

Agricultural Tourism And it's Development Determinants And Barriers in Rural Areas : (Case Of Saffron Farms in Tiran-Va-Karvan County)

Abbas Amini^{1✉}, Mohammad Javad Ahmadian², Elham Karimi³

1. Corresponding author ,Associate Prof. of Geography and Rural Planning, Dept. Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran. E-mail: a.amini@geo.ui.ac.ir

2 Dept. Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan., Iran. E-mail: mjavadahmadian@gmail.com

3. Dept. Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan.. E-mail: elhamkarimi931@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Agricultural farms and their products, in addition to their economic value, can play an important role in tourism, especially in rural areas. This study, using a descriptive-survey approach, examines the feasibility of developing agricultural tourism in saffron farms in the villages of Tiran and Karun counties in western Isfahan and identifies and describes its driving factors and obstacles. Saffron farmers in the villages of the region were the statistical population of the study, 151 of whom participated in the research process as a sample. Objective and practical experience of tourism in saffron farms was the dependent variable, and individual mentalities, economic characteristics of the product, and structural and organizational factors and obstacles were the independent variables of the study, each of which was measured and analyzed with appropriate processing and indexing after operationalization and collection of survey data. Based on the results, the limited objective and practical experience in the field of saffron farm tourism in the region has been positively influenced by factors such as public tourism infrastructure, product advertising and introduction, demands from local authorities, economic characteristics of the product, its cultivation history, and the level of education of the farmers. Further analysis showed that the potential of the rural area of Karun Olia in relation to saffron farm tourism, with organizational support and the provision of specialized farm infrastructure as the most important prerequisites for farm tourism, and strengthening the attitude and mentality of the farmers to pursue and realize it, will be able to push the saffron farming system of the region towards non-agricultural entrepreneurial patterns with a focus on tourism and greater commercialization and productivity of this system. Given the special characteristics of saffron in the harvesting stages and the chain of operations after that, women and even non-agricultural members of rural households can play a prominent and meaningful role in this regard.
Article history: Received: 20 February 2024 Revised: 12 April 2023 Accepted: 22 April 2024 Published: 21 June 2025	
Keywords: Agricultural tourism, saffron cultivation, mental attitudes, structural and organizational contexts, Tiran and Krone.	

Cite this article: Amini, A., Ahmadian, M.J, & Karimi, E. (2025). Agricultural tourism and its development determinants and barriers in rural areas ;Case of Saffron farms in Tiran-va-Karvan county . *Journal of Geography and Planning*, 29 (91), 137-156. <http://doi.org/10.22034/gp.2024.60702.3238>



© The Author(s).

Publisher: University of Tabriz.

DOI: <http://doi.org/10.22034/gp.2024.60702.3238>

Introduction

Agrotourism is a combination of the agricultural system that integrates elements of agriculture and tourism to create markets for agricultural products and services and to provide travel experiences for tourists. Farm tourism promotes agricultural development by diversifying non-agricultural farm incomes through providing opportunities to relax, enjoy, and learn about farm activities for visitors. Saffron cultivation in the agricultural regions of the Karvan district in Tiran-va-Karvan county is one of these opportunities, which is in fact a response and strategy by farmers to the water shortage crisis of the last two decades. The present research examines the feasibility of farm tourism development in this region, which if done with thoroughly and thoughtfully can influence making sought decisions and contribute to sustainable development of the region.

Material and Methods

Karvan district consists of two rural districts of Karvan-e-Olya and Karvan-e-Sola, with 26 rural settlements at the beginning of the western part of Isfahan province. In nine villages of this region, 211 hectares of land is cultivated under the Saffron cultivation. The statistical population of the study is all farmers of these villages who are engaged in cultivation of Saffron and its post-harvest operations, but they have not been seriously and coherently activated in farm tourism. Sampling was performed by two-stage stratified method with a size of 151 people, which were distributed among the villagers in proportion of their stakeholders. Data was gathered primarily using a self-designed questionnaire and conducting field operations. In addition to the demographic profile and productive characteristics of the respondents, the main questions were in terms of individual attitudes and mentalities, organizational and structural determinants and economic characteristics of the Saffron crop. Measuring and value scaling of the dependent variable of the practically experienced Saffron farms tourism and other predicting variables was fulfilled by factor analysis and their relationships examined using multiple regression procedures.

Results and Discussion

Nearly 20% of participants had a relatively long history of more than a decade and a half in Saffron cultivation, and their average area of saffron cultivation was about one hectare. Despite the relatively high level of the region's Saffron farms areas and its appropriate capability for development of farm tourism, especially their location and accessibility, as well as their significant role in the rural economy of the region as a specialized crop, the Saffron-based farm tourism has not considerably realized in the region. Additionally, the farmers' mentalities and attitudes toward farm tourism is also not so favorable. This not-so-favorable mentality can be an obstacle to empowering, creating entrepreneurial ideas, launching farm side businesses such as tourism, and bargaining for organizational support in this regard. The limited practically experienced Saffron farms tourism has been positively influenced by factors such as general tourism infrastructures, advertising, demand from local authorities, economic characteristics of the crop, its cultivation history and the level of education of the farmers. Further analysis showed if the region's potential of Saffron farms tourism, be accompanied by organizational supports and specialized farm amenities as the most important preconditions for farm tourism, and favorable mentalities of farmers to pursue and realize it, will be able to lead the Saffron cultivation system of the region towards the on-farm non-agricultural entrepreneurial activities, especially the tourism, more commercialized and profitable. That way, due to the harvest and post-harvest characteristics of Saffron, the women and even the non-agricultural occupants of the families can have a significant role in this regard.

Conclusion

Despite the region's potential in relation to the Saffron farms' tourism, unfortunately, neither its structural and organizational requirements have been provided nor a powerful mentality of farmers is existed to pursue and realize it. Consequently, no significant action has been occurred in order to drive Saffron cultivation system towards commercialization and non-farm entrepreneurial models with the focus on tourism. The most basic action to be taken by the relevant organizations is to support farmers in order to prosper agriculture, prevent land use change and prevent their jobs from changing. Farmers' dissatisfaction with the amount of loans and credits and supply of required inputs and dissatisfaction with the market and selling price of Saffron is proof that they do not have support in this regard. Also, lack of communication between local organizations and tourism agencies, lack of training and holding Saffron festivals by organizations are the main organizational barriers to creating and developing agricultural tourism, and individually, the lack of familiarity with the concept of agritourism and non-consequent measure for introducing their performance in cyberspace, are the main obstacles. The influentially Recommendable options for improving the farm tourism experience in the studied and alike areas, are mainly the Raise of public awareness through education, responsibility and support of organizations such as cultural heritage and agricultural jihad, establish and improve of farm touristic amenities and facilities, collaboration of local authorities in development of tourism public infrastructure, and focusing on improvement of the farmer's profitability, performance and satisfaction with price and market of their products and its beside values.

گردشگری کشاورزی و عوامل و موانع توسعه آن در مناطق روستایی

مورد مطالعه: مزارع زعفران شهرستان تیران و کرون

عباس امینی^۱، محمدجواد احمدیان دهاقانی^۲، الهام کریمی^۳

۱. نویسنده مسئول، دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان ایران. رایانامه: a.amini@geo.ui.ac.ir
۲. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، ایران. رایانامه: mjavadahmadian@gmail.com
۳. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گردشگری روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، ایران. رایانامه: elhamkarimi931@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله:	مزارع کشاورزی و محصولات آنها، علاوه بر ارزش اقتصادی می‌توانند نقش مهمی در گردشگری بویژه در مناطق روستایی داشته باشند. این پژوهش با رویکرد توصیفی-پیمایشی به امکان‌سنجی توسعه گردشگری کشاورزی در مزارع زعفران روستاهای شهرستان تیران و کرون در غرب اصفهان و شناسایی و تشریح عوامل پیشران و موانع بازدارنده آن می‌پردازد. بهره‌برداران کشاورزی زعفران کار روستاهای منطقه، جامعه آماری مورد مطالعه بودند که ۱۵۱ نفر آنان بعنوان نمونه در فرایند پژوهش مشارکت داشتند. تجربه عینی و عملی گردشگری در مزارع زعفران، متغیر وابسته، و ذهنیت‌های فردی، ویژگی‌های اقتصادی محصول و عوامل و موانع ساختاری و سازمانی، متغیرهای مستقل مطالعه بودند که پس از عملیاتی‌سازی و گردآوری داده‌های پیمایشی، هرکدام با پردازش‌ها و شاخص‌سازی‌های مناسب مورد سنجش قرار گرفته و تحلیل شدند. بر اساس نتایج، تجربه عینی و عملی اندکی که در زمینه گردشگری مزارع زعفران منطقه وجود دارد، با تأثیرگذاری مثبت عواملی چون زیرساخت‌های عمومی گردشگری، تبلیغات و معرفی محصول، مطالبه‌گری از مسئولین محلی، ویژگی‌های اقتصادی محصول، سابقه کشت آن و سطح تحصیلات بهره‌برداران همراه بوده است. تحلیل‌های بیشتر نشان داد، پتانسیل بالقوه‌ی ناحیه روستایی کرون علیا در رابطه با گردشگری مزارع زعفران، با پشتیبانی‌های سازمانی و فراهم شدن زیرساخت‌های تخصصی مزرعه‌ای به‌عنوان مهم‌ترین پیش‌شرط‌های گردشگری مزرعه، و تقویت نگرش و ذهنیت بهره‌برداران برای پیگیری و تحقق آن، خواهد توانست نظام زراعی کشت زعفران منطقه را به سمت الگوهای کارآفرینانه غیرزرعی با محوریت گردشگری و تجاری‌تر شدن و بهره‌وری بیشتر این نظام سوق دهد. با توجه به ویژگی‌های خاص زعفران در مراحل برداشت و زنجیره عملیات پس از آن، زنان و حتی اعضای غیر شاغل در کشاورزی خانوارهای روستایی، می‌توانند نقش پررنگ و معناداری در این راستا داشته باشند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۲	
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۱/۲۳	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳	
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۳/۳۱	
کلیدواژه‌ها:	
گردشگری کشاورزی،	
کشت زعفران،	
ایستارهای ذهنی،	
بسترهای ساختاری و سازمانی،	
تیران و کرون.	

استناد: امینی، عباس؛ احمدیان دهاقانی، محمدجواد؛ و کریمی، الهام (۱۴۰۴). گردشگری کشاورزی و عوامل و موانع توسعه آن در مناطق روستایی

مورد مطالعه: مزارع زعفران شهرستان تیران و کرون. *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۹ (۹۱)، ۱۵۶-۱۳۷.

<https://doi.org/10.22034/gp.2024.60702.3238>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تبریز.

