

Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development

Autumn 2024, Vol.5, No.3, Serial Number 19, pp 78-103



doi <https://doi.org/10.22077/vssd.2024.6708.1203>

Designing the model of drivers for the development of agricultural tourism with a sustainable development approach (Case of study: Villages of Durood county, Lorestan province)

Fatemeh Parvar¹, Seddigeh Khorshid²

1. Master of Business Management: Entrepreneurship Major, Department of Business Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Qom, Qom, Iran.

2. Associate Professor of System Management, Department of Business Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Qom, Qom, Iran.

*Corresponding author, Email: fatemehparvar@gmail.com

Keywords:

Tourism Management, Agricultural Tourism, Theme Analysis, Fuzzy Dimetal Technique, Quantitative Tourism Modeling, Durood County.

1. Introduction

Reorganizing the structure of the village based on tourism along with the benefit of the local community can prepare the local communities to accept the flow of tourism. The function of tourism management in this field is income distribution, job creation, as well as education for tourists and locals. In this case, tourism farms and rural activities combine the activities of producing agricultural products and tourism activities, and hence it receives mutual attention from agricultural producers and tourists (Da Liang, 2020). In the past years, Lorestan province has attracted a lot of attention from nature lovers and adventure tourists in the field of valley climbing and waterfall climbing, and this is in the situation that many of its tourism capacities are still unknown. On the other hand, the lack of tourism planning can cause a waste of tourism capacities and the local community not benefiting from its income (Ghorbani et al., 2019). The tourist villages of Durood are no exception to this rule. The villages of Durood city are one of the most important tourism capacities of this city, which, along with other tourist attractions of Lorestan province, can play a significant role in the economic dynamics of this region, but this is due to the lack of systematic tourism planning and, on the other hand, the lack of effective economic marketing activities. Rural tourism in Lorestan and Durood City does not have the necessary dynamics. Iran is one of the first ten countries in the world in terms of (cultural and civilizational) tourism attractions, among the first five countries in the world in terms of diversity (natural environment) of tourism, and among the first three countries in the world in terms of the diversity of handicrafts (Amir Chokhi et al., 2018: 492). Meanwhile, the position of Iran and especially Lorestan province in the tourism market is worrying. Despite its historical, cultural, and natural attractions, Lorestan does not have a share in the benefits of the tourism industry, and so far, it has not been able to be on the path of industrialization and growth dynamics following its capacity, which requires comprehensive and detailed planning for the development of tourism (Hakak, Ahmadifard, Habibi, 2019). According to the information and statistics announced by the Iranian Statistics Center, Lorestan province had the highest unemployment rate of 21% in the spring of 2019 compared to other provinces of the country, and this is in the context that the unemployment rate of Lorestan province in the spring of 2018

Received:

23/Aug/2023

Revised:

18/Oct/2023

Accepted:

11/Jan/2024

was 16.9%. Is. Also, the unemployment rate of the population aged 15-24 in rural areas of Lorestan is 16.4% (Iran Statistics Center, 2019). This upward trend can lead to a sharp decrease in the rural population in this province soon when villages are one of the most important tourist attractions of this province. Therefore, the most important goal of the research is to identify and present the model of drivers for the development of agricultural tourism with a sustainable development approach in the villages of Durood county, and the present research seeks to answer the following questions: What are the drivers of agricultural tourism in Drood county? What subsets are each of the drivers identified for agricultural tourism? How are the internal relationships of the drivers of agricultural tourism development? What are the most important drivers of agricultural tourism in Durood county?

2. Methodology

The current research is of a mixed and qualitative-quantitative type, and it is practical in terms of orientation, and based on the purpose of the research, it is of an exploratory type, therefore, it seeks to discover the drivers of agricultural tourism development, and it is single-section in terms of time. Following the research method, the participants as a statistical sample of the research consist of 19 experts in the fields of tourism management, agriculture, and rural development, who were selected by a targeted and Snowball sampling method and according to two quantitative and qualitative parts in two stages in the interview process and they participated in completing the medical report. For data analysis, the thematic analysis technique and DEMATEL technique were used.

3. Findings

Identifying the drivers of agricultural tourism and presenting its model based on DEMATEL calculations is the most important result of this research. The eight driving forces of agricultural tourism in Durood City are intellectual base, economic context, human resources, entrepreneurial competencies, institutional context, tourist attractions, civil welfare facilities, and promotion and development.

4. Discussion and Conclusion

The farms of Durood county with an annual production of nearly seven thousand tons of rice in the whole country are one of the unknown poles of high-quality rice production in Iran, and its farms and the process of harvesting rice alongside the natives are one of the special advantages of agricultural tourism in this city compared to neighboring areas. Durood apricot orchards, as one of the largest apricot production farms in Iran, along with cherry orchards, wheat and rapeseed farms, and accommodation capacity suitable for welcoming tourists, are also among other agricultural tourism landmarks. Identifying the drivers of agricultural tourism to accelerate the development of this branch of tourism is one of the first steps to organizing activities related to this field, which can prevent the waste of time and necessary resources.

