱	۲/۱۳	۰/۸۳۶	۰/۰۵۲
خدمات بانکی و پولی (ICT)	۲۶۱	۲/۰۲	۰/۶۳۸	۰/۰۴۰
تاسیسات و تجهیزات سوختی، انرژی و پمپ بنزین	۲۶۱	۱/۹۵	۰/۶۶۳	۰/۰۴۱

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

جدول (۷): نتایج حاصل از T تک نمونه‌ای در رابطه با کمیت و کیفیت تسهیلات گردشگری منطقه

میان‌نظر = ۳						عنوان
۹۵٪ سطح اطمینان		تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی	t آماره	
حد بالا	حد پایین					
۰/۹۱	۰/۷	۰/۸۰۱	۰/۰۰۰	۲۶۰	۱۵/۰۶۸	امکانات تفریحی و ورزشی
۰/۴۷	۰/۳	۰/۳۸۷	۰/۰۰۰	۲۶۰	۹/۰۵۶	امکانات امنیتی (نیروی انتظامی، امدادگری و غیره)
-۰/۱۹	-۰/۴۱	۰/۲۹۹	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۵/۳۱۳	سرویس‌های بهداشتی (دستشویی)
۰/۵۹	۰/۲۵	۰/۴۱۸	۰/۰۰۰	۲۶۰	۴/۸۱۰	دسترسی به آب سالم
-۰/۴۸	-۰/۷۲	-۰/۵۹۸	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۴/۶۷۹	هدایت و راهنمایی گردشگران و امکانات تبلیغات گردشگری
-۰/۰۶	-۰/۳۲	-۰/۱۹۲	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۲/۹۳۸	تعداد و کیفیت مکان‌های فروش مواد غذایی
-۰/۸	-۰/۹۵	-۰/۸۷۷	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۲۲/۸۴۷	تسهیلات و امکانات درمانی (درمانگاه و ...)
-۰/۲۴	-۰/۴۲	-۰/۳۳۰	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۷/۰۶۴	خدمات حمل و نقل و گرایه
-۰/۷۷	-۰/۹۷	-۰/۸۷۰	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۱۶/۸۱۴	پارکینگ و خدمات مربوط به آن
-۰/۹۱	-۱/۰۶	-۰/۹۸۵	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۲۴/۹۲۱	خدمات بانکی و پولی (ICT)
-۰/۹۷	-۱/۱۳	-۱/۰۵	۰/۰۰۰	۲۶۰	-۲۵/۵۷۴	تاسیسات و تجهیزات سوختی، انرژی و پمپ بنزین

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

- عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه

برای شناسایی عوامل مؤثر، ۲۴ متغیر وارد آزمون شدند. برای تحلیل عاملی از روش مؤلفه‌های اصلی با استفاده از چرخش متعامد و نوع واریماکس استفاده شد. تعیین تعداد عامل‌ها براساس پیش‌فرض‌های آزمون (مقدار ویژه بالای ۱) و همچنین، بر مبنای تشخیص محقق (براساس تجربیات علمی و عملی) با هدف شناسایی بهترین مدل و حذف متغیرهای ناکارآمد (متغیرهای دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵) و دارای ارتباط ناچیز با سایر متغیرهای همسو با یک عامل در مراحل متعدد بررسی و تجزیه و تحلیل شد. در نهایت، بهترین مدل با ۸ عامل با مقدار ویژه بالاتر از ۱ و بار عاملی بالاتر از ۰/۴ استخراج گردید که دربرگیرنده همان ۲۴ متغیر است. برای تعیین مناسب بودن داده‌ها برای تحلیل عاملی از آزمون‌های KMO^1 و بارتلت^۱ استفاده گردید. محاسبه‌هایی انجام شده در جدول (۶) نشان می‌دهد، انسجام درونی داده‌ها برای بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی مناسب است ($KMO=0/711$) و آماره بارتلت در سطح ۰/۰۰۰ معنادار می‌باشد که دلالت بر تأیید و تناسب تحلیل عاملی دارد.