مقدمه

کشاورزی، در مقیاس بزرگ هم استفاده‌کننده زمین و هم تأمین‌کننده چشم‌اندازها است (لوفبور و همکاران؛ ۲۰۱۵). متخصصان مدیریت مزرعه خاطرنشان می‌کنند که به طور کلی هر مزرعه ذاتاً دارای منابع رایگانی است که در فرآیند تولید کشاورزی استفاده نمی‌شود (اسنایدر، پرزبرسکا و اسکریمچور؛ ۲۰۰۹: ۴). اصولاً چه به واسطه‌ی قابلیت‌های جغرافیایی که در نواحی روستایی وجود دارد و چه به دلیل محصولات منحصر به فردی که در مزارع یا باغات کشور تولید می‌شود، نقش‌آفرینی اقتصاد روستایی به مراتب می‌تواند بیش از فعالیت‌های اکنون آن باشد (آمار، ۱۴۰۰: ۱۹۱). یکی از این فعالیت‌های پایدار می‌تواند گردشگری کشاورزی (آگروتوریسم)^۱ باشد که راه‌حل پرمهری برای بسیاری از مشکلات روستایی است (چیولاک و همکاران؛ ۲۰۲۱: ۶). صنعت سفر از مدت‌ها پیش تشخیص داده‌است که به‌استثنای رویدادهای خاص یا پارک‌های موضوعی، جاذبه‌های جدید تقریباً همیشه با فرهنگ محلی یا منابع طبیعی مرتبط هستند. در بسیاری موارد چیزهایی را نادیده یا دست کم می‌گیریم که ممکن است برای گردشگران بسیار با اهمیت و جذاب باشند، اگر به شیوه‌ای که برای‌شان قابل درک و استفاده باشد ارائه شوند (ویکس و مِرت^۲؛ ۲۰۰۳: ۳). برخی جوامع روستایی می‌توانند از دارایی‌های موجود مانند مزارع کشاورزی برای به دست آوردن ارزش گردشگری استفاده کنند. بقیه می‌توانند از دیگر محیط‌ها یا مکان‌های خود برای ایجاد دلیلی برای بازدید گردشگران استفاده کنند (کرلین و همکاران؛ ۲۰۲۲: ۸). آگروتوریسم یک نوع ترکیبی از سیستم کشاورزی است که عناصر کشاورزی و گردشگری را برای ایجاد بازارهایی برای محصولات و خدمات کشاورزی و ارائه‌ی تجربیات سفر برای گردشگران ادغام می‌کند (ویکس و مِرت، ۲۰۰۳؛ راجرسون و راجرسون؛ ۲۰۱۴). برچسب‌های دیگر برای این سیستم، از جمله «گردشگری کشاورزی»^۳، «کشاورزی‌گردی»^۴، «گردشگری مزرعه»^۵، «گردشگری مبتنی بر مزرعه»^۶، «مزرعه‌مانی»^۷، «مزارع تعطیلات»^۸، «کشاورزی تفریحی»^۹ و «گردشگری روستایی»^{۱۰} تا حد زیادی مترادف هستند (فیلیپ، هانتز و بلک‌استاک؛ ۲۰۱۰: ۲۰۱۱؛ کوکو؛ ۲۰۱۱: ۲۰۱۱؛ شیلینگ، سولیوان و کومار؛ ۲۰۱۲: ۲۰۱۳). فلانیگان، بلک‌استاک و هانتز^{۱۱} (۲۰۱۴: ۲۰۱۴). گردشگری مزرعه به عنوان یک استراتژی ضروری شناخته می‌شود که می‌تواند از طریق تنوع بخشیدن به فعالیت‌های کشاورزی و ارائه فرصت‌هایی برای استراحت، آرامش گرفتن، لذت بردن و مطالعه در مورد کشاورزی برای بازدیدکنندگان، به توسعه کشاورزی بیافزاید (پالادان؛ ۲۰۲۰: ۲۰۲۰). آگروتوریسم به عنوان یک «برخورد و رویارویی» بین کشاورزان و گردشگران^{۱۲} کشاورزان را قادر می‌سازد تا فراتر از فرهنگ متعارف به کسب تجربه بپردازند. در واقع، آگروتوریسم ممکن است فرصتی برای کشاورزان باشد تا با بحث اجتماعی در مورد کشاورزی و روستایی درگیر شوند (آنس و

1. Lefebvre et al.

2. Sznajder, Przechódzka & Scrimgeour

3. agrotourism

4. Ciolac et al.

5. Wicks and Merrett

6. Kerlin et al.

7. Rogerson and Rogerson

8. agricultural tourism

9. agritourism

1. farm tourism 0

1. farm-based tourism 1

1. farm stays 2

1. vacation farms 3

1. agritainment 4

1. rural tourism

1. Phillip, Hunter & Blackstock 6

1. Kokko 7

1. Schilling, Sullivan & Komar 8

1. Flanigan, Blackstock & Hunter 9

2. Paladan 0

2. confrontation between farmers and tourists

بسیار (۲۰۱۸: ۳۴). با کشاورزان محلی که بازارهای گردشگری را تأمین می‌کنند، بخش قابل توجهی از ثروت تولید شده توسط صنعت گردشگری می‌تواند به خانوارهای روستایی هدایت شود (تورس و مومسن، ۲۰۰۴: ۳۱۱). به همین ترتیب، گردشگری کشاورزی به بهبود قابل توجهی در زندگی اقتصادی جوامع محلی کمک می‌کند (پالادان، ۲۰۲۰). در این مفهوم، پیرامونی بودن^۳ نه به‌عنوان مانعی بر سر راه، بلکه به‌عنوان یک دارایی بالقوه برای توسعه گردشگری درک و در عین حال، گردشگری به عنوان یک گزینه توسعه امیدبخش برای مناطق حاشیه‌ای در نظر گرفته می‌شود (پزی، فاجیان و رید، ۲۰۲۰). چیزی که در ادبیات گردشگری از آن با عنوان «بازارهای گوشه» نام برده می‌شود.

فعالیت‌های گردشگری کشاورزی متعددی وجود دارد که می‌توان در مناطق کشاورزی بخش کرون شهرستان تیران و کرون انجام داد؛ از جمله آنها «زعفران‌کاری» است که به عنوان قطب تولید زعفران در استان اصفهان شناخته می‌شود و در واقع یک پاسخ و استراتژی از سوی کشاورزان به بحران کم‌آبی دو دهه اخیر بوده است. اراضی زیرکشت این محصول در زمان محصول‌دهی زیبایی خاصی دارد که به همراه خود محصول و دیگر عناصر مزرعه می‌توان از آنها در عرصه گردشگری به خوبی استفاده کرد که پتانسیل تحریک ایجاد مشاغل و فرصت‌های تجاری در گردشگری و کشاورزی محلی را دارد. البته، مزایای ترویج آگروتوریسم به کشاورزانی که محصولات ویژه می‌کارند محدود نمی‌شود و سایر خانوارهای کشاورز محلی از ایجاد شغل و فرصت‌های شغلی مرتبط در بخش خدمات گردشگری بهره‌مند می‌شوند (چوئنکوان و همکاران، ۲۰۱۶: ۱۷۱).

با این حال، رابطه بین کشاورزی و گردشگری پیچیده است (چوئنکوان و همکاران، ۲۰۱۶) و برای تعیین موفقیت جنبش گردشگری کشاورزی باید به سوالات بسیاری پاسخ داد (چسکی، ۲۰۰۹: ۸۷). گردشگری و تفرج ابزار مناسبی برای توسعه همه نواحی روستایی نیست و عوامل ایجادکننده مزیت نسبی بطور قابل توجهی در نواحی روستایی مختلف متفاوت است (رابرتز، هال و موراگ، ۲۰۰۴: ۵). از سویی، تحول در هر پدیده‌ای، مستلزم وجود زیرساخت‌ها و عوامل تحول‌زا از یک طرف و انگیزه برای ایجاد تغییر در درون، از طرف دیگر است (آمار، ۱۴۰۰: ۲۵). در این بین، نگرش مثبت کشاورزان و روستاییان ذینفع از شرایط لازم برای چنین سیاستی است. بنابراین مهم است که از قبل بدانیم آیا مزایا بیشتر از معایب است یا خیر. این پژوهش به بررسی موانعی می‌پردازد که توسعه گردشگری کشاورزی را در روستاهای منطقه مورد مطالعه، به ویژه در ارتباط با کشت زعفران، با مشکل مواجه می‌سازد. موانع ساختاری (زیرساخت‌ها، مقررات یا محدودیت‌های منابع اساسی که ممکن است بر ایجاد و رشد گردشگری کشاورزی متمرکز بر زعفران تأثیر بگذارد)، موانع سازمانی (چالش‌های مربوط به نحوه همکاری ذینفعان، مانند کشاورزان، آژانس‌های گردشگری و مقامات محلی که به طور بالقوه مانع توسعه گردشگری کشاورزی می‌شود) و موانع فردی (دانش، مهارت یا نگرش افراد که ممکن است به عنوان موانعی برای شکل‌گیری و توسعه گردشگری کشاورزی عمل کند)، سه حوزه کلیدی تمرکز پژوهش هستند. علاوه بر این موانع، تحقیق حاضر به اهمیت خود محصول زعفران برای جذب گردشگر نیز پی برده است. بنابراین، ویژگی‌های اقتصادی تولید زعفران در منطقه مورد مطالعه را نیز ارزیابی خواهد کرد. با درک این موانع در سطوح مختلف، هدف این تحقیق درک چالش‌ها و قابلیت اقتصادی تولید زعفران، ارائه تصویری جامع از امکان‌سنجی توسعه طرح‌های گردشگری کشاورزی موفق بر اساس کشت زعفران، و شناسایی راه‌حلهایی برای ارتقای ابتکارات گردشگری کشاورزی موفق مبتنی بر کشت زعفران در منطقه مورد مطالعه است. در مجموع، امکان‌سنجی توسعه گردشگری زعفران در مزارع روستاهای بخش کرون می‌تواند ابزار ارزشمندی برای ارزیابی مزایا و خطرات بالقوه این پروژه باشد. اگر با دقت تمام و از روی تجزیه و تحلیل انجام شود، می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های آگاهانه تأثیرگذار بوده و به توسعه پایدار منطقه کمک کند.

1. Annes & Bessière

2. Torres & Momsen

3. peripherality

4. Pezzi, Faggian & Reid

5. niche markets

6. Choenkwan et al.

7. Chesky

8. Roberts, Hall & Morag

9. thoroughly and thoughtfully

پیشینه پژوهش

نهادهای بین‌المللی مانند سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD)، سازمان ملل متحد (UN)، و بانک جهانی، در انبوهی از گزارش‌ها و مطالعات حمایت‌شده، پتانسیل عظیم اجتماعی و اقتصادی گردشگری را برای توسعه به تفصیل شرح داده‌اند. نیز، برای سال‌ها، رابطه بین مناطق حاشیه‌ای و گردشگری، بحث‌های دانشگاهی را از رشته‌ها و دیدگاه‌های مختلف، با نگاه به جنبه‌های مختلف مانند توسعه و رشد محلی، مشارکت، نوآوری، کارآفرینی و فرهنگ، حفظ و احیای میراث برانگیخته است (پزی، فاجیان و رید، ۲۰۲۰: ۱). با این حال، تا کنون اکثر مطالعات در مورد گردشگری کشاورزی در کشورهای قوی اقتصادی با تمرکز بر مقاصد گردشگری کشاورزی از قبل توسعه‌یافته انجام شده است. پیشینه پژوهش در داخل و خارج از کشور به تفکیک به شرح زیر آمده است.

مطالعات داخلی

هرچند در ۲۵ سال آخر قرن بیستم اصطلاح آگروتوریسم در ادبیات بین‌المللی ظاهر شد (اسنایدر، پرزبرسکا و اسکریمچور، ۲۰۰۹: ۳) اما مفهوم گردشگری کشاورزی و به‌ویژه گردشگری مزرعه در ادبیات تحقیق داخل جدید است. چرا که تاکنون در ایران، گردشگری مزرعه، تنها در نقاط معدودی و با بخش محدودی از جمعیت رواج داشته است. با اینحال، چندین پژوهش راجع به آن وجود دارد. در زمره مهم‌ترین و تازه‌ترین آنها موارد ذیل است.

تبریزی و همکاران (۱۳۹۸) رفتار مشارکتی جامعه‌ی محلی را در توسعه‌ی گردشگری کشاورزی مورد سنجش قرار دادند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که آگاهی جامعه‌ی محلی نسبت به توسعه‌ی گردشگری کشاورزی در وضعیت خوبی قرار دارد به‌طوری که جامعه‌ی محلی به‌خوبی به ابعاد مختلف گردشگری کشاورزی اشراف داشته و درصد قابل توجهی از آنها نیز به‌صورت خودجوش و تجربی در بعضی از این زمینه‌ها نظیر برداشت محصول توسط گردشگران یا اسکان در مزرعه، مشغول فعالیت می‌باشند. همچنین میزان رفتار مشارکتی شهروندان با ویژگی‌های اقتصادی آنها بیشترین معناداری را نشان داده و در این میان ویژگی گرایشی-انگیزه‌ای کمترین تأثیر را دارا می‌باشد.