How to cite this article:

Parvar, F., & Khorshid, S. (2024) Designing the model of drivers for the development of agricultural tourism with a sustainable development approach (Case of study: Villages of Durood county, Lorestan province). *Village and Space Sustainable Development*, 5(3), 78-103. [10.22077/vssd.2024.6708.1203](https://doi.org/10.22077/vssd.2024.6708.1203)



Copyright: © 2024 by the authors. Licensee Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره پنجم، شماره سوم، پیاپی نوزدهم، پاییز ۱۴۰۳، شماره صفحه ۷۸-۱۰۳

<https://doi.org/10.22077/vssd.2024.6708.1203> doi

ارائه الگوی پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی با رویکرد توسعه پایدار (مورد مطالعه: روستاهای شهرستان دورود استان لرستان)

فاطمه پرور^{۱*}، صدیقه خورشید^۲

۱. کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی- گرایش کارآفرینی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران

۲. دانشیار مدیریت سیستم، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه قم، قم، ایران

* نویسنده مسئول، ایمیل: fatemehparvar65@gmail.com

چکیده:

گردشگری کشاورزی یکی از شاخه‌های گردشگری است که در سال‌های اخیر مورد توجه بوم‌گردها قرار گرفته است و راهبردی جهت دستیابی به توسعه پایدار در مناطق روستایی است. لازمه اتخاذ این راهبرد شناسایی پیشران‌های توسعه گردشگری در بستر روستایی و مزارع می‌باشد. شهرستان دورود با توجه به شرایط اقلیمی خاص خود می‌تواند یکی از مقصدهای مناسب برای توسعه گردشگری روستایی می‌باشد. دستیابی به این جایگاه نیازمند برنامه‌ریزی پایدار است. پژوهش حاضر از نوع آمیخته و کیفی- کمی می‌باشد و از حیث جهت‌گیری کاربردی است و براساس هدف از نوع اکتشافی می‌باشد از اینرو که به دنبال کشف پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی با رویکرد توسعه پایدار در روستاهای شهرستان دورود می‌باشد و از حیث زمانی مقطعی و در بازه زمانی (۱۴۰۱-۱۳۹۹) انجام شده است. متناسب با روش تحقیق پژوهش، خبرگان پژوهش متشکل از ۱۹ نفر از متخصصین حوزه مدیریت گردشگری، کشاورزی و توسعه روستایی می‌باشد که خبرگان پژوهش به روش هدفمند و گلوله برفی انتخاب شده‌اند و متناسب با دو بخش کمی و کیفی در دو مرحله در فرایند مصاحبه و تکمیل پرسش‌نامه مشارکت داشته‌اند. برای تحلیل داده‌ها از تکنیک تحلیل مضمون و تکنیک دیمتل فازی با به‌کارگیری نرم افزارهای متلب استفاده شده است. شناسایی پیشران‌های گردشگری کشاورزی و ارائه مدل کمی آن بر اساس محاسبات دیمتل فازی مهمترین نتیجه پژوهش حاضر است. براساس نتایج به‌دست آمده هشت معیار اصلی: منابع انسانی، شایستگی‌های کارآفرینان، جاذبه‌های محیطی گردشگری، امکانات رفاهی عمرانی محیط بیرونی و داخلی سایت گردشگری، بستر فکری، ترویج و توسعه و زمینه اقتصادی در قالب بیست و سه زیر معیار به‌عنوان پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی شناسایی شده است همچنین نتایج به‌دست آمده از رتبه‌بندی پیشران‌های شناسایی شده براساس رابطه علی (تأثیرگذاری و تأثیرپذیری) بین معیارها با استفاده از تکنیک دیمتل فازی حاکی از این است که بستری فکری تأثیرپذیرترین و تأثیرگذارترین پیشران می‌باشد و منابع انسانی و اقتصادی به ترتیب در رتبه دوم و سوم قرار گرفته‌اند و ترویج و توسعه تأثیرپذیرترین پیشران می‌باشد.

واژگان کلیدی:

مدیریت گردشگری، گردشگری کشاورزی، تحلیل مضمون، تکنیک دیمتل فازی، مدل‌سازی کمی گردشگری، شهرستان دورود.

تاریخ ارسال:

۱۴۰۲/۰۶/۰۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۷/۲۶

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۱۰/۲۱

۱- مقدمه

در دهه‌های اخیر و به دنبال کاهش درآمد و اشتغال در بخش کشاورزی در مناطق روستایی، فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی رو به افول بوده است (کاووسی و همکاران، ۱۴۰۱، ۶۷؛ علیقی زاده فیروز جانی، ۱۳۹۸، ۱۱۱). علی مانند پایین بودن قیمت محصولات کشاورزی، هزینه رو به افزایش ستاده‌های تولید کشاورزی، جهانی سازی و عوامل دیگر منجر به نزول درآمد و کاهش اشتغال در بستر روستا به ویژه بخش کشاورزی گردیده است (عنابستانی و مظفری، ۱۳۹۸، ۱۲۴؛ علیقی زاده فیروز جانی، ۱۳۹۸، ۱۱۱). از اینرو مناطق روستایی به طور فزاینده‌ای به دلیل از دست دادن فرصت‌های اقتصادی و با کاهش قابل توجه جمعیت، که بر اقتصاد محلی تأثیر منفی می‌گذارد، در حال زیان دیدن هستند (کونا^۱ و همکاران، ۲۰۲۰، ۲۱۶؛ قاسمی و کهنوجی، ۱۴۰۰، ۸۰). به همین دلیل بسیاری از خانواده‌های روستایی به دلایل اقتصادی از مناطق روستایی مهاجرت می‌نمایند زیرا برای مقابله با مسائل مطرح شده راهکاری ندارند (محمدی و شهبازی، ۱۳۹۹، ۱۴۲) و فروش اراضی و مهاجرت خصوصاً در مناطق روستایی دور افتاده افزایش چشم‌گیری داشته است (عنابستانی، مظفری، ۱۳۹۷، ۱۲۴).

یکی از مهمترین رویکردهای مطرح شده در طی سالیان گذشته برای توسعه پایدار جوامع روستایی و همچنین ایجاد جریان مهاجرت معکوس^۲ به مناطق روستایی توسعه بوم‌گردی و گردشگری کشاورزی^۳ در نواحی روستایی است که می‌تواند به عنوان فعالیت اقتصادی مکمل باعث بازتوانی اقتصاد روستا شود (الشعیر^۴ و همکاران، ۲۰۲۲، ۲۰۲۲، ۲؛ لیو^۵ و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۷۸؛ زیرنیکا ووتاسک و مالک^۶، ۲۰۲۲، ۱؛ زیبرت و همکاران، ۲۰۲۰، ۱۳۳؛ پاتو و کستنهلز^۷، ۲۰۱۷، ۱؛ اسگروی^۸ و همکاران، ۲۰۱۴، ۴۰۸). همچنین با توجه به مسائل خاص روستاها در ایران توسعه نواحی روستایی نیازمند فعالیت‌های پایدار و رویکردهای جامع می‌باشد (سیر و همکاران، ۱۳۹۷، ۵۰). از منظر اقتصاد روستایی انجام کشاورزی صرف منجر به پایداری مشاغل و محصولات نمی‌شود و به مکمل‌هایی مانند کسب و کارهای چند وجهی براساس فعالیت‌های کشاورزی نیازمند می‌باشد، توسعه فعالیت‌های کشاورزی از طریق رویکردهای آموزشی، گردشگری و تفریحی منجر به افزایش درآمدزایی کشاورزی می‌شود (برون^۹ و همکاران، ۲۰۲۳، ۱؛ حیدری و همکاران، ۱۳۹۹، ۱۱۴). در برخی از مناطق روستایی مزارع گردشگری در کنار اقامتگاه‌های بوم‌گردی تبدیل به مکان مناسبی برای اشتغال جامعه میزبان، فروش محصولات و صنایع‌دستی و همچنین اقامت بوم‌گردها شده‌است که حاکی از آن است که گردشگری می‌تواند فعالیت اقتصادی مکمل مناسبی برای جوامع روستایی باشد (موسی‌زاده^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۳، ۲).

براساس برنامه‌ریزی روستایی، گردشگری کشاورزی با هدف جذب گردشگر در یک مزرعه فعالیت می‌کند و به برداشت از مزارع به حالت متنوع‌تر و جامع‌تری از جمله گشت‌وگذار، برداشت میوه، تجربه کشاورزی، شناخت بیشتر از زندگی کشاورزان، لذت بردن از ویژگی‌های حومه شهر و اقامت برای تجربه شرایط متفاوت از زندگی شهری اشاره دارد (این^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۰، ۶۶). همچنین فرصت‌هایی را برای تولید محصولات با ارزش افزوده و آموزش مصرف‌کنندگان در مورد