جدول (۸): مقدار آماره KMO و بارتلت

Bartlett's Test	KMO	تحلیل عاملی
۸۸۷/۲۴۲	۰/۷۱۱	عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی
۰/۰۰۰		Sig.

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

متغیرهای مرتبط با عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی براساس مقدار ویژه در ۸ عامل، طبقه‌بندی شدند. مقدار ویژه بیانگر سهم هر عامل از کل واریانس متغیرها است و هرچه مقدار آن بیشتر باشد، نشان‌دهنده اهمیت و تأثیر بیشتر آن عامل است؛ به طوری که این عوامل توانستند در مجموع ۵۲/۶۴۶ درصد از واریانس کل عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی را تبیین نمایند (جدول ۹).

جدول (۹): عوامل استخراج شده همراه با مقدار ویژه، درصد واریانس و درصد تجمعی واریانس آن‌ها بعد از

چرخش

عامل	نام عامل	مقدار ویژه	درصد واریانس	درصد تجمعی واریانس
اول	آموزش و مهارت	۷/۴۳۸	۱۰/۱۶	۱۰/۱۶
دوم	حمایت‌ها و سیاست‌گذاری دولتی	۵/۸۹۴	۷/۸۹۱	۱۸/۰۵۱
سوم	عقاید غیرتوسعه‌ای و نوع نگاه	۴/۵۵۹	۶/۴۹۵	۲۴/۵۴۶
چهارم	رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی	۳/۴۸۸	۶/۲	۳۰/۷۴۶
پنجم	فرهنگ گردشگری	۲/۴۱۴	۵/۸۹	۳۶/۶۳۹
ششم	وضعیت اقتصادی و شغلی	۲/۳۶۴	۵/۶۸۳	۴۲/۳۱۹
هفتم	ارتباطات و دسترسی به شهر	۱/۲۶۱	۵/۲۵۵	۴۷/۵۷۴
هشتم	اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری	۱/۲۱۷	۵/۰۷۲	۵۲/۶۴۶

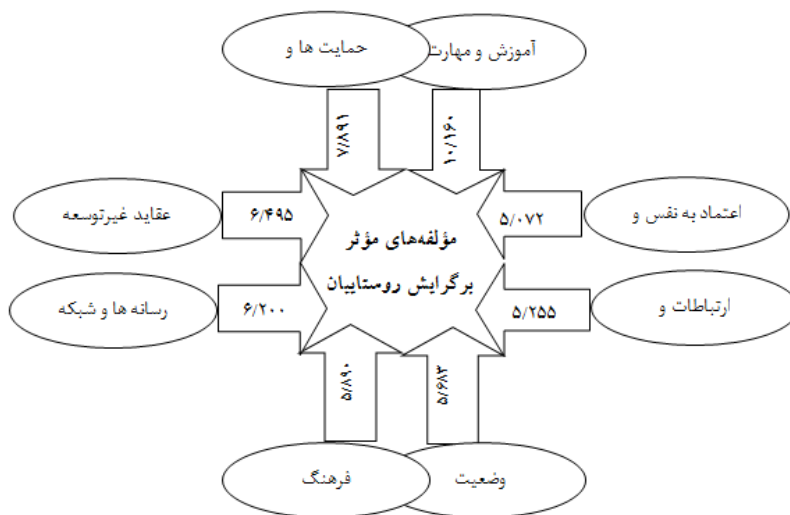
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر در گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی در جدول (۱۰) نشان داده شده است. اولین عامل با دربرگرفتن چهار متغیر، ۱۰/۱۶۰ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. با توجه به متغیرهای بارشده بر این عامل، این عامل «آموزش و فرهنگ» نام گرفت. عامل دوم نیز با دربرگرفتن چهار متغیر، عامل «حمایت و سیاست‌گذاری‌های دولتی» نام گرفت که این عامل ۷/۸۹۱ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کند. عامل سوم با دربرگرفتن چهار متغیر، عامل «جغرافیایی» نام‌گذاری شد. این سه عامل، با تبیین حدود ۲۴/۵۴۶ درصد از واریانس کل، در گروه مهم‌ترین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی جای دارند. چهارمین عامل با دربرداشتن بیش از ۶/۲۰۰ درصد از واریانس، از دو متغیر تشکیل شده است که این عامل «رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی» نام‌گذاری شد. پنجمین عامل با عنوان