عنابستانی و مظفری (۱۳۹۷) در پژوهشی عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی را تبیین کردند. بین گرایش به گردشگری کشاورزی و متغیرهای مربوط به افراد شرکت‌کننده (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 وجود دارد یعنی هرچه سن بالاتر بوده گرایش به گردشگری کشاورزی کمتر می‌باشد، و بین گرایش به گردشگری کشاورزی و میزان تحصیلات بیشترین ارتباط وجود دارد طوری‌که افرادی با تحصیلات بالا گرایش بیشتری به سمت فعالیت‌های گردشگری کشاورزی دارند. در این پژوهش، کم‌اهمیت‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی عامل «ارتباطات و دسترسی به شهر» و «اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری» نامگذاری شدند.

نوروزی و فتحی (۱۳۹۷) توانمندی‌های محیطی شهرستان لنجان را برای ایجاد و توسعه‌ی گردشگری کشاورزی ارزیابی کرده میزان پذیرش آن را در جامعه‌ی هدف تعیین نمودند. نتایج علاوه بر توانمندی بالای گردشگری کشاورزی در منطقه، نشانگر این بود که کشاورزان نسبت به دامها و ورود گردشگر به محل نگهداری آنها حساسیت بیشتری داشته و در مطالعات میدانی نیز کاملاً محرز بوده که تمایلی به این کار (بازدید از دامها و محل آنها) ندارند. با این وجود در زمینه‌های زراعت و باغداری استقبال بسیار خوبی داشته‌اند.

رضایی آدریانی و نسترن (۱۳۹۶) طرح گردشگری کشاورزی در باغات و مزارع بخش شمالی منطقه‌ی ناژوان اصفهان را امکان‌سنجی کردند. در میان بررسی‌های صورت گرفته در این تحقیق، این یافته وجود داشت که ۷۰ درصد کشاورزان به نوعی حاضر هستند گردشگران را در انجام فعالیت‌های کشاورزی مشارکت داده و ضمن توضیح درباره فعالیت‌های کشاورزی و نحوه‌ی کار روی زمین، آنان را با این فعالیت آشنا کنند.

حیدری و همکاران (۱۳۹۵) عوامل موثر بر جنبه‌های مشارکت روستاییان در توسعه‌ی گردشگری کشاورزی شهرستان تنکابن را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که عوامل اقتصادی بیشترین و عوامل اجتماعی کمترین تأثیر را بر مشارکت روستاییان در ایجاد و توسعه‌ی گردشگری کشاورزی منطقه خواهد داشت.

مطالعات خارجی

از میان مطالعات خارجی صورت گرفته، کارهای ذیل به عنوان نمونه معرفی می‌شوند.

اُغور و همکاران (۲۰۲۱) مطالعه‌ای را انجام دادند که در درجه اول به بررسی تغییرات در گردشگری و بخش‌های کشاورزی پس از برندینگ اسلوسیستی (شهر غذا)^۲ در سفری حصار واقع در ازبیر ترکیه، با هدف درک روابط متقابل این بخش‌های متضاد و اثرات جانبی منفی مانند از دست دادن هویت شهری، دارایی‌های طبیعی، و اعیانی‌سازی روستایی می‌پرداخت. یافته‌ها نشان می‌دهد که اثرات مثبتی از گردشگری برای زندگی اقتصادی در منطقه وجود دارد، مانند افزایش نیروی کار زنان، کاهش مهاجرت، و افزایش یارانه، که موازی با اهداف اسلوسیستی به عنوان یک مدل توسعه محلی جایگزین است. با این حال، هنگامی که به طور عمیق مورد بررسی قرار می‌گیرد، تأثیرات منفی نیز آشکار می‌شوند، مانند تسلط سرمایه گذاران خارجی و درآمد ناکافی شهروندان محلی، شهرنشینی مضر در عرصه‌های طبیعی، کاهش اهمیت بخش کشاورزی، و از دست دادن هویت محلی. نیز مشخص شد که برخورد بین بخش‌های گردشگری و کشاورزی با اصول اسلوسیستی متناقض است.

تحقیق سالوکوادزه و باکهاوس^۳ (۲۰۲۰) بر گردشگری کشاورزی مناطق کوهستانی گرجستان نیز نشان داد اگرچه ساکنان کوهستان فرصت‌هایی را از گردشگری عمدتاً در کشاورزی و میزبانی گردشگران می‌بینند تعداد نسبتاً کمی از آنها در پاسخ به تقاضای فزاینده گردشگری برای محصولات کشاورزی، فعالیت‌های کشاورزی خود را گسترش دادند، زیرا موانع متعددی (کمبود منابع انسانی، فناوری مدرن و مالی) دیگر ساکنان را از استفاده از این فرصت باز می‌داشت.

باهاتا و همکاران^۴ (۲۰۱۹) مطالعه‌ای را با هدف بررسی تمایل کشاورزان قبل از استقرار گردشگری کشاورزی و عوامل محرک انگیزه آنها در یک ناحیه‌ی روستایی واقع در نپال انجام دادند. نتایج نشان داد که کشاورزان روستایی نپال تمایل به ایجاد گردشگری کشاورزی دارند و بین عنصر مرتبط با گردشگری کشاورزی (تمایل به شروع گردشگری کشاورزی)، عنصر مرتبط با گردشگری (انواع گردشگران) و عنصر مرتبط با کشاورزی (تشریک اراضی) از نظر آماری ارتباط معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، تمایل به شروع کشاورزی از نظر آماری با انواع گردشگران و تمایل به اشتراک گذاری زمین ارتباط دارد.

نتایج پژوهش شیائو و همکاران^۵ (۲۰۱۸) درخصوص تغییر راهبردهای معیشتی خانوار کشاورزان بر اساس پیشینه گردشگری روستایی ساحلی منطقه‌ی مخزن سه‌دره^۶ نشان داد هرچند کیفیت و سطح زیر کشت ضعیف کشاورزان دخیل در توسعه‌ی گردشگری روستایی ساحلی مانع توسعه‌ی کشاورزی شده‌است مشارکت خانوار کشاورزان در توسعه گردشگری روستایی، احتمال مشارکت در کارهای کشاورزی و رفتن به محل کار به طور قابل توجهی کمتر از عدم مشارکت است. آنها پیشنهاد کردند که دولت باید تبلیغات را افزایش دهد تا آگاهی و مشارکت کشاورزان را در سیاست‌ها افزایش یابد.

1. Oğur, A. A., Kalonya, D. H. & Gülhan, G., 2021

2. Slow city, Cittaslow

3. G. Salukvadze & N. Backhaus, 2020

4. Bhatta, K., Itagaki, K. & Ohe, Y., 2019

5. Xiao, Y., Luo, D. & Yin, K., 2018

6. Three gorges reservoir area

آنس و بسیر^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی بررسی کردند که کشاورزان از طریق آگروتوریسم تا چه اندازه بر درک عمومی از زندگی روستایی و کشاورزی تأثیر می‌گذارند. فرضیه آنها این بود که بازارهای مزرعه‌گاهی^۲ ممکن است نسبت به بازارهای سنتی کشاورزان نویدهای بیشتری را برای پیوند مجدد بین کشاورزی و جمعیت غیرکشاورزی داشته باشند. در این خصوص، داده‌های آنها نشان داد که نحوه مرحله‌بندی و اجرای کشاورزی و روستائیت توسط کشاورزان در محیط فروش مزرعه‌ای با اجازه دادن به گردشگران برای نزدیک‌تر شدن به منطقه پشت مرحله تولید کشاورزی متفاوت به نظر می‌رسد. البته، مرحله‌بندی رخ داده در طول این بازارهای مزرعه‌گاهی بدون مشکل پیش نمی‌رود. نتایج آنان همچنین نشان داد که کشاورزان با قراردادهای فرهنگی موجود، به‌ویژه با ارائه فضای روستایی و مزرعه‌شان به عنوان مکانی برای آرامش، دور از هیاهوی شهر، مکانی برای جشن گرفتن طبیعت و زندگی ساده، ایفای نقش و و از آن بهره می‌برند. با این حال، این نباید با از دست دادن عاملیت^۳ برابر باشد.

چوئنکوان و همکاران^۴ (۲۰۱۶) با بررسی رابطه بین کشاورزی و گردشگری، ارزیابی کردند که تا چه حد گردشگری کشاورزی به کشاورزان در منطقه فو روئا^۵ یک مقصد توریستی محبوب در کوه‌های شمال شرقی تایلند، سود می‌رساند. نتایج نشان داد با آنکه بسیاری از کشاورزان محلی مزایای قابل توجهی از مشارکت خود در سیستم کشاورزی گردشگری به دست می‌آورند اما گردشگری کشاورزی یک استراتژی جادویی برای حل تمام مشکلات توسعه روستایی در مناطق کوهستانی نیست. فقط برخی از مناطق برای گردشگران جذاب هستند و تنها برخی از کشاورزان دانش، مهارت و منابع لازم برای استفاده از فرصت‌های گردشگری را دارند.

تحقیق یانگ و همکاران^۶ (۲۰۰۹) درخصوص بررسی مزایای مورد انتظار گردشگری برای کاهش فقر کشاورزان در مناطق کوهستانی شمال غربی یونان^۷ و انگیزه‌های حفاظتی آنان مشخص کرد که سرمایه‌گذاری‌های گردشگری تنها توسط خانواده‌هایی که پول نقد و نیروی کار در دسترس دارند، پذیرفته شده‌است، در حالی که برای فقرا، زمین‌داران کوچکی که بیشتر به منبع درآمدی جدید نیاز دارند و از زمین‌های خود به‌طور جامع‌تری استفاده می‌کنند، غیرقابل دسترس باقی می‌ماند. مالکان بزرگ که نسبتاً ثروتمند بودند از این فرصت برای کاهش فعالیت‌های کشاورزی خود استفاده نکردند. در عوض، آنها از درآمدهای اضافی حاصل از گردشگری برای استخدام نیروی کار خارجی برای کشت بیشتر زمین‌هایشان استفاده کردند. همچنین توسعه گردشگری در ایجاد انگیزه‌های واقعی برای کشاورزان این منطقه جهت اقدامات حفاظتی و جلوگیری از فرسایش خاک و آلودگی آب کشاورزی که در حال حاضر از مشکلات جدی زیست‌محیطی برای محیط‌های کوهستانی در یونان می‌باشد ناموفق بوده‌است. عدم موفقیت توسعه گردشگری در رسیدگی به مشکلات فقر و مشکلات زیست‌محیطی، نیاز به بازنگری در رویکرد استفاده از آن به عنوان یک شکل جایگزین توسعه برای جوامع کوهستانی را نشان می‌دهد.

تورس و مامسن^۸ (۲۰۰۴) در پژوهشی چالش‌ها و پتانسیل‌های پیوند گردشگری و کشاورزی برای دستیابی به اهداف گردشگری حامی فقرا در کینتانا روئی مکزیکی را بررسی کردند. این پژوهش نشان داد که عوامل مختلفی توسعه پیوندهای گردشگری و کشاورزی را در کوئینتانا رو محدود کرده‌اند که از آن جمله است: اساساً بهره‌ورترین کشاورزان از نظر جغرافیایی از مراکز گردشگری جدا هستند و قدرت مذاکره کمی دارند که عمدتاً به دلیل تفاوت‌های نژادی و طبقاتی با خریداران در صنعت گردشگری است. پرمحصول‌ترین زمین‌های کشاورزی در بخش جنوبی ایالت دور از شهر کانکون قرار دارد. در نتیجه خطوط

1. A. Annes & J. Bessiere, 2018

2. onfarm markets

3. agency

4. Choenkwan, S., Promkhambut, A., Hayao, F. & Rambo, A. T., 2016

5. Phu Ruea district

6. M, L. Yang, Hens, X. Ou, & R. Wulf, 2009

7. Yunnan

8. R. Torres & J. H. Momsen, 2004

9. Quintana Roo

عرضه طولانی هستند و سرآشپزهای هتل و کشاورزان یکدیگر را نمی‌شناسند. عرضه نامنظم و کیفیت پایین تدارکات محلی محدودیت‌های دیگر است.