¹ Cunha

² Reverse migration

³ Agritourism

⁴ Elshaer

⁵ Liu

⁶ Ziernicka- Wojtaszek, Malec

⁷ Pato, Kastenholz

⁸ Sgroi

⁹ Brune

¹⁰ Mousazadeh

¹¹ Lin



کشاورزی و غذاهای محلی، فصلی و پایدار فراهم می‌کند (تامپسون^۱، ۲۰۲۰، ۱). سازماندهی مجدد ساختار روستا براساس گردشگری در کنار ارتفاع جامعه محلی می‌تواند جوامع محلی را برای پذیرش جریان گردشگری آماده کند. کارکرد مدیریت گردشگری در این زمینه توزیع درآمد، اشتغالزایی و همچنین آموزش به گردشگر و جامع محلی است (محمودی و همکاران، ۱۴۰۱، ۳) در این حالت مزارع گردشگری و فعالیتهای روستایی فعالیتهای تولید محصولات کشاورزی و فعالیتهای گردشگری را با هم ترکیب می‌کند و از این رو مورد توجه متقابل تولیدکنندگان کشاورزی و گردشگران قرار می‌گیرد (دا لیانگ^۲، ۲۰۲۰، ۱۰۷). براساس اطلاعات و آمارهای اعلام شده از سوی مرکز آمار ایران، استان لرستان در بهار سال ۱۳۹۹ با ۲۱ درصد بیشترین نرخ بیکاری را نسبت به سایر استانهای کشور داشته و این در شرایطی است که نرخ بیکاری استان لرستان در بهار سال ۱۳۹۸، ۱۶/۹ درصد بوده است. همچنین نرخ بیکاری جمعیت ۲۴-۱۵ ساله مناطق روستایی لرستان ۱۶/۴ درصد است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹). این سیر صعودی می‌تواند در آینده نزدیک منجر به کاهش شدید جمعیت روستایی در این استان شود در شرایطی که روستاهای یکی از مهمترین جاذبههای گردشگری این استان هستند.

ایران جز ده کشور اول جهان از نظر جاذبههای (فرهنگی و تمدنی) گردشگری و جزو پنج کشور نخست جهان از نظر تنوع (محیط طبیعی) گردشگری و جزو سه کشور نخست جهان از لحاظ تنوع صنایع دستی است (راستای و همکاران، ۱۴۰۰، ۵۸؛ امیر انتخابی و همکاران، ۱۳۹۸، ۴۹۲). این در حالی است که جایگاه کشور ایران و به خصوص استان لرستان در بازار گردشگری نگران کننده است.

استان لرستان در سالیان گذشته مورد توجه بسیاری از طبیعت‌گردان و گردشگران ماجراجو در زمینه دره نوردی و آبشار نوردی قرار گرفته است و این در شرایطی است که هنوز بسیاری از ظرفیتهای گردشگری آن ناشناخته است. از جانب دیگر فقدان برنامه‌ریزی گردشگری می‌تواند باعث هدر رفت ظرفیتهای گردشگری و همچنین عدم ارتفاع جامعه محلی از عایدات آن شود (قربانی و همکاران، ۲۰۱۹، ۵۱). روستاهای گردشگری شهرستان دورود نیز از این قاعده مستثنی نیست. روستاهای شهرستان دورود از مهمترین ظرفیتهای گردشگری این شهرستان است که می‌تواند در کنار سایر جاذبههای گردشگری استان لرستان نقش چشمگیری در پویایی اقتصادی این منطقه داشته باشد اما این در شرایطی است که به دلیل فقدان برنامه ریزی مدون گردشگری و از جانب دیگر نبود فعالیتهای بازاریابی اثربخش اقتصاد گردشگری روستایی در لرستان و شهرستان دورود از پویایی لازم برخوردار نیست. لرستان با وجود جاذبههای تاریخی و فرهنگی و طبیعی، سهم مناسبی از فواید صنعت گردشگری ندارد و تاکنون نتوانسته متناسب با ظرفیت خود در مسیر صنعتی شدن و پویایی اقتصادی قرار بگیرد که دستیابی به این امر مستلزم برنامه‌ریزی جامع و دقیق برای توسعه گردشگری است (حکاک و همکاران، ۱۳۹۹، ۱۸۴). مهمترین هدف پژوهش شناسایی و ارائه الگوی پیشرانهای توسعه گردشگری کشاورزی با رویکرد توسعه پایدار در روستاهای شهرستان دورود است و پژوهش حاضر در پی پاسخ به سؤالهای زیر است: پیشرانهای گردشگری کشاورزی در شهرستان درود شامل چه ابعادی است؟ روابط میان پیشرانهای توسعه گردشگری کشاورزی از حیث تأثیرگذاری و تأثیرپذیری چگونه است؟

۲- بنیان نظریه‌ای

گردشگری کشاورزی گونه‌ای از گردشگری است که به مدیریت منابع کشاورزی، پیوند با طبیعت، زندگی روستایی و پتانسیل‌های کشاورزی مرتبط می‌گردد و به معنای گردشگری کشاورزی می‌باشد (پوتریتامارا^۳ و همکاران، ۲۰۲۰). وقتی