«فرهنگ گردشگری» است با حدود ۵/۸۹۰ درصد از تبیین واریانس که دربرگیرنده چهار متغیر می‌باشد. ششمین عامل که بیش از ۵/۶۸۳٪ از واریانس را تبیین نمود، متشکل از سه متغیر است که عامل «وضعیت اقتصادی و شغلی» نام‌گذاری شد. هفتمین عامل با دربرگرفتن دو متغیر با بیش از ۵/۲۵۵ درصد از واریانس، عامل «ارتباطات و دسترسی به شهر» نام گرفت. کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی عامل «ارتباطات و دسترسی به شهر» و «اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری» نام‌گذاری شدند. هریک از دو عامل، نزدیک به ۱۰/۳۲۷ درصد از واریانس کل را تبیین نمودند. عوامل استنتاج‌شده، متغیرهای بارگذاری‌شده و بار عاملی هر متغیر در جدول (۱۰) نشان داده شده‌اند:

جدول (۱۰): متغیرهای مربوط به هریک از عامل‌های مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی

عامل‌ها	متغیرها	بار عاملی
آموزش و مهارت	سواد	۰/۷۱۸
	وجود نیروی متخصص و مروج روستایی	۰/۵۴۴
	آموزش و مشاوره در زمینه مزیت‌های گردشگری کشاورزی	۰/۵۳۳
	مهارت کشاورزان در استفاده از مزایای گردشگری کشاورزی	۰/۴۶۴
حمایت‌ها و سیاست‌گذاری دولتی	حمایت مالی و معنوی روستاییان	۰/۶۱۲
	ایجاد زیرساخت‌های مناسب	۰/۵۵۴
	اجازه دولت در زمینه استفاده از منابع جنگلی و زمین‌های ملی	۰/۶۱۲
عقاید غیرتوسعه‌ای و نوع نگاه کشاورزان	سیاست‌های دولت در زمینه بیمه کشاورزان	۰/۵۵۴
	کار اعضای خانواده در مزرعه	۰/۶۶۳
	نوع نگاه روستاییان به افراد بیرونی	۰/۵۷۴
	الگوی رفتاری گردشگران	۰/۵۵۰
رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی	نگرش‌ها و عقاید غیر توسعه‌ای کشاورزان	۰/۵
	استفاده از اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۱۸
فرهنگ گردشگری	استفاده از تلویزیون و ماهواره	۰/۸۸۵
	دستبرد بعضی از گردشگران	۰/۶۱۵
	تخریب و شکستن درختان توسط گردشگران	۰/۵۶۴
	تخریب سیستم آبیاری و تاسیسات مزارع	۰/۴۷۶
وضعیت اقتصادی و شغلی	سطح مهارت گردشگر در هنگام ورود به مزرعه	۰/۴۳۶
	سطح درآمد بالاتر	۰/۷۶۴
	کار در زمینه تولید محصولات کشاورزی	۰/۷۶۲
دسترسی به شهر	ملکی بودن اراضی کشاورزی	۰/۵۰۱
	رفت و آمد به شهر	۰/۷۹۲
اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری	فاصله مزارع تا نزدیکترین شهر	۰/۷۷۸
	اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری کشاورزان	۰/۷۶۸