همانطور که مشاهده شد چندی از تحقیقات صورت گرفته به نتایج و تأثیرات برخلاف انتظار از گردشگری روستایی یا کشاورزی در منطقه‌ی مورد مطالعه اشاره داشته‌اند. در مقایسه با ادبیات پیشین، تحقیق حاضر به طور جامع به بررسی موانع در سطوح مختلف پرداخته، از روش‌های آماری قوی برای بررسی عوامل موثر بر توسعه آگری‌توریسم استفاده می‌کند. این تحقیق به طور خاص بر مزارع زعفران تمرکز دارد که موضوعی بکر و قابل بررسی است. با توجه به این موارد، تحقیق حاضر می‌تواند به درک عمیق‌تر از امکان‌سنجی توسعه آگری‌توریسم در مزارع زعفران و ارائه راهکارهای عملی برای ترویج آن کمک کند.

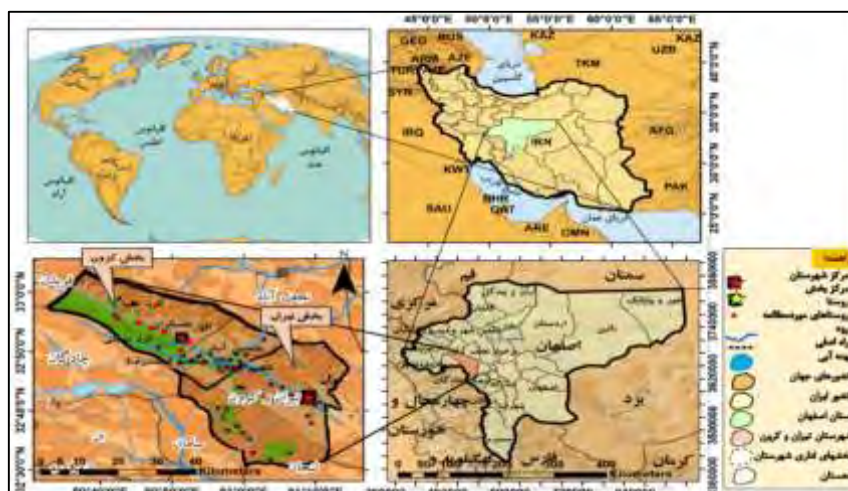
روش پژوهش

منطقه مورد مطالعه، جامعه و نمونه آماری

بخش کرون که شامل دو دهستان «کرون علیا» و «کرون سفلی» با ۲۶ سکونتگاه روستایی است به لحاظ موقعیت نسبی و تقسیمات سیاسی-اداری، یکی از دو بخش اداری شهرستان تیران و کرون واقع در ابتدای ناحیه‌ی غربی استان اصفهان می‌باشد. این بخش که در آن روستاشهر عسگران مرکزیت دارد با مساحت ۷۹۸/۶۷۰ کیلومتر مربع، تقریباً ۰/۳۳ درجه گستردگی در عرض و ۰/۵۸ درجه گسترش در طول دارد. به لحاظ جمعیتی، این بخش با نرخ رشد ۰/۲۲ (نسبت به سال ۱۳۸۵) در سرشماری نفوس و مسکن سال ۱۳۹۵، ۳۲۶۸۴ نفر جمعیت داشته است که ۱۶۸۰۲ نفر آن را مردان و ۱۵۸۸۲ نفر از آن را زنان در قالب ۱۰۱۴۷ خانوار تشکیل می‌دهند. به لحاظ آب‌وهوایی، بیشتر مناطق دهستان کرون سفلی و دو روستای مورد مطالعه یعنی قاسم‌آباد و حسین‌آباد که در آن واقع آن واقع است، در زمره‌ی اقلیم خشک و دیگر روستاهای منطقه‌ی مورد مطالعه که واقع در دهستان کرون علیا هستند تحت رژیم آب‌وهوایی نیمه‌خشک قرار دارند. قسمت‌هایی از جنوب غرب دهستان مذکور که شامل اراضی ناهموار منتهی به کوهستان دالانکوه است شامل آب‌وهوای مدیترانه‌ای و نیمه‌مرطوب می‌شود. به لحاظ خاک‌شناختی نیز بیشتر اراضی روستاهای قاسم‌آباد، حسین‌آباد و الور در رده‌ی خاک‌های اریدی سول^۱ قرار می‌گیرند و اراضی روستاشهر عسگران و روستاهای قلعه‌ناظر، کرد سفلی، دولت‌آباد و کرد علیا و چشمه احمدرضا دارای خاک‌های اینسپتی سول^۲ می‌باشند. شکل شماره ۱، موقعیت جغرافیایی منطقه و روستاهای مورد مطالعه را نشان می‌دهد. بر اساس آمارهای سازمان جهاد کشاورزی استان، سهم شهرستان تیران و کرون از ۱۲۷۰ هکتار مزارع زیرکشت زعفران کل استان ۲۲۰ هکتار است. ۲۱۱ هکتار از این مزارع، به شرح و تفکیک جدول شماره ۱، مربوط به اراضی زراعی^۳ سکونتگاه روستایی مورد مطالعه حاضر در بخش کرون می‌باشد (مصاحبه میدانی با کارشناس امور اراضی جهاد کشاورزی شهرستان، مردادماه ۱۴۰۱).

^۱. Aridisols

^۲. Inceptisols



شکل ۱: نقشه‌ی موقعیت جغرافیایی منطقه‌ی مورد مطالعه در تقسیمات سیاسی-اداری کشور
(مأخذ: نگارندگان بر اساس داده‌های پایه وزارت کشور، ۱۴۰۰)



شکل ۲: تصاویری از مزارع زعفران منطقه مورد مطالعه، روستای چشمه احمد رضا (مأخذ: نگارندگان)

جامعه‌ی آماری تحقیق حاضر، کلیه‌ی روستاییان بخش کرون هستند که به کشت و پرورش محصول زعفران و عملیات پس‌ا برداشت آن اشتغال دارند اما تاکنون به‌طور جدی و منسجم به گردشگری مزرعه وارد نشده‌اند. حجم نمونه با توجه به حجم جامعه، نتایج پیش مطالعه و آزمون مقدماتی که پس از طراحی ابزار جمع‌آوری داده انجام شد (Pretest) برابر با ۱۵۱ نفر به دست آمد. روش نمونه‌برداری، طبقه‌ای دو مرحله‌ای^۱ می‌باشد یعنی ابتدا روستاهایی که نظام زراعی آنها مشتمل بر کشت زعفران است انتخاب شدند و در مرحله‌ی بعد از بین بهره‌برداران زعفران کار این روستاها نمونه‌ای آماری به شیوه تصادفی انتخاب شد. مشخصات دموگرافیکی و تولیدی-زراعی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه در جدول شماره ۱ آمده است.

جدول ۱: آمارگان روستاهای منتخب منطقه مورد مطالعه

روستاهای نمونه	جمعیت	تعداد	جمعیت	بهره‌برداری‌های	سطح زیرکشت	سهام
----------------	-------	-------	-------	-----------------	------------	------

^۱ two-stage stratified sampling

نمونه	زعفران (ha)	با زمین (ha)	بهره‌بردار	خانوار	کل	
۱۰	۵	۴۳۶	۱۵۷	۲۹۵	۱۰۱۰	قاسم‌آباد
۶	۵	۲۲۴	۱۴۰	۴۲۵	۱۳۸۴	حسین‌آباد
۹	۱۲	۱۹۴	۹۰	۱۳۶	۳۷۹	چشمه احمدرضا
۲۲	۳۵	۲۴۵	۷۹	۱۸۲	۵۹۱	الور
۲۲	۱۲	۲۲۸	۱۸۱	۴۰۳	۱۲۸۹	قلعه‌ناظر
۱۹	۲۷	۴۶۵	۱۲۰	۲۲۹	۶۸۵	کُرد سفلی
۳۶	۷۵	۸۰۹	۲۴۶	۵۴۰	۱۷۷۲	دولت‌آباد
۶	۵	۴۴۲	۹۵	۱۷۸	۵۱۴	کُرد علیا
۲۱	۳۵	۱۱۱۵	۴۶۳	۱۴۶۲	۴۸۵۸	روستاشهر عسکران

(منبع: سرشماری جمعیت ۱۳۹۵؛ سرشماری کشاورزی ۱۳۹۳؛ یافته‌های تحقیق)

داده‌ها، ابزار گردآوری و اعتبار آماری

پژوهش حاضر به‌لحاظ حالت جستار، کمی؛ به‌لحاظ آماج‌ها، توصیفی و تحلیلی؛ به‌لحاظ مکانی که در آن انجام می‌گیرد، میدانی و کتابخانه‌ای؛ و به‌لحاظ استفاده، کاربردی است. کمی است چون مبتنی بر اندازه‌گیری یا کمی‌سازی پدیده مورد مطالعه است. توصیفی به‌سبب آنکه در پی توصیف چگونگی امور یا موضوع مورد مطالعه است آنطوری که در حال حاضر وجود دارد. تحلیلی از آن روی که از اطلاعات موجود برای توضیح یک پدیده پیچیده یا انجام یک ارزیابی انتقادی استفاده می‌کند. کاربردی است چون مسئله‌محور بوده، در آن نیاز به اعمال روش‌های آماری خاص است و نتایج به‌دست‌آمده ممکن است نیاز به پیاده‌سازی داشته باشد (دوبی و کوثری،^۲ ۲۰۲۲؛ پیرگی و مونوت،^۴ ۲۰۱۹؛ ۸؛ چاولا و سوندی،^۵ ۲۰۱۵؛ ۶-۲۰).

داده‌های اصلی موردنیاز پژوهش، داده‌های دست‌اولی بوده که از طریق طراحی و اعتبارسنجی پرسشنامه و پرسشگری از نمونه آماری به دست آمد. دیگر داده‌های مورد استفاده که در رده‌ی داده‌های دست دوم هستند با مراجعه به نهادهای مربوطه (اداره‌های شهرستان و سازمان‌های محلی) برای بحث‌های جنبی تهیه شد. به‌طور کلی، فرایند جمع‌آوری داده‌ها بسیار ساختاریافته است. پرسشنامه به‌کارگرفته، متشکل از دو قسمت، مشخصات شرکت‌کنندگان و سؤالات تحقیق، بود. این سؤالات در رابطه با موانع و ویژگی‌های فردی، موانع سازمانی، موانع ساختاری، و ویژگی‌های اقتصادی محصول بودند. روش و ابزار تحقیق از معیارهای روایی و پایایی لازم برخوردار بود. بدین‌گونه که پرسشنامه به‌لحاظ روایی محتوا با مشاوره‌ها و اصلاحات مکرر نهایی شد و پایایی آن نیز از طریق ضریب آلفای کرونباخ که معیار پایایی همسانی درونی برای مجموعه‌ای از آیتم‌ها یا سؤالات است ارزیابی شد. ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرها به صورت جداگانه در جدول ۲ برآورد شده است. مقیاس‌سازی و سنجش متغیرها و تحلیل روابط بین آنها، با ترکیبی از روش‌های چندمتغیره تحلیل عاملی و رگرسیون، به شرحی که در بخش بعد خواهد آمد، انجام شد.