¹ Thompson

² Da Liang

³ Putritamara



ارتباط مستقیمی بین گردشگری و محیط مزرعه وجود داشته باشد، می توان آن را گردشگری مزرعه نامید، گردشگری مبتنی بر مزرعه ترکیبی از یک محیط مزرعه و یک زمینه روستایی است (دا لیانگ و همکاران، ۲۰۲۰). گردشگری کشاورزی صرفاً به معنای حضور در مزرعه نیست بلکه کلیه فعالیت های تفریحی، آموزشی و گردشگری در مناطق روستایی که براساس دامداری، کشاورزی، ماهیگیری، پیاده روی، اسب سواری شکار، صنایع دستی، آداب و رسوم و معماری های سنتی و بومی... انجام می شود را شامل می شود (بایپای^۱ و همکاران، ۲۰۲۳؛ الشعیر و همکاران، ۲۰۲۲؛ آشفته پور لیلا کوهی و همکاران، ۱۳۹۹). گردشگری کشاورزی از اواخر دهه ۱۸۰۰ زمانی که ساکنان شهر برای فرار از زندگی در شهر شروع به بازدید از جوامع روستایی کردند رشد کرد و در دهه ۱۹۲۰، بازدید از مزارع به دلیل افزایش استفاده از اتومبیل بیشتر در دسترس قرار گرفت و در دوران رکود بزرگ و جنگ جهانی دوم به دلیل هزینه نسبتاً کم آن محبوب شد، تفریحات خارج از منزل در مزرعه مانند فعالیت های سوار کاری و باغ وحش های حیوانات اهلی در دهه ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ رواج پیدا کرد (بویز^۲ و همکاران، ۲۰۱۷). ماهیت چند وجهی گردشگری و پیوندهای آن با بخش های مختلف، به ویژه کشاورزی، تجارت و زیرساخت ها برای توسعه مناطق روستایی امیدوارکننده است، گردشگری روستایی از طریق ایجاد اشتغال و درآمد اضافی برای کشاورزان و جوامع کوچک به ویژه در مناطق حاشیه ای، ایجاد فرصت های کارآفرینی برای شرکت های کوچک و متوسط روستایی محلی به عنصری جدایی ناپذیر از اقتصادهای روستایی تبدیل شده است (خرتیشویلی^۳ و همکاران، ۲۰۱۹). گردشگری کشاورزی از دیدگاه کمک به حفاظت از چشم اندازهای روستایی و عناصر فرهنگی، ادغام تجارت گردشگری در مناطق روستایی و ایجاد همبستگی مناسب بین موارد فوق از جنبه های اصلی پایداری است و با توسعه خدمات میزبانی و سرمایه گذاری های شخصی و محلی، گردشگری کشاورزی یک راه حل پایدار برای مناطق و سکونتگاه های روستایی است (پوپسکو^۴ و همکاران، ۲۰۲۳؛ ادامو^۵ و همکاران، ۲۰۲۰). گردشگری کشاورزی را می توان فعالیتی دانست که مولفه های اقتصادی، اجتماعی و محیطی پایداری را به هم مرتبط می کند (فنی و رومانولی^۶، ۲۰۲۰). گاهی اوقات گردشگری روستایی با گردشگری مزرعه یکی تلقی می شود و این در حالی است که در واقع گردشگری روستایی یک اصطلاح گسترده تر از گردشگری مزرعه است و شامل سایر انواع گردشگری در مناطق روستایی نیز می شود. گردشگری روستایی فقط محل اقامت در مزرعه نیست و گردشگری مزرعه بخشی جدایی ناپذیر از گردشگری روستایی است (پوسکا^۷ و همکاران، ۲۰۲۱).

کارآفرینی به عنوان مکانیسم مهمی برای ترویج رشد و توسعه مناطق و کشورها شناخته شده است (گالواتو^۸ و همکاران، ۲۰۲۰، ۳۱۵) رشد کارآفرینی در یک کشور یکی از شاخص های رفاه ملت است (دهواتو^۹ و همکاران، ۲۰۲۰، ۷۰۶). کارآفرینی در نظریه های اقتصادی مدرن به عنوان ابزار اصلی برای تولید که از طریق آن توسعه اقتصادی پایدار به دست می آید درک می شود، اگر چه این دیدگاه اغلب به سمت منطقه شهری هدایت می شود، اما کارآفرینی نیز به عنوان یک موتور قوی برای توسعه پایدار روستایی دیده می شود، کارآفرینی روستایی به عنوان کارآفرینی در سطح روستا تعریف شده است که می تواند در زمینه های مختلف مانند صنعت، کسب و کار و کشاورزی انجام شود، کارآفرینی در حومه شهر مترادف با صنعتی شدن مناطق روستایی است این می تواند به عنوان تلاش برای مدیریت ریسک مناسب برای امکانات و همچنین بسیج منابع انسانی، مواد اولیه و منابع مالی برای اجرای طرح های اقتصادی در منطقه روستایی مورد استفاده قرار

¹ Baipai

² Boys

³ Kartishvili

⁴ Popescu

⁵ Adamov

⁶ Fanelli, Romagnoli

⁷ Popescu

⁸ Galvão

⁹ Dhewanto

گیرد. مطالعات دیگر نیز آن را به عنوان فعالیت‌های کارآفرینی مبتنی بر اقتصادی محلی تعریف می‌کنند. کارآفرینی روستایی ترکیبی جدیدی از منابع را بر اساس محل یا منطقه محلی ایجاد می‌کند و ارزش آن را برای کارآفرینان و منطقه محلی نشان می‌دهد بنابراین هدف از کارآفرینی روستایی، تقویت شور و شوق جوانان و جوامع روستایی است تا بتواند پتانسیل را در منطقه خود (پتانسیل محلی) از طریق کارآفرینی بررسی کنند، کارآفرینی روستایی یکی از مهمترین راه‌حل‌های توسعه پایدار روستایی است (کور دیس-کوجاوسکا و سومولسکا-رزچولا^۱، ۲۰۲۰، ۲۴۸-۲۴۷).