شکل (۲): اهمیت نسبی مولفه‌های مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

- تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی در سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه

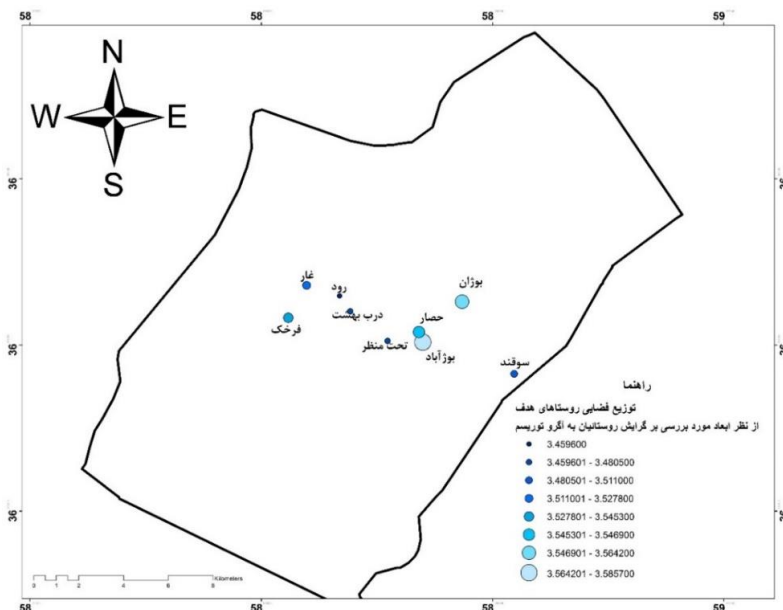
همانطور که در شکل جدول (۱۱) مشاهده می شود میانگین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی به ترتیب در ابعاد آموزش و مهارت (۴/۴۷۵)، حمایت و سیاست‌گذاری‌ها (۳/۶۳۶)، عقاید غیرتوسعه‌ای (۲/۸۲۳)، رسانه‌های اجتماعی (۳/۱۱۵)، فرهنگ گردشگری (۲/۹۳۲)، وضعیت اقتصادی و شغلی (۳/۹۸۶)، دسترسی به شهر (۳/۸۳۵)، اعتماد و ریسک‌پذیری (۳/۵۴۴) می‌باشد. (شکل شماره ۳). اگر عدد ۳ را حد وسط در نظر بگیریم بعد عقاید غیرتوسعه‌ای (۲/۸۲۳) کمتر از حد وسط می‌باشد. نتایج آزمون تی در جدول ۹ نیز نشان می‌دهد که با توجه به معناداری (۰/۰۰۰) در ابعاد هشت گانه اختلاف فاحشی بین روستاهای مورد مطالعه وجود دارد.

جدول (۱۱): بررسی میانگین ابعاد مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی در روستاهای مورد