جدول ۲: آمارگان پایایی برای بخش‌های مختلف پرسشنامه

متغیرها	منبع (علاوه بر نویسندگان)	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
ویژگی‌های فردی در رابطه با گردشگری	انس و بسیر (۲۰۱۸)	۱۶	۰/۶۰
مزرعه			
عوامل (موانع) سازمانی	تورس و مامسن (۲۰۰۴)	۷	۰/۵۵

1. enquiry mode

2. objectives

3. Dubey & Kothari

4. Bairagi & Munot

5. Chawla & Sondhi

عوامل (موانع) ساختاری	سالکودزه و باکهاوس (۲۰۲۰)	۴	۰/۴۵
ویژگی‌های اقتصادی محصول	یافته‌های تحقیق	۴	۰/۶۲

نتایج

توصیف نمونه آماری

میانۀ سنی شرکت‌کنندگان ۴۷ سال و ۹۰ درصد آنان بین ۲۰ تا ۷۰ سال سن داشتند. ۹۴ درصد باسواد بودند، ۳۲ درصد دیپلم و بالاتر و ۶۲ درصد کمتر از آن. ۷۶ درصد سرپرست خانوار بودند. تقریباً نیمی از نمونه در رده خانوارهای کوچک (با بعد خانوار کمتر از ۴) و نیمی دیگر بیش از آن. شغل اصلی ۵۱ درصد پاسخگویان کشاورزی و دامداری بوده و نیمی دیگر (۴۹ درصد) در درجه‌ی نخست در مشاغل دیگر فعالیت داشتند. نزدیک به ۲۰ درصد افراد دارای سابقه نسبتاً طولانی بیش از یک‌ونیم دهه در کشت و پرورش زعفران بودند، ۴۶ درصد سابقه‌ی میان‌مدت نیم تا یک دهه و ۳۴ درصد هم کمتر از نیم دهه. میانگین اراضی زیرکشت پاسخگویان قدری بیش از ۸ هکتار و میانگین سطح زیرکشت زعفران در اراضی آنان نزدیک به یک هکتار بوده است. اکثر آنان مالک مزارع زعفران بوده و تنها مزارع زعفران ۱۹ نفر استیجاری بوده است.

معرفی، توصیف، پردازش و شاخص‌سازی متغیرهای تحقیق

تجربه عینی و عملی در زمینه گردشگری مزرعه (متغیر وابسته)

نخستین متغیری که برای آگاهی از پیشینه و وضعیت حال حاضر گردشگری مرتبط با مزارع زعفران منطقه مورد سنجش قرار گرفت، میزان تجربه عینی و عملی شرکت‌کنندگان در این زمینه بود، که به عنوان اصلی‌ترین متغیر وابسته تحقیق، با پرسش ۳ سوال اساسی به شرح جدول شماره ۳ عملیاتی شد. چنانکه دیده می‌شود، با اینکه مراجعه گردشگر و بازدید از مزارع زعفران، در منطقه تجربه شده و افراد با این گزینه آشنایی حاصل کرده‌اند، اما اکثر افراد جامعه نمونه، احتمالاً به این علت که مهارت یا آموزشی نداشته‌اند، تا به حال با آژانس‌های گردشگری در مورد جذابیت مزارع زعفران و درخواست از آنان برای آوردن توره‌ای گردشگری به مزارع‌شان صحبتی نکرده‌اند و در فضای مجازی نیز اقدامی برای معرفی این فعالیت خود نداشته‌اند. برای ترکیب سه مؤلفه و ساختن مقیاس ترکیبی متغیر وابسته «گردشگری مزارع زعفران» در منطقه، ضرایب وزنی با استفاده از تحلیل عاملی و نرمال‌سازی بارهای عاملی محاسبه شد و مقادیر حاصل از ترکیب خطی آنها بین ۰ تا ۱ بدست آمد. بر این اساس، تعداد افرادی که هیچ‌گونه تجربه‌ای در رابطه با امکان بهره‌برداری و استفاده گردشگری از مزارع زعفران خود نداشته‌اند (۵۸ نفر)، بیش از دو برابر افرادی است (۲۷ نفر با میانگین ۰/۷۲) که تجربه بالاتری در این زمینه داشته‌اند. بنابراین با وجود سطح نسبتاً بالای زیرکشت زعفران در منطقه روستایی کرون علیای شهرستان تیران (بیش از ۲۰۰ هکتار) و قابلیت درخور آن برای شکل‌گیری و توسعه گردشگری مزرعه، بویژه به لحاظ موقعیت کلی منطقه و دسترس‌پذیری این مزارع، و همچنین نقش معناداری که در اقتصاد روستایی منطقه به عنوان یک کشت تخصصی دارد، تاکنون گردشگری کشاورزی مبتنی بر زعفران عملاً تحقق چندانی در منطقه پیدا نکرده است و در مجموع، متوسط تجربه این امر در میان جامعه آماری مورد مطالعه، با توجه به میانگین مقادیر نرمال‌شده آن برابر با ۰/۲۷ بوده است.

جدول ۳: مقیاس‌سازی و سنجش تجربه‌ی عینی و عملی گردشگری مزرعه

گویه‌ها	فراوانی پاسخ‌ها		ضرایب وزنی
	بله (۱)	خیر (۰)	
بازدید گردشگران از مزارع زعفران	۷۴	۷۷	۰/۶۰
معرفی کشت‌وکار و مزرعه زعفران در فضای مجازی برای گردشگری	۳۸	۱۱۳	۰/۶۵
			۰/۳۱
			۰/۳۴

همه‌انگهی و همکاری با تورهای گردشگری برای بازدید از مزارع زعفران	۱۳	۱۳۸	۰/۶۸	۰/۳۵
مجموع موزون با ضرایب بارهای عاملی نرمال شده	۵۸	۶۶	۰/۳۲	۰/۷۲
فراوانی پاسخگویان	۰	۰/۳۲	۰/۷۲	۰/۳۵
میانگین	۰	۰/۳۲	۰/۷۲	۰/۳۵

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

تمایل و آمادگی ذهنی بهره‌برداران زعفران برای گردشگری مزرعه

از آنجایی که لازمه و پیش‌نیاز منطقی برای شکل‌گیری و اقدام عملی در راستای گردشگری کشاورزی، آگاهی، تمایل و آمادگی ذهنی برای آن است، به عملیاتی‌سازی و سنجش این متغیر نیز اقدام شد. برای این منظور گویه‌های متعددی به شرح جدول شماره ۴ در نظر گرفته شد و ترکیب آنها برای ساختن مقیاس تمایل و آمادگی ذهنی، با استفاده از مدل آماری تحلیل عاملی انجام شد. توصیفی از این گویه‌ها و نتایج مقیاس‌سازی عاملی آنها در این جدول ارائه شده است.

جدول ۴: مقیاس‌سازی عاملی و سنجش آمادگی و تمایل ذهنی به گردشگری مزرعه

گویه‌ها (جوانب مختلف نگرش مساعد و آمادگی ذهنی)	میانگین	بار عاملی	KMO (sig.)	مقدار ویژه	تبیین واریانس
تمایل به ورود گردشگران به مزارع زعفران	۱/۸۵	۰/۵۸	۰/۶۶ (۰/۰۰)	۲/۰۳	تبیین واریانس ۳۹/۱ درصد
باور به پتانسیل مزارع زعفران در جذب گردشگر	۲/۳۲	۰/۶۳			
تمایل به آموزش کاشت و برداشت زعفران به گردشگران	۱/۸۱	۰/۷۴			
باور به امکان کسب درآمد از مزارع به جز از طریق کشت	۲/۱۷	۰/۱۷			
تمایل به برگزاری جشنواره زعفران در فصل برداشت	۱/۸۷	۰/۴۴			
تمایل به اختصاص بخشی از مزرعه به بازدیدکنندگان	۲/۴۲	۰/۶۸			
معرفی محصول زعفران را عامل کسب درآمد دانستن	۳/۷۶	۰/۲۸			

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

میانگین نسبتاً پایین همه این گویه‌ها بیانگر آن است که علاوه بر ناچیز بودن تحقق و تجربه عملی، زمینه و بستر ذهنی برای توسعه گردشگری کشاورزی با محوریت مزارع زعفران در نزد جامعه آماری و تمایل آنان در این زمینه هم‌چندان مهیا و فراهم نیست. اگرچه تا اندازه‌ای به امکان و پتانسیل کشت زعفران برای جذب گردشگر و کسب درآمدهای جانبی از طریق آن باور دارند، اما بویژه ذهنیت مهیایی برای ورود گردشگران به مزرعه و مشارکت دادن و آموزش به آنها ندارند. این ذهنیت نه‌چندان مساعد می‌تواند مانعی برای توانمندسازی، خلق ایده‌های کارآفرینانه، راه‌اندازی کاروکسب‌های جانبی مزرعه همچون گردشگری و در ادامه مطالبه‌گری برای جلب حمایت‌های سازمانی در مراحل بعدی آن باشد. پیداست آموزش و آگاهی‌بخشی و رویدادآفرینی نقش اساسی در رفع این موانع خواهند داشت.

عوامل تأثیرگذار ساختاری و سازمانی

علاوه بر نگرش‌های فردی و آمادگی‌های ذهنی افراد، از مهم‌ترین عوامل زمینه‌ای دیگر تأثیرگذار بر کم‌وکیف شکل‌گیری گردشگری مزرعه در یک منطقه، یکی ویژگی‌ها و ساختار فیزیکی مزارع و دیگری کارکردهای نهادی سازمان‌های مدیریتی سیاست‌گذار و تصمیم‌گیر در دو زمینه گردشگری و کشاورزی هستند. هر دوی این ویژگی‌ها و عوامل ساختاری و سازمانی می‌توانند در طیف گسترده‌ای از تسهیل‌گری، حمایت و پشتیبانی تا ممانعت و جلوگیری، اثرگذاری داشته باشند. مجموعه این

عوامل، بستر و زمینه‌ای^۱ هستند که اتفاق یا عمل مورد نظر (در اینجا گردشگری مزرعه) در آن شکل می‌گیرد و چگونگی متن و محتوای این عمل^۲، بستگی مستقیم و کاملی به چگونگی و میزان فراهم بودن یا نبودن شرایط لازم در آن بستر و زمینه دارد.^۳ عواملی که می‌توانند تسهیل‌گر یا مانع باشند و کیفیت گردشگری مزارع زعفران منطقه در ارتباط مستقیم با مطلوبیت این عوامل است. مجموعه‌ای از این عوامل مختلف، در قالب گویه‌های پرسشنامه، در معرض ارزیابی شرکت‌کنندگان قرار گرفت. اجرای مدل تحلیل عاملی برای خلاصه‌سازی و کاهش ابعاد این مؤلفه‌ها، منجر به اکتشاف و استخراج شش عامل مستقل با نام‌های «حمایت‌های سازمانی»، «تبلیغات و معرفی محصول»، «زیرساخت‌های مزرعه‌ای»، «زیرساخت‌های عمومی گردشگری»، «مطالبه‌گری از مسئولین محلی» و «همکاری سازمان‌های محلی» شد. نحوه و نتایج این تحلیل، همراه با معرفی گویه‌های اولیه و توصیف آماری آنها، بصورت یکجا در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

چنانکه میانگین پاسخ‌ها نشان می‌دهد، عملکرد سازمان‌های متولی در هیچکدام از زمینه‌های تامین نهاده، اعطای وام و تسهیلات بانکی، برگزاری کلاس‌های آموزشی، برگزاری جشنواره و معرفی محصول و پتانسیل گردشگری آن و بویژه ارتباط و هماهنگی با آژانس‌ها و تورهای گردشگری مورد رضایت مردم نبوده است. همچنین، خود مزارع نیز با وجود قرارگیری در جوار جاده اصلی و دسترسی پذیری مناسب، از تسهیلات و امکاناتی برای پذیرا شدن و استقرار و استراحت گردشگر^۴ برخوردار نیستند.