کارآفرینی روستایی به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری، خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و غیر کشاورزی و گردشگری است (دهوانتو و همکاران، ۲۰۲، ۷۰۷)، بنابراین تمرکز بر موضوع توسعه روستایی از طریق به‌کارگیری عوامل موجود در بستر روستا مانند نیروی کار روستایی، آداب و رسوم، مناظر طبیعی، عناصر فرهنگی کشاورزی و عشایری که تاکنون به عنوان منابع محسوب نشده‌اند، می‌تواند جریان‌های مثبت اقتصاد منطقه‌ای به خصوص کارآفرینی کشاورزی در روستاها را فعال کند (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۹). کارآفرینی روستایی به عنوان نیروی محرک و رشد توسعه اقتصادی (دهوانتو و همکاران، ۲۰۲۰، ۷۰۶؛ فوران تو^۲، ۲۰۱۴، ۳۹۰؛ کور دیس-کوجاوسکا و سومولسکا-رزچولا^۳، ۲۰۲۰، ۲۴۷) عامل ایجاد اشتغال، رفاه و نوآوری است، از اینرو نقش کارآفرینی در ایجاد فعالیت‌های اقتصادی جدید در مناطق روستایی بسیار مهم است (دهوانتو و همکاران، ۲۰۲۰، ۷۰۶)، حمایت از مشاغل و کسب و کارهای محلی که به رشد منابع پایدار مشاغل و درآمد محلی کمک می‌کنند، به‌طور جدی به عنوان وسیله‌ای برای توسعه و بهبود اقتصادهای محلی، جدی گرفته می‌شود (فوران تو، ۲۰۱۴)، گردشگری روستایی یکی از منابع کارآفرینی محسوب می‌شود (اکبری سامانی و همکاران، ۱۳۹۸).

توسعه روستاها نسبت به گذشته، پیوند گسترده‌تری با مفهوم کارآفرینی یافته‌است (یزدانی و همکاران، ۱۳۹۹). برای تسریع توسعه اقتصادی در منطقه روستایی هر کشوری نیاز به افزایش عرضه کارآفرینان و سیاست‌های کارآفرینی دارد (گالوئو و همکاران، ۲۰۲۰، ۳۱۵). سیاست‌های توسعه روستایی در اروپا به‌طور جدی بر کارآفرینی تأکید می‌کند تا بتواند پتانسیل اقتصادی خود را از سرزمین‌های روستایی بسیج کند (کور دیس-کوجاوسکا و سومولسکا-رزچولا^۳، ۲۰۲۰، ۲۴۷). به عنوان مثال فرانسه، با استفاده از قطب‌های رقابتی روستایی تازه راه اندازی شده، نمونه‌ای از سیستم عامل‌های حکومتی نوآورانه‌ای را که در همکاری‌های قوی دولتی و خصوصی برای شناسایی و بهره‌برداری از مزایای رقابتی محلی در بیش از ۳۰۰ جوامع روستایی فرانسه بود ارائه داد، در مورد ایالات متحده آمریکا چندین استراتژی و برنامه حمایت از کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک ظهور کرده‌اند، در مالزی وزارت توسعه منطقه‌ای و روستایی، آموزش و مشاوره را برای کسب و کار در سرزمین‌های روستایی فراهم کرده‌است (گالوئو و همکاران، ۲۰۲۰، ۳۱۵). گردشگری روستایی با رویکردهای گردشگری پایدار ارتباط تنگاتنگی دارد (خرتیشویلی و همکاران، ۲۰۱۹، ۱) و یک نمونه معمول از گردشگری پایدار می‌باشد، موضوعات اصلی گردشگری پایدار مشکلات زیست‌محیطی و ظرفیت مقصد است (جو^۳ و همکاران، ۲۰۲۰، ۲). گردشگری به عنوان یکی از موتورهای توسعه جهانی، منجر به تأثیراتی می‌شود که می‌تواند به سه دسته اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی فرهنگی طبقه‌بندی شود این تأثیرات مثبت (ایجاد شغل، افزایش کیفیت زندگی ساکنان محلی، بهبود تصویر عمومی از مقصد، حفاظت از میراث فرهنگی و...) یا منفی (ازدحام بیش از حد، اختلال در شیوه زندگی محلی، آسیب‌های زیست‌محیطی، استفاده بیش از حد از منابع و...) باشد (لکوویچ^۴، ۲۰۲۰، ۱). سیاست‌هایی که گردشگری پایدار