مطالعه

نام روستا	آموزش	حمایت و سیاست گذاری	عقاید غیر توسعه ای	رسانه و شبکه های اجتماعی	فرهنگ گردشگری	وضعیت اقتصادی و شغلی	دسترسی و ارتباطات	ریسک پذیری اعتماد به نفس و	کل
بوژآباد	۴/۵۸	۳/۶۵	۲/۹۴	۳/۴۳	۲/۷۳	۴/۰۶	۳/۸۳	۳/۵۷	۳/۵۸
تحت منظر	۴/۴۷	۳/۶۶	۲/۴	۳/۱۹	۲/۸۷	۳/۸۷	۴/-	۳/۳۷	۳/۴۸
حصار	۴/۳۰	۳/۷۳	۲/۸۴	۳/۱۲	۲/۸۱	۴/-	۴/-	۳/۵۶	۳/۵۵
بوژان	۴/۷	۳/۵۸	۲/۷۹	۳/۰۵	۲/۹۸	۴/۰۳	۳/۸۲	۳/۵۵	۳/۵۶
رود	۴/۵۶	۳/۴۴	۲/۷۶	۲/۹۷	۲/۸۸	۳/۸۲	۳/۷	۳/۵۳	۳/۴۶
غار	۴/۳۷	۳/۶۲	۲/۹۶	۳/۳۷	۳/۱۷	۳/۸	۳/۴۲	۳/۵	۳/۵۳
سوقند	۴/۲	۳/۵۷	۳	۲/۸۹	۲/۹۵	۴/۰۳	۳/۹۲	۳/۵۳	۳/۵۱
فرخک	۴/۴۱	۳/۷	۲/۸۲	۳/۰۳	۳/۰۱	۳/۹۷	۳/۸۶	۳/۵۵	۳/۵۴
درب بهشت	۴/۰۳	۳/۶۹	۲/۸۳	۲/۹۴	۲/۸۷	۴/-	۳/۸۷	۳/۵	۳/۴۸
کل	۴/۴۷	۳/۶۴	۲/۸۲	۳/۱۱	۲/۹۳	۳/۹۷	۳/۸۳	۳/۵۴	۳/۵۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵



شکل (۳): وضعیت روستاهای مورد مطالعه از نظر کل ابعاد مورد بررسی (آموزش و مهارت، حمایت و سیاست گذاری، عقاید غیر توسعه ای، رسانه های اجتماعی) در گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

بررسی ارتباط بین عوامل فردی کشاورزان و گرایش به گردشگری کشاورزی در منطقه مورد مطالعه

نتایج حاصل از آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد (جدول ۸) که بین گرایش به گردشگری کشاورزی و متغیرهای مربوط به (میزان سن، نوع شغل، میزان تحصیلات، میزان درآمد، میزان کار در مزارع و باغات و میزان رفت و آمد به شهر در طول هفته) رابطه وجود دارد. به طوری که بین گرایش به گردشگری کشاورزی و میزان سن رابطه معکوس (۰/۲۶۸-) وجود دارد یعنی هرچه سن بالاتر بوده گرایش به گردشگری کشاورزی کمتر می‌باشد، و بین گرایش به گردشگری کشاورزی و میزان تحصیلات بیشترین ارتباط (۰/۴۳۳+) و بین گرایش به گردشگری و میزان کار در مزارع و باغات کمترین ارتباط وجود دارد. با توجه به اینکه سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ بوده، آزمون از سطح معناداری برخوردار می‌باشد. (جدول ۱۲)

جدول (۱۲): میزان همبستگی پیرسون بین مولفه گرایش به گردشگری کشاورزی و متغیرهای (میزان سن، نوع شغل، میزان تحصیلات، میزان درآمد، میزان کار در مزارع و باغات و میزان رفت و آمد به شهر در طول هفته)

مولفه	متغیر	میزان رابطه	سطح معناداری
گرایش به گردشگری کشاورزی	میزان سن	**۰/۲۶۸-	۰/۰۰۰
	نوع شغل	**۰/۳۰۰	۰/۰۰۰
	میزان تحصیلات	**۰/۴۳۳	۰/۰۰۰
	میزان درآمد	**۰/۲۱۲	۰/۰۰۱
	میزان کار در مزارع و باغات	*۰/۱۵۳	۰/۰۱۳
	میزان رفت و آمد به شهر در طول هفته	**۰/۴۳۵	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۵