ویژگی‌های اقتصادی محصول (زعفران)

علاوه بر ویژگی‌های فردی و عوامل ساختاری و سازمانی، یکی دیگر از متغیرهایی که در توسعه گردشگری کشاورزی بطور کلی و در گردشگری مزرعه با محوریت یک محصول خاص بطور ویژه نقش دارد، ویژگی‌های خود محصول و اهمیت و جایگاه آن از دید کشاورز، جدای جذابیت آن برای فرد بازدیدکننده است. در این قسمت، ویژگی‌های اقتصادی محصول زعفران از دید کشاورزان به عنوان انگیزه و مشوقی برای آنان در راستای گردشگری مزرعه، عملیاتی و مقیاس‌سازی شده است. نتیجه این پردازش همراه با معرفی و توصیف گویه‌های مربوطه در جدول شماره ۶ آمده است. با وجود اینکه سطح زیرکشت زعفران در منطقه رو به افزایش بوده و سودآوری آن هم تا اندازه‌ای مورد تأیید و اشاره پاسخگویان بوده است، اما از وضعیت بازار و نقش معیشتی آن چندان رضایتی نداشته‌اند.

جدول ۶: مقیاس‌سازی و سنجش متغیر ویژگی‌های اقتصادی محصول زعفران

مؤلفه‌های ویژگی‌های اقتصادی محصول زعفران	میانگین	بار عاملی	KMO (sig.)	مقدار ویژه	تبیین واریانس
سودآور بودن محصول در منطقه	۲/۸۴	۰/۸۵	۰/۵۸ (۰/۰۰)	۱/۸۸	۴۷ درصد
میزان افزایش عملکرد محصول طی سال‌های اخیر	۳/۱۵	۰/۶۰			
میزان تامین مخارج خانوار از طریق کشت زعفران	۱/۹۶	۰/۶۴			
میزان رضایت‌مندی از قیمت و بازار فروش زعفران	۱/۷۹	۰/۶۳			

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

^۱ context

^۲ text

^۳ text in context

^۴ farm amenities

جدول ۵: توصیف و نام‌گذاری عامل‌های استخراجی بعنوان عوامل یا موانع ساختاری و سازمانی تاثیرگذار بر توسعه گردشگری مزرعه

عامل‌ها و نام‌گذاری آنها					
گویه‌ها؛ میانگین و بارهای عاملی					
حمایت‌های سازمانی	تبلیغات و معرفی محصول	زیرساخت‌های مزرعه‌ای	زیرساخت‌های عمومی گردشگری	مطالبه‌گری از مسئولین محلی	همکاری سازمان‌های محلی
میانگین					
۱/۳۷	۰/۷۵				
۱/۳۱	۰/۷۴				
۱/۴۵	۰/۶۲				
۱/۹۱	۰/۴۶				
۰/۴۱	۰/۸۳				
۰/۲۸	۰/۸۲				
۳/۱۰	۰/۴۸				
۱/۷۰	۰/۷۵				
۱/۴۵	۰/۷۲				
۲/۴۰	۰/۷۶				
۳/۵۳	۰/۶۵				
۳/۲۰	۰/۵۱				
۰/۰۱	۰/۸۱				
۰/۲۴	۰/۷۷				
۰/۰۹۳	۰/۶۶				
۱/۸۷	۰/۶۵				
۲/۵۵	۲/۰۳	۱/۵۹	۱/۳	۱/۱۸	۱
۱۵/۹۴	۱۲/۷	۹/۹۵	۸/۱۴	۷/۳۷	۶/۲۷
۱۵/۹۴	۲۸/۶۴	۳۸/۶	۴۶/۷۴	۵۴/۱۲	۶۰/۴

* پاسخ به این گویه‌ها بصورت دو گزینه‌ای بلی (۱) و خیر (۰) بوده و به این علت میانگین آنها بین ۰ تا ۱ بدست آمده است.

(یافته‌های

پژوهش، ۱۴۰۲)

تحلیل رگرسیون و ارزیابی تأثیر عوامل مختلف بر گردشگری مزارع زعفران در منطقه مورد مطالعه

عوامل‌های بدست آمده از پردازش‌های مرحله قبل، همراه با متغیرهای دموگرافیک سن و سواد و متغیرهای تولیدی-زراعی سطح زیر کشت و سابقه کشت زعفران، به عنوان متغیرهای مستقل اثرگذار بر متغیر وابسته تجربه عینی و عملی گردشگری مزرعه وارد مدل رگرسیون چندمتغیره شدند. نتایج بدست آمده از حل مدل به روش گام‌به‌گام^۱ پس از هفت تکرار حاکی از آن است که از میان این یازده متغیر، هفت متغیر زیرساخت‌های عمومی گردشگری، تبلیغات و معرفی محصول، مطالبه‌گری از مسئولین محلی، همکاری سازمان‌های محلی، ویژگی‌های اقتصادی محصول زعفران، سابقه کشت زعفران و سطح تحصیلات، با تأثیر معنی‌دار بر تجربه عینی و عملی گردشگری مزارع زعفران، با ضریب همبستگی چندانۀ $R=0.57$ و ضریب تعیین $R^2=0.325$ ، توانسته‌اند در مجموع تنها ۳۲/۵ درصد از واریانس این متغیر را تبیین کنند. مقدار ۰/۵۷ برای ضریب همبستگی چندانۀ بیانگر آن است که بین متغیر وابسته تجربه عملی گردشگری مزرعه و برآورد آن از روی معادله رگرسیونی ۷ متغیر باقیمانده در مدل، همبستگی معنی‌داری به میزان ۵۷ درصد وجود دارد. در جدول شماره ۷، ضرائب متغیرهای مستقل دارای تأثیر معنی‌دار به همراه سطح معنی‌داری آنها گزارش شده است.

جدول ۷: ضرائب استاندارد متغیرهای دارای تأثیر معنی‌دار در تحلیل رگرسیون تجربه عملی گردشگری مزارع زعفران

متغیرهای مستقل (پیش‌بین)	ضرائب استاندارد	آماره t	سطح معنی‌داری
مقدار ثابت		۲/۱۲	۰/۰۳۶
تحصیلات	۰/۲۰۷	۲/۶۳	۰/۰۱۰
سابقه کشت زعفران	۰/۲۲۴	۲/۹۱	۰/۰۰۴
ویژگی‌های اقتصادی محصول زعفران	۰/۱۷۰	۲/۲۱	۰/۰۲۹
زیرساخت‌های عمومی گردشگری	۰/۱۴۸	۲/۰۰	۰/۰۴۸
تبلیغات و معرفی محصول	۰/۲۲۷	۳/۰۰	۰/۰۰۳
مطالبه‌گری از مسئولین محلی	۰/۳۰۲	۳/۸۹	۰/۰۰۰
همکاری سازمان‌های محلی	۰/۲۰۴	۲/۷۰	۰/۰۰۸

(یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

در مقابل، متغیرهای حمایت‌های سازمانی، زیرساخت‌های مزرعه‌ای، آمادگی و تمایل ذهنی به گردشگری مزرعه، سطح زیر کشت زعفران و سن، بدون تأثیر معنی‌دار در این رابطه بوده‌اند. همه این متغیرها، بویژه آمادگی ذهنی، زیرساخت‌های مزرعه‌ای و حمایت‌های سازمانی، به لحاظ نظری از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های شکل‌گیری و توسعه موفقیت‌آمیز هرگونه فعالیت کارآفرینانه گردشگری و از جمله گردشگری مزرعه هستند و انتظار این است که چنانچه در منطقه‌ای این اتفاق افتاده باشد، بیشترین سهم و نقش را چنین عواملی داشته باشند. بیرون ماندن این متغیرها از مدل رگرسیونی اجرا شده برای برآورد تجربه عملی گردشگری مزرعه در منطقه مورد مطالعه، با در نظر داشتن میانگین گویه‌های مربوط به مجموعه این متغیرها، حاکی از این است که با وجود پتانسیل بالقوه‌ای که ناحیه روستایی کرون علیا در رابطه با گردشگری مزارع زعفران در شماری از روستاهای خود دارد، متأسفانه تاکنون نه الزامات ساختاری و سازمانی آن فراهم شده و نه نگره قدرتمند و خواننده‌ای در ذهن و ذهنیت بهره‌برداران برای پیگیری و تحقق آن شکل گرفته است و در نتیجه آن فعالیت و کنش چشمگیری هم در راستای پیش‌رانی نظام زراعی کشت زعفران به سمت الگوهای کارآفرینانه غیرزراعی با محوریت گردشگری و تجاری‌تر شدن و بهره‌وری بیشتر این نظام رخ نداده است. امری که در صورت تأمل و برنامه‌ریزی و با توجه به ویژگی‌های خاص محصول زعفران در مراحل برداشت و زنجیره عملیات پس از برداشت تا بازار مصرف آن، زنان و حتی اعضای غیر شاغل در کشاورزی خانوارهای روستایی، می‌توانند نقش پررنگ و معناداری در آن داشته باشند.

^۱. stepwise

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

آگروتوریسم و گردشگری مزرعه می‌تواند مزایای زیادی برای مناطق روستایی داشته باشد. اما وضعیت عمومی حاکی از آن است که مقاصد و تجربیات گردشگری در کشاورزی به اندازه سایر انواع گردشگری به طور موثر بازاریابی نشده ممکن است در سایه عدم توجه و علاقه مسئولین و مردم محلی قرار داشته باشد. از این رو، تحقیق حاضر با هدف امکان‌سنجی و بررسی موانع توسعه آگری‌توریسم در مزارع زعفران روستاهای محور تیران-داران در بخش کرون شهرستان تیران و کرون صورت گرفت. در این راستا، مجموعه‌ای از متغیرها انتخاب شد که به نظر می‌رسید مرتبط با سؤال تحقیق هستند. داده‌های آنها نیز در میدان و از طریق نظرسنجی جمع‌آوری شده پس از آماده‌سازی به محاسبات آماری راه پیدا کرد. در قسمت تجزیه و تحلیل، از تحلیل رگرسیون و تحلیل عاملی با هم استفاده شد تا درک جامع‌تری از پدیده مورد مطالعه به دست آید. نتایج آمار توصیفی و میانگین پایین‌تر از متوسط همه متغیرهای وابسته و مستقل حاکی از آن بود که نه وضعیت کنونی تجربه عملی گردشگری در مزارع زعفران منطقه چندان مطلوب است و نه عوامل بر پا دارنده آن، از قبیل ذهنیت بهره‌برداران، الزامات فیزیکی و ساختاری مزارع و انگیزه و کنش مسئولان. تحلیل‌ها و نتیجه‌گیری‌های بیشتر و دقیق‌تر با استفاده از تحلیل رگرسیون توسعه و تجربه عملی گردشگری مزرعه و برآورد آن بر اساس مقادیر متغیرهای مستقل نگرها و ویژگی‌های دموگرافیک و تولیدی-زراعی فردی، ویژگی‌های اقتصادی محصول زعفران و مجموعه عوامل سازمانی و ساختاری مطالعه شده و مبتنی بر مقیاس‌سازی‌های عاملی این متغیرها صورت گرفت. این برآورد در مجموع پذیرفتنی بود و رابطه چندگانه معنی‌داری را بین متغیرهای مستقل و وابسته نشان داد. در نتیجه این تحلیل، متغیرهای تبلیغات و معرفی محصول، مطالبه‌گری از مسئولین محلی، همکاری سازمانهای محلی، زیرساخت‌های عمومی گردشگری و ویژگی‌های اقتصادی زعفران در همین تجربه عملی کم گردشگری کشاورزی تاثیر مثبت داشته‌اند و در مقابل، سه متغیر مقاومت ذهنی، حمایت‌های سازمانی و زیرساخت‌های مزرعه‌ای گردشگری هیچ اثر معناداری روی متغیر وابسته نداشته‌اند. برای شکل‌گیری و توسعه گردشگری در هر منطقه‌ای، نیاز به وجود امکانات و تسهیلاتی (مانند اقامتگاه، رستوران، سرویس بهداشتی و...) در جامعه مقصد برای ارائه به گردشگران می‌باشد، نقاط مورد مطالعه امکانات و تسهیلات کافی و مطلوب برای ارائه به گردشگران ندارند که این یکی از موانع ساختاری عمده بر سر راه توسعه گردشگری در این مناطق می‌باشد. عدم وجود مکانی جهت استراحت گردشگران در مزارع زعفران، یکی دیگر از موانع ساختاری عمده برای شکل‌گیری و توسعه گردشگری کشاورزی در روستاهای مورد مطالعه است. شکل‌گیری و توسعه گردشگری کشاورزی نیازمند اقداماتی از سوی سازمانهای مربوطه می‌باشد. ابتدایی‌ترین اقدامی که باید از سوی سازمانهای مربوطه انجام پذیرد حمایت از کشاورزان به منظور رونق کشاورزی، جلوگیری از تغییر کاربری اراضی و جلوگیری از تغییر شغل آنان می‌باشد. نارضایتی کشاورزان از میزان اعطای وام و اعتبارات و تامین نهاده‌های مورد نیاز و نارضایتی از بازار و قیمت فروش زعفران گواه آن است که از حمایتی در این زمینه برخوردار نمی‌باشند. همچنین عدم ارتباط سازمانهای محلی با توره‌های گردشگری، عدم برگزاری کلاس آموزشی در زمینه کشت زعفران، عدم برگزاری جشنواره زعفران و معرفی نکردن جامعه محلی و مراحل کشت زعفران از سوی سازمانها عمده‌ترین موانع سازمانی برای ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی هستند. عمده‌ترین موانع فردی بر سر راه ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی، آشنا نبودن افراد با مفهوم گردشگری کشاورزی می‌باشد و به دنبال آن به دلیل آگاه نبودن با این مفهوم، در فضای مجازی اقدام به معرفی محصول زعفران و کشت و کار خود نکرده‌اند.