¹ Kurdys-Kujawska and Sompolska-Rzechula

² Fortunato

³ Joo

⁴ Leković



را ترویج می‌کنند ممکن است به نوبه خود اشتغال جدید ایجاد کنند (گریلی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱، ۱؛ مارتینز^۲ و همکاران، ۲۰۱۹، ۱۶۵) و به کاهش نابرابری‌ها کمک کنند، از اینرو پایداری در گردشگری الگویی است که آینده این بخش را مشخص می‌کند و در شیوه‌های مختلفی مانند اکوتوریسم، گردشگری مبتنی بر طبیعت، گردشگری فرهنگی، گردشگری اجتماعی و گردشگری روستایی منعکس می‌شود (گریلی و همکاران، ۲۰۲۱، ۱). با افزایش سرعت در بحران تنوع زیستی، بیش از یک میلیون گونه گیاهی در معرض انقراض قرار دارند، یک مطالعه اخیر منتشر شده در زمینه تغییرات آب و هوایی طبیعت نشان می‌دهد که گردشگری ۰.۸٪ از کل گازهای گلخانه‌ای (GHG) را از طریق حمل و نقل و مصرف مواد غذایی ایجاد کرده است و در واقع گردشگری عمیقاً در این چالش‌های زیست‌محیطی نقش دارد (جمال و هایم^۳، ۲۰۲۰، ۱۴۴). گردشگری پدیده‌ای پیچیده است و تعاملی موقت بین مهمانان و میزبان است که از ترکیب ذینفعانی که به‌طور کامل یا تقریباً مستقیم یا غیرمستقیم درگیر فعالیتهای گردشگری هستند ساخته شده است (و ان در زی و وانسته^۴، ۲۰۱۵، ۴۷).

همکاری میان عوامل مختلف برای ایجاد تحولات اجتماعی که امکان تحقق توسعه پایدار را فراهم می‌کند بسیار مهم و اساسی است، هر مکان یا مقصد گردشگری دارای شرایط متفاوت است و یک مدل متناسب برای تحقق گردشگری پایدار برای همه امکان گردشگری وجود ندارد و در هر استراتژی توسعه گردشگری پایدار باید ویژگی‌های خاص مکان مقصد را در نظر بگیرد و ذی‌نفعان آن را نیز شامل شود آنها باید در فرایندهایی که آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهند مشارکت کنند (رینالدی^۵، ۲۰۲۰، ۱). جهت افزایش کیفیت جایگاه گردشگری پایدار، باید دیدگاه‌های اصلی پایداری مورد توجه قرار گیرد: بهداشت و اقتصاد، رفاه ذهنی روانی مردم محلی، حفظ طبیعت بکر، حفاظت از منابع فرهنگ سالم و بهینه‌سازی رضایت (چو و همکاران، ۲۰۲۰، ۲).

۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

منطق مورد مطالعه شهرستان دورود می‌باشد و با مساحت ۱۳۲۶ کیلومتر مربع ۷/۴ درصد خاک استان لرستان را تشکیل می‌دهد. این شهرستان در محدوده طول جغرافیایی ۴۸ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۱۹ دقیقه و عرض جغرافیایی ۳۳ درجه و ۱۶ دقیقه تا ۳۳ درجه و ۴۴ دقیقه قرار دارد (شکل ۱). گستردگی دورود در دو منطقه دشتی و کوهستانی اختلاف ارتفاع بین ۱۲۳۲ متر و ۳۵۵۹ شریط اقلیمی و اکوسیستمی مناسبی را برای برنامه ریزی توسعه طبیعت‌گردی در منطقه ایجاد کرده است. متناسب با شرایط اقلیمی منطقه و همچنین بارندگی مناسب این شهرستان از روستاهای معرفی نشده‌ی تشکیل شده است که هر کدام از آنها اکنون قطب تولید محصولات کشاورزی هستند. مزارع و باغات گسترده کزرا، برنج، جو، گندم، زردآلو و بادام‌زمینی، ذرت و... با وجود فقدان صنایع تبدیلی می‌تواند یکی از جذابیت‌های گردشگری استان لرستان و شهرستان دورود باشد. به طوری که در کنار سایر توان‌های گردشگری استان لرستان گردشگری کشاورزی در صورت برنامه‌ریزی مناسب گردشگری در آینده یکی از محورهای توسعه گردشگری استان لرستان خواهد بود. در شکل شماره یک موقعیت مکانی شهرستان دورود نشان داده شده است و در شکل شماره یک برخی از ظرفیت‌های ذکر شده ارائه شده است.