نتیجه گیری و پیشنهادات

بخش کشاورزی و روستاهای دهستان فضل شهرستان نیشابور با دارا بودن شرایط متنوع آب و هوایی و جاذبه‌های طبیعی و اقلیمی و همچنین آداب و رسوم محلی، این توانمندی را دارند تا با شناسایی و ارزیابی جایگاه گردشگری روستایی و کشاورزی و نقاط ضعف و قوت آنها، فرصت‌هایی را فراهم آورند تا موجب توسعه روستایی شوند لذا با توجه به اهمیت گردشگری کشاورزی در این مقاله به بررسی عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی با استفاده از روش تحلیل عاملی و همبستگی پیرسون و آزمون t test پرداخته شده است تا با شناسایی عوامل مهم بتوانیم زمینه گرایش روستاییان را به این فعالیت‌ها فراهم کنیم. نتایج حاصل از آزمون On sample t- test یا T تک نمونه‌ای در رابطه با پتانسیل‌های جذب گردشگر نشان می‌دهد که در مبحث گردشگری

کشاورزی (توریسم گل و گیاه و کشاورزی مانند باغات و مزارع پرورش گل)، مناظر طبیعی و چشم اندازها (ارتفاعات، رودخانه ها، چشمه ها و ...)، آب و هوای منطقه، دسترسی آسان به مناطق گردشگری، مقدار محاسبه شده با حد مینا (۳) ۷۳,۸ اختلاف دارد. از آنجایی که sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ می باشد نتیجه می گیریم تفاوت معناداری بین مقدار محاسبه شده و حد مینا وجود دارد. هم چنین از آنجایی که اختلاف میانگین برای همه این عبارات مثبت می باشد نتیجه می گیریم به طور کلی موافقت اعضای نمونه با این عبارات در حد بالایی می باشد و این مناطق به لحاظ جذب گردشگر از جاذبه و پتانسیل بالایی برخوردارند. همچنین نتایج T تک نمونه‌ای در رابطه با کمیت و کیفیت تسهیلات گردشگری نشان می دهد، در رابطه با امکانات تفریحی و ورزشی، امکانات امنیتی (نیروی انتظامی، امدادگری و غیره)، دسترسی به آب سالم مقدار محاسبه شده با حد مینا (۳) اختلاف دارد. از آنجایی که sig بدست آمده کمتر از ۰/۰۵ می باشد نتیجه می گیریم تفاوت معناداری بین مقدار محاسبه شده و حد مینا وجود دارد. هم چنین از آنجایی که اختلاف میانگین برای همه این عبارات مثبت می باشد نتیجه می گیریم به طور کلی موافقت اعضای نمونه با این عبارات در حد بالا می باشد و مردم از سایر عبارات رضایت چندانی ندارند. نتایج حاصل از آزمون ضریب همبستگی پیرسون نشان می دهد که بین گرایش به گردشگری کشاورزی و متغیرهای مربوط به (میزان سن، نوع شغل، میزان تحصیلات، میزان درآمد، میزان کار در مزارع و باغات و میزان رفت و آمد به شهر در طول هفته) رابطه وجود دارد. به طوری که بین گرایش به گردشگری کشاورزی و میزان سن رابطه معکوس (-۰.۲۶۸) وجود دارد یعنی هرچه سن بالاتر بوده گرایش به گردشگری کشاورزی کمتر می باشد، و بین گرایش به گردشگری کشاورزی و میزان تحصیلات بیشترین ارتباط وجود دارد (۰/۴۳۳)؛ طوریکه افرادی با تحصیلات بالا گرایش بیشتری به سمت فعالیت های گردشگری کشاورزی دارند. نتایج تحلیل عاملی نیز بیانگر هشت عامل گرایشی است؛ به ترتیب اهمیت شامل: "آموزش و مهارت؛ حمایت و سیاست گذاری های دولت؛ عقاید غیرتوسعه‌ای نگرش‌ها و نوع نگاه کشاورزان؛ رسانه ها و شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ گردشگری؛ وضعیت اقتصادی و شغلی، دسترسی به شهر؛ اعتماد به نفس و ریسک پذیری. این موضوع اهمیت بالای نقش آموزش و حمایت های دولت را در زمینه گرایش روستاییان به فعالیت های گردشگری کشاورزی را نشان میدهد. همچنین یافته‌ها نشان می دهد که آموزش و مهارت روستایی قابل تقسیم به چهار بخش است: "سواد" (۰/۷۱۸ درصد)؛ وجود نیروی متخصص و مروج روستایی " (۰/۵۴۴ درصد)؛ "آموزش و مشاوره در زمینه مزیت های گردشگری کشاورزی" (۰/۵۳۳ درصد)؛ "مهارت کشاورزان در استفاده از مزایای گردشگری کشاورزی" (۰/۴۶۴ درصد)؛. بنابراین نتایج پژوهش نشان می دهد که در روستاهای مورد مطالعه زمینه توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی وجود دارد ولی جوامع روستایی فاقد مهارت، دانش، منابع مالی و انسانی لازم برای راه اندازی و مدیریت جاذب های گردشگری می باشند؛ زیرساختهای محلی عموماً مناسب نیستند و امکانات و تسهیلات لازم وجود