این یافته‌ها تا اندازه‌ای با نتایج مطالعات پیشین همسو است. به عنوان نمونه، هندرسون^۱ (۲۰۰۹) در مطالعه خود در مورد گردشگری کشاورزی در سنگاپور، به موانعی مانند عدم آگاهی عمومی و عدم وجود زیرساخت‌های مناسب اشاره می‌کند. جیاو، ژانگ و منگ^۲ (۲۰۱۹) نقش موثر دولت در توسعه گردشگری کشاورزی را مورد تأکید قرار می‌دهند. وسلز و تسیان گومبی تیریز^۳ (۲۰۲۳) در مطالعه

^۱ J. C. Henderson, 2009

^۲ Y. Jiao, Y. Zhang, & Z. Meng, 2019

^۳ W.J., Wessels., L.A., Tseane-Gumbi, 2023

خود در مورد آفریقای جنوبی، به کمبود زیرساخت‌ها به عنوان مانعی برای توسعه گردشگری اشاره می‌کنند. صوفی، اوبراین و ویلکینز^۱ (۲۰۱۳) عملکرد ناکافی آژانس‌های گردشگری دولتی و ارائه‌دهندگان بخش خصوصی را منجر به کمبود زیرساخت‌ها و محدودیت در فرصت‌های جامعه میزبان برای مشارکت در توسعه گردشگری می‌دانند. در ایران نیز، ریاحی و دیگران (۱۳۹۹)، محدودیت‌های ساختاری و ناکارآمدی نهادهای را از جمله موانع کلیدی تهیه برنامه چشم‌انداز توسعه در ناحیه روستایی هزارجریب شهرستان مازندران دانسته‌اند؛ مطالعه مرادی و دیگران (۱۳۹۶)، نشان داده که سرمایه‌گذاری در زمینه تجهیزات زیرساختی و تبلیغات می‌تواند آثار مثبتی در زمینه توسعه گردشگری گل و گیاه در شهرستان محلات استان مرکزی داشته باشد و نتایج حاصل از واکاوی و تبیین عوامل توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان سامان در مطالعه مودودی ارخودی و دیگران (۱۴۰۲) نیز حاکی از آن بوده که مؤلفه نهادی کیفیت و شرایط نامطلوب‌تری نسبت به سایر مؤلفه‌ها داشته است.

بر اساس نتایج پژوهش، در پایان چند راه‌حل برای ترویج و توسعه گردشگری کشاورزی در ناحیه‌ی مورد مطالعه و دیگر نواحی روستایی مشابه که با این چالش‌های مزبور مواجه‌اند، ارائه می‌شود:

۱. آگاهی‌افزایی و ظرفیت‌سازی:

- ≠ کارگاه‌های آموزشی و دوره‌های تمرینی: سازماندهی کارگاه‌هایی برای آشنایی جامعه محلی با مفهوم گردشگری کشاورزی، مزایای آن و بهترین روش‌های پذیرایی از گردشگران.
- ≠ برنامه‌های راهنمایی: ارتباط دادن مجریان با تجربه گردشگری کشاورزی با کشاورزان محلی برای ارائه راهنمایی و مشاوره.
- ≠ توسعه مهارت‌ها: ارائه برنامه‌های آموزشی در زمینه مهارت‌های مهمان‌نوازی، برقراری ارتباط با گردشگران و بازاریابی مزارع و محصولات آن‌ها.
- ۲. توسعه زیرساخت مشارکتی:

- ≠ مشوق‌های دولتی: تلاش برای دریافت کمک‌های مالی یا یارانه‌های دولتی برای کمک به کشاورزان در بهبود زیرساخت‌های مزرعه برای اهداف گردشگری، مانند اقامتگاه‌های اولیه، سرویس‌های بهداشتی و مکان‌های تعیین‌شده برای گردشگران.
- ≠ مشارکت‌های بخش دولتی و خصوصی: تشویق مشارکت بین مقامات محلی، آژانس‌های گردشگری و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای توسعه زیرساخت‌های ضروری مانند راه‌های ارتباطی، تابلوهای راهنما و ارتباطات حمل‌ونقل عمومی.
- ≠ مشارکت جامعه: مشارکت دادن جامعه محلی در شناسایی نیازهای زیرساختی و راه‌حل‌های بالقوه، برای ایجاد حس مالکیت و مشارکت.
- ۳. تکیه بر نقاط قوت محلی:

- ≠ تجربیات فرهنگی: ادغام آداب و رسوم محلی، سنت‌ها و شیوه‌های کشاورزی با تجربه گردشگری کشاورزی. سازماندهی نمایش‌ها یا کارگاه‌هایی در مورد صنایع دستی محلی، آشپزی یا تکنیک‌های کشاورزی.
- ≠ محصولات و خدمات منحصر به فرد: تشویق کشاورزان به ارائه وعده‌های غذایی مزرعه به سفره، صنایع دستی محلی یا تجربیات منحصر به فرد مانند برداشت یا فرآوری محصولات کشاورزی.
- ≠ تمرکز بر اصالت: برجسته کردن سبک زندگی روستایی، زیبایی طبیعی منطقه و فرصتی برای بازدیدکنندگان برای ارتباط با طبیعت و فرهنگ محلی.
- ۴. غلبه بر چالش‌های سازمانی:

- ≠ ظرفیت‌سازی برای سازمان‌های محلی: ارائه آموزش و منابع برای سازمان‌های محلی مانند شوراهای روستا یا تعاونی‌های کشاورزی برای حمایت از ابتکارات گردشگری کشاورزی.

^۱ A. Saufi, D. O'Brien, & H. Wilkins, 2013

۴. ساده‌سازی مقررات: همکاری با مقامات محلی برای ساده‌سازی مقررات و فرآیندهای مجوز مربوط به پذیرایی از گردشگران در مزارع.
۵. ارتباط و همکاری: تشویق ارتباط و همکاری منظم بین سازمان‌های محلی، کشاورزان و ذینفعان گردشگری برای شناسایی و رسیدگی به چالش‌ها به صورت جمعی.
- همچنین، با اجرای راهکارهای دیگری که در ادامه می‌آید، زعفران‌کاران می‌توانند وضعیت اقتصادی خود را بهبود بخشیده و استقبال بیشتری از طرح‌های گردشگری مزرعه داشته باشند:
۵. متنوع‌سازی منابع درآمد:
۶. محصولات با ارزش افزوده: کشاورزان را بایستی تشویق به فرآوری زعفران به محصولات با ارزش افزوده مانند اسپری و اسانس زعفران، چای زعفران، عسل زعفرانی یا لوازم آرایشی حاوی زعفران کرد. این کار می‌تواند حاشیه سود آن‌ها را افزایش دهد و به طور بالقوه گردشگرانی را که به محصولات منحصر به فرد و محلی علاقه‌مند هستند، جذب کند.
۷. بسته‌های گردشگری کشاورزی: می‌توان بسته‌هایی را توسعه داد که تجربیات مزرعه زعفران را با سایر جاذبه‌های محلی مانند مکان‌های تاریخی، رویدادهای فرهنگی یا بازدید از مزارع دیگر ترکیب کند. این امر یک تجربه گردشگری کامل‌تر را ارائه می‌دهد و مخاطبان بیشتری را جذب می‌کند.
۸. رسیدگی به نگرانی‌های بازار:
۹. بازاریابی تعاونی: برای مذاکره در مورد قیمت بهتر با خریداران زعفران، تشکیل تعاونی‌های کشاورزان را بایستی تشویق کرد و به طور بالقوه از دلالاتی که سود را کاهش می‌دهند، عبور نمود.
۱۰. بازاریابی مستقیم به مصرف‌کنندگان: فروشگاه‌های آنلاین یا غرفه‌های مزرعه^۱ را برای خرید مستقیم زعفران از کشاورزان توسط گردشگران و مصرف‌کنندگان تشویق شود. باز، حذف واسطه‌ها به طور بالقوه می‌تواند قیمت بالاتری را برای زعفران به همراه داشته باشد.
۱۱. شفافیت و قابلیت ردیابی: می‌توان سیستمی برای ردیابی زعفران از مزرعه تا مصرف‌کننده اجرا کرد که منشأ و کیفیت آن را برجسته کند. این می‌تواند اعتماد خریداران را جلب کند و به طور بالقوه قیمت‌های بالاتری را به همراه داشته باشد.
- باید به خاطر داشته داشت، ایجاد اعتماد و ایجاد محیطی حمایتی برای جامعه محلی بسیار مهم است. بایستی با کار کوچک شروع کرد، موفقیت‌ها را جشن گرفت و به تدریج بخش گردشگری کشاورزی را گسترش داد. با به حداقل رساندن تأثیر زیست‌محیطی و حفظ فرهنگ محلی، نیز بر پایداری تمرکز نماییم. با اجرای این راه‌حل‌ها و تکیه بر نقاط قوت منحصر به فرد منطقه، گردشگری کشاورزی می‌تواند به منبع درآمدی قابل اتکا و پایدار برای جامعه روستایی تبدیل شود.