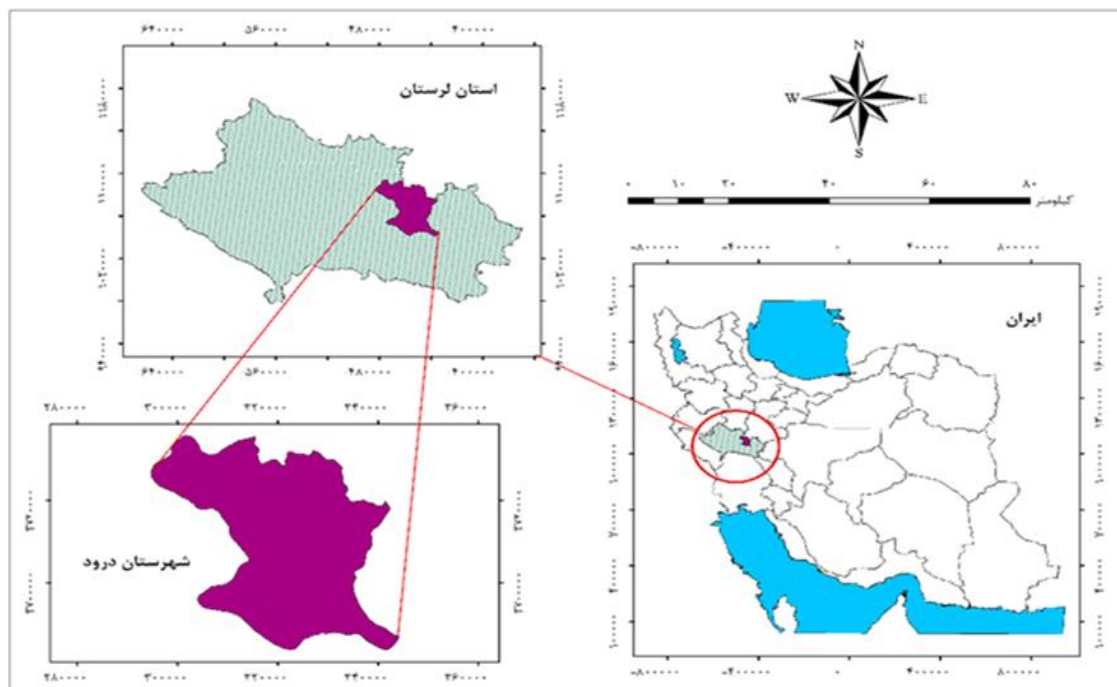
¹ Grilli

² Martínez

³ Jamal, Higham

⁴ der Zee, Vanneste

⁵ Rinaldi



شکل ۱- موقعیت مکانی شهرستان دورود

پژوهش حاضر از نوع آمیخته (کیفی - کمی) می‌باشد. همچنین از حیث جهت‌گیری کاربردی است و براساس هدف پژوهش از نوع اکتشافی می‌باشد. از اینرو که به‌دنبال شناسایی پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی است و از حیث زمانی تک مقطعی است. مشارکت کنندگان در پژوهش حاضر به‌عنوان نمونه آماری متشکل از ۱۹ نفر از خبرگان حوزه مدیریت گردشگری و توسعه‌ی روستایی از قبیل پژوهشگران گردشگری و توسعه روستایی، اساتید هیئت علمی دانشگاه‌ها، مسئولین سازمان جهاد کشاورزی و سازمان میراث‌فرهنگی صنایع‌دستی و گردشگری می‌باشند که به‌روش هدفمند و گلوله برفی انتخاب‌شده‌اند. در بخش کیفی پژوهش جهت گردآوری داده از مصاحبه نیمه ساختارنیافته استفاده شده‌است. بدین نحو که هر مصاحبه با یک سؤال کلی آغاز شده‌است و براساس روند مصاحبه سؤال و پاسخ ادامه داشته است. معیار تعیین حجم مشارکت کنندگان رسیدن به نقطه اشباع بوده است، بدین نحو که تا رسیدن به نقطه اشباع نظری مصاحبه‌ها انجام‌شده‌اند و در مصاحبه شماره ۱۲ داده‌ها به اشباع رسیده‌اند و جهت اطمینان از رسیدن به نقطه اشباع ۱۴ مصاحبه انجام شده‌است. اطلاعات کامل اعضا در فایل پیوست مقاله ارائه شده‌است. در روش پژوهش کیفی پژوهشگر می‌بایست در داده‌های به‌دست آمده غوطه‌ور شود. بدین معنا که داده‌ها را به‌طور دقیق مطالعه کند و حتی چندین مرتبه مورد بازخوانی قرار دهد تا بتواند با الگوهای اولیه در داده‌ها آشنا شود (جعفری نیا و همکاران، ۱۳۹۹، ۳۸؛ غلامپور و همکاران، ۱۳۹۸، ۱۱۳). در پژوهش حاضر، پژوهشگران در همان گام نخست و در خلال مصاحبه ضمن ضبط مصاحبه‌ها نکات مهم را یادداشت و این مقدمه‌آشنایی با داده‌ها حین مصاحبه می‌باشد. بعد از اینکه هر مصاحبه چه به‌شکل حضوری و تلفنی ضبط گردیده، بلافاصله توسط محقق مربوطه پیاده‌سازی و نگارش گردیده‌است و بررسی‌شده‌اند و به‌طور مکرر توسط محقق خوانده‌شده‌اند تا آشنایی کامل با داده‌ها حاصل گردد. سرانجام برای تحلیل داده‌های کیفی از روش تحلیل مضمون^۱ و در بخش کمی از تکنیک دیمتل فازی^۲ در فضای نرم‌افزار متلب^۳ استفاده شده‌است. به‌منظور اجرای تکنیک