ندارد. از سوی دیگر باید توجه نمود که موفقیت گردشگری کشاورزی فقط به ابتکار و تلاش صاحبان مزارع گردشگری بستگی ندارد، بلکه نیازمند برنامه ریزی، دریافت حمایت‌های مالی و آموزشی لازم، زیرساختها و تسهیلات عمومی مناسب و مشارکت فعال مقامات و معتمدین محلی نیز می‌باشد. حمایت قوی دولت از طریق مالی و بازاریابی برای توسعه بیشتر گردشگری حیاتی می‌باشد. طوری که اگر دولت و نهادهای مربوط قصد دارند که از طریق گردشگری روستایی و کشاورزی به توسعه جوامع روستایی کمک کنند این امر می‌تواند از طریق تدوین خط مشی‌های تشویق کننده، دسترسی بهتر به سرمایه، فراهم نمودن زیرساختهای لازم، آموزش و مهارت آموزی بهتر صورت پذیرد. نتایج این تحقیق، با نتایج تحقیقات خسروجردی و نوری پور (۱۳۹۵)، بدری و همکاران (۱۳۹۲)، جو و دیگران (۲۰۱۳)، باگی و ریدر (۲۰۱۲) و شیلینگ (۲۰۱۲) همخوانی دارد و آنها را تایید می‌کند.

منابع:

۱. افتخاری، علی‌رضا و قادری، اسماعیل (۱۳۸۱). نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی، مدرس، دوره ۶، شماره ۲: ۲۳-۴۰.
۲. بدری، سیدعلی؛ رضوانی، محمد رضا و حیدری، زهرا (۱۳۹۲). مشارکت اجتماع محلی در توسعه گردشگری کشاورزی، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال دوم، شماره ۱: ۴۳-۶۵.
۳. جاجرمی، کاظم و سلیمانی، حسین (۱۳۹۳). تحلیل پتانسیل ها و توانمندی های گردشگری از دیدگاه ساکنان روستایی منطقه باغبه‌داران، چشم انداز جغرافیایی در مطالعات انسانی، سال نهم، شماره ۲۴: ۱۷-۲۸.
۴. جمعه پور، محمود وحیدری، زهرا (۱۳۹۵). پیوند بین گردشگری و فعالیت های کشاورزی در راستای پایداری محیط با تاکید بر نگرش های جوامع محلی، فصلنامه علمی- پژوهشی و بین المللی انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، سال ۱۴، شماره ۲: ۴۰-۴۹.
۵. حیدری، زهرا و مطیعی لنگرودی، سید حسن. (۱۳۹۱). تبیین قابلیت های گردشگری کشاورزی بر اساس دیدگاه گردشگران، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۱، شماره ۱: ۳۰-۳۵.
۶. خسروجردی، مدینه و نوری پور، مهدی (۱۳۹۵). تحلیل نگرش روستاییان نسبت به گردشگری روستایی با استفاده از نظریه رفتار برنامه ریزی شده، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۵، شماره ۱۹: ۱۵۳-۱۷۴.
۷. قدمی، مصطفی. و صالحی، صادق. (۱۳۹۱). بررسی عوامل موثر در شکل‌گیری رابطه متضاد میان بخش کشاورزی و گردشگری (نمونه مورد مطالعه: شهرستان چالوس، نوشهر). مطالعات مدیریت گردشگری، شماره ۱۷: ۲۰۳-۱۷۳.
۸. کریمی، سعید (۱۳۹۴). کارآفرینی گردشگری کشاورزی راهبردی نوین برای توسعه روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، سال ۱، شماره ۴: ۶۹-۹۰.
۹. محمودی، مریم؛ چیذری، محمد؛ کلانتری، خلیل؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و خداوردی زاده، محمد (۱۳۹۲). برآورد میزان تمایل به پرداخت گردشگران برای خدمات گردشگری مزرعه ای در استان‌های حاشیه‌ای دریای خزر، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۲، شماره ۶: ۲۹-۱۱.
10. Bagi, F.S. and Reeder, R.J. (2012). Factors affecting farmer participation in agritourism. *Agricultural and Resource Economics Review*, 41(2): 189-199.
11. Brown, D.M. and Reeder, R. (2007). **Farm-Based Recreation: A Statistical Profile**. Available at: <https://naldc.nal.usda.gov/download/19464/PDF>.
12. Das, B.R. and Rainey, D.V. (2010). Agritourism in the Arkansas delta byways: assessing the economic impacts. *International Journal of Tourism Research*, 12(3): 265-280.
13. Flanigan, S., Blackstock, K. and Hunter, C. (2015). Generating public and private benefits through understanding what drives different types of agritourism. *Journal of Rural Studies*, 41: 129-141.
14. Joo, H., Khanal, A.R. and Mishra, A.K. (2013). Farmers' Participation in Agritourism: Does It Affect the Bottom Line?. *Agricultural and Resource Economics Review*, 42(3): 471-490.

15. Lucha, C., Ferreira, G., Walker, M.A. and Groover, G.E. (2014). A Geographic Analysis of Agritourism in Virginia. **Virginia Cooperative Extension**, (62):1-17. www.ext.vt.edu
16. Nasers, M.S. (2009). **Iowa Agritourism Consumer Profile: Demographics, Preferences, and Participation Levels**. Iowa State University.
17. Nickerson, N.P., Black, R.J. and McCool, S.F. (2001). Agritourism: Motivations behind farm/ranch business diversification. **Journal of Travel Research**, 40(1): 19-26.
18. Ollenburg, C. and Buckley, R. (2007). Stated economic and social motivations of farm tourism operators. **Journal of Travel Research**, 45(4): 444-452.
19. San Martín, H. and Herrero, Á. (2012). Influence of the user's psychological factors on the online purchase intention in rural tourism: Integrating innovativeness to the UTAUT framework. **Tourism Management**, 33(2): 341-350.
20. Schilling, B.J., Sullivan, K.P. and Komar, S. J. (2012). Examining the economic benefits of agritourism: the case of New Jersey. **Journal of Agriculture, Food Systems and Community Development**, 3(1): 199-214.
21. Snieška, V., Barkauskienė, K. and Barkauskas, V. (2014). The impact of economic factors on the development of rural tourism: Lithuanian case. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, 156: 280-285.
22. Srisomyong, N., & Meyer, D. (2015). Political economy of agritourism initiatives in Thailand. **Journal of Rural Studies**, 41: 95-108.
23. Topçu, E.D. (2007). **Agri-tourism: As a New Element of Country Planning**. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Ortadoğu Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
24. Tudisca, S., Di Trapani, A.M., Donia, E., Sgroi, F., and Testa, R. (2015). The market reorientation of farms: the case of olive growing in the Nebrodi area. **Journal of Food Products Marketing**, 21(2): 179-192.
25. Tew, C. and Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective, **Tourism Management**, (33):215-224.