^۱ - farm stands

منابع

- آمار، تیمور. (۱۴۰۰). *توسعه‌ی روستایی در ایران*: مباحثی پیرامون اهداف، چشم اندازها و الزامات نوین، توان‌های سرزمینی، جامعه دانش‌بنیان و سیاست اجتماعی از دیدگاه صاحب‌نظران. به‌کوشش حامد قادرمرزی و علی شیرکانی، جهاد دانشگاهی واحد خوارزمی، تهران.
- اسماعیلی‌زاده، حسن؛ تبریزی، نازنین و مهدی رمضان‌زاده لسبویی. (۱۳۹۸). سنجش رفتار مشارکتی جامعه محلی در توسعه گردشگری کشاورزی (مورد مطالعه: شهر سی‌سخت). *مطالعات ساختار و کارکرد شهری*، ۶(۲۰)، ۱۲۷-۱۴۶. <https://doi.org/10.22080/shahr.2019.16037.1752>
- حیدری، زهرا، بدری، سیدعلی و محمدرضا رضوانی. (۱۳۹۵). تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن). *آمایش جغرافیایی فضا*، ۶(۲۱)، ۱۳-۲۶.
- رضایی آدریانی، منیره، و مهین نسترن. (۱۳۹۶). امکان‌سنجی طرح گردشگری کشاورزی در باغات و مزارع حومه‌ی شهرها (نمونه موردی: بخش شمالی منطقه‌ی ناژوان اصفهان). *میراث و گردشگری*، ۲(۷)، ۱۵۳-۱۷۹. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=466525>
- ریاحی، وحید، عزیزپور، فرهاد و زری قاسمیان. (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر تهیه برنامه چشم انداز توسعه در ناحیه روستایی هزارجریب (شرق مازندران). *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، دوره ۲۴، شماره ۷۲، ۲۶۷-۲۹۱. <https://doi.org/10.22034/gp.2020.10857>
- عنابستانی، علی‌اکبر و زهرا مظفری. (۱۳۹۷). تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: روستاهای نمونه گردشگری دهستان فضل شهرستان نیشابور). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۷(۲۴)، ۱۲۳-۱۴۵. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1827>
- مرادی، نصرت، نوری، سید هدایت‌الله، مرادی، کبریا و شیرکو پسندی. (۱۳۹۶). تحلیلی بر میزان رضایت‌مندی گردشگران گل و گیاه در زمان‌های اوج ورود به شهرستان محلات. *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، دوره ۲۱، شماره ۶۰، ۲۳۹-۲۶۱. <https://doi.org/101>
- مودودی ارخودی، مهدی، فردوسی، سجاد و نرگس رحیمی طاقانکی. (۱۴۰۲). واکاوی و تبیین عوامل توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی (مورد مطالعه: مناطق روستایی شهرستان سامان). *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، مقالات آماده انتشار. <https://doi.org/10.22034/gp.2024.59093.3200>
- نوروزی، اصغر و عفت فتحی. (۱۳۹۷). ارزیابی توانمندی‌های توسعه‌ی گردشگری کشاورزی و تعیین میزان پذیرش آن در جامعه هدف (کشاورزان و گردشگران) در شهرستان لنجان. *جغرافیا و توسعه*، ۱۶(۵۱)، ۲۴۱-۲۶۰. <https://doi.org/10.22111/gdij.2018.3872>

References

- Amar, Timur. (1400). Rural Development in Iran: Discussions on Goals, Prospects and New Requirements, Territorial Capabilities, Knowledge-Based Society and Social Policy from the Perspective of Experts. Edited by Hamed Ghadermarzi and Ali Shirvani, Kharazmi University Jihad, Tehran. [In Persian]
- Esmailizadeh, Hassan; Tabrizi, Nazanin and Mehdi Ramezanzadeh Lesboi. (2019). Measuring the Participatory Behavior of the Local Community in the Development of Agricultural Tourism (Case Study: Si-Sakht City). *Studies in Urban Structure and Function*, 6(20), 127-146. <https://doi.org/10.22080/shahr.2019.16037.1752>[In Persian]

- Heydari, Zahra, Badri, Seyed Ali and Mohammad Reza Rezvani. (2016). Analysis of Factors Affecting the Participation of the Local Community in the Development of Agricultural Tourism (Case Study: Rural Areas of the Central District of Tonekabon County). *Geographical Planning of Space*, 6(21), 13-26. [In Persian]
- Rezaei Adriani, Monireh, and Mahin Nastaran. (2017). Feasibility study of agricultural tourism project in orchards and farms in the suburbs of cities (case study: northern part of Nazhvan region of Isfahan). *Heritage and Tourism*, 2(7), 153-179.
<https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=466525>[In Persian]
- Riahi, Vahid, Azizpour, Farhad, and Zari Ghasemian. (2019). Factors affecting the preparation of development vision plan in the rural area of Hezarjerib (Eastern Mazandaran). *Geography and Planning*, Volume 24, No. 72, 291-267. <https://doi.org/10.22034/gp.2020.10857>[In Persian]
- Anabestani, Ali Akbar, and Zahra Mozaffari. (2018). Explaining the factors affecting the tendency of villagers to agricultural tourism (Case study: Model villages of tourism in Fazl district, Neyshabur city). *Tourism Planning and Development*, 7(24), 123-145.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1827>[In Persian]
- Moradi, Nosrat, Nouri, Seyed Hedayatollah, Moradi, Kobria and Shirko Pasandi. (2017). An analysis of the satisfaction level of flower and plant tourists during peak times of entry to Mahallat city. *Geography and Planning*, Volume 21, Issue 60, 261-239. <https://doi.org/101>[In Persian]
- Maududi Arkhodi, Mehdi, Ferdowsi, Sajjad and Narges Rahimi Taghanaki. (2014). Analysis and explanation of factors of agricultural tourism development in rural areas (Case study: rural areas of Saman city). *Geography and Planning*, articles ready for publication.
<https://doi.org/10.22034/gp.2024.59093.3200> [In Persian]
- Nowroozi, Asghar and Effat Fathi. (2018). Evaluating the potential of agricultural tourism development and determining its acceptance in the target community (farmers and tourists) in Lenjan County. *Geography and Development*, 16(51), 241-260
<https://doi.org/10.22111/gdij.2018.3872> [In Persian]
- Annes, A., Bessiere, J. (2018). Staging agriculture during on-farm markets: How does French farmers' rationality influence their representation of rurality? *Journal of Rural Studies*, 63, 34-45.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2018.07.015>
- Bairagi, V., Munot, M. V. (Eds.). (2019). *Research methodology: A practical and scientific approach (1st ed.)*. Chapman and Hall/CRC, New York. <https://doi.org/10.1201/9781351013277>.
- Bhatta, K., Itagaki, K., Ohe, Y. (2019). Determinant factors of farmers' willingness to start agritourism in rural Nepal. *Open Agriculture*, 4(1), 431-445. <https://doi.org/10.1515/opag-2019-0043>
- Chawla, D., Sondhi, N. (2015). *Research methodology: Concepts and cases*. Vikas Publishing House Pvt. New Delhi, pp. xxiv + 670.
- Choenkwan, S., Promkhambut, A., Hayao, F., Rambo, A. T. (2016). Does agrotourism benefit mountain farmers? A case study in Phu Ruea district, Northeast Thailand. *Mountain Research and Development*, 36(2), 162-172. <https://doi.org/10.1659/mrd-journal-d-15-00111.1>
- Chesky, A. (2009). Can agritourism save the family farm in appalachia? A study of two historic family farms in Valle Crucis, North Carolina. *Journal of Appalachian Studies*, 15(1/2), 87-98.
<http://www.jstor.org/stable/41446820>
- Ciolac, R., Iancu, T., Brad, I., Adamov, T., Mateoc-Sîrb, N. (2021). Agritourism - A business reality of the moment for Romanian rural area's sustainability. *Sustainability*, 13(11), 6313.
<https://doi.org/10.3390/su13116313>
- Dubey, U. K. B., Kothari, D. P. (2022). *Research methodology: Techniques and trends (1st ed.)*. Chapman and Hall/CRC, New York. <https://doi.org/10.1201/9781315167138>.
- Flanigan, S., Blackstock, K., Hunter, C. (2014). Agritourism from the perspective of providers and visitors: a typology-based study. *Tourism Management*, 40, 394-405.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.004>
- Henderson, J. C. (2009). Agro-tourism in unlikely destinations: a study of Singapore. *Managing Leisure*, 14(4), 258-268. <https://doi.org/10.1080/13606710903204456>

- Jiao, Y., Zhang, Y., & Meng, Z. (2019). Tourism as Development Aid: Policies and Challenges for Tourism Planning in Xinjiang, China. *Tourism Planning & Development*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1597762>
- Kerlin, M., O'Farrell, N., Riley, R., Schaff, R. (2022). Rural rising: Economic development strategies for America's heartland. *Rural rising: Economic development strategies for America's heartland*, McKinsey & company. <https://www.mckinsey.com/industries/public-and-social-sector/our-insights/rural-rising-economic-development-strategies-for-americas-heartland>
- Kokko, A. 2011. An exploration of agritourism: Topics, literature and areas for future research. <http://annekokko.com/resources/an%20exploration%20of%20agritourism%20-%20akokko.pdf>; accessed on 21 April 2015.
- Lefebvre, M., Espinosa, M., Gomez y Paloma, S., Paracchini, M. L., Piore, A., Zasada, I. (2015). Agricultural landscapes as multi-scale public good and the role of the common agricultural policy. *Journal of Environmental Planning and Management*, 58(12), 2088-2112.
- Oğur, A. A., Kalonya, D. H., Gülhan, G. (2021). Evaluation of the perception of change in tourism and agriculture after the slow city branding: The case of Seferihisar. *Megarona*, 16(4), 605-619. <http://dx.doi.org/10.14744/megarona.2021.49358>
- Paladan, N. (2020) Community-based approach in developing farm tourism. *Open Access Library Journal*, 7, 1-15. <https://doi.org/10.4236/oalib.1107043>.
- Pezzi, M. G., Faggian, A., Reid, N. (Eds.). (2020). *Agritourism, wine tourism and craft beer tourism: Local responses to peripherality through tourism niches (1st ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429464102>
- Phillip, S., Hunter, C., Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Roberts, L., Hall, D., & Morag, M. (Eds.). (2004). *New directions in rural tourism (1st ed.)*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315248097>
- Rogerson, C. M., Rogerson, J. M. (2014). Agritourism and local economic development in South Africa. *Bulletin of Geography. Socio-Economic Series*, 26(26), 93–106. <https://doi.org/10.2478/bog-2014-0047>
- Salukvadze, G., Backhaus, N. (2020). Is tourism the beginning or the end? livelihoods of Georgian mountain people at stake. *Mountain Research and Development*, 40(1), R28–R36. <https://www.jstor.org/stable/27002115>
- Saufi, A., O'Brien, D., & Wilkins, H. (2013). Inhibitors to host community participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(5), 801–820. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.861468>
- Schilling, B. J., Sullivan, K. P., Komar, S. (2012). Examining the economic benefits of agritourism: The case of New Jersey. *The Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 3, 199-214. <https://doi.org/10.5304/jafscd.2012.031.011>
- Sznajder, M., Przezborska, L., Scrimgeour, F. (2009) *The concept of agritourism*. CABI Books. CABI International. <https://doi.org/10.1079/9781845934828.0003>.
- Torres, R., Momsen, J. H. (2004). Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives. *Progress in Development Studies*, 4(4), 294–318. <https://doi.org/10.1191/1464993404ps092oa>
- Wessels, W. J., & Tseane-Gumbi, L.A. (2023). Investigating the physical infrastructural aspects as determinants of tourism development in South African cities: a case of Mahikeng. *South African Geographical Journal*, 105:4, 500-515. <https://doi.org/10.1080/03736245.2023.2183891>
- Wicks B. E., Merrett C. D. (2003). Agritourism: An economic opportunity for Illinois. *Rural Research Report* 14(9):1–8.
- Xiao, Y., Luo, D., Yin, K. (2018). Change of farmers' household livelihood strategies based on the coastal rural tourism background. *Journal of Coastal Research*, 83, 225–228. <https://www.jstor.org/stable/26542960>
- Yang, M., Hens, L., Ou, X., Wulf, R. (2009). Tourism: An alternative to development? reconsidering farming, tourism and conservation incentives in Northwest Yunnan. *Mountain Research and Development*, 29(1), 75–81. <http://www.jstor.org/stable/mounresedeve.29.1.75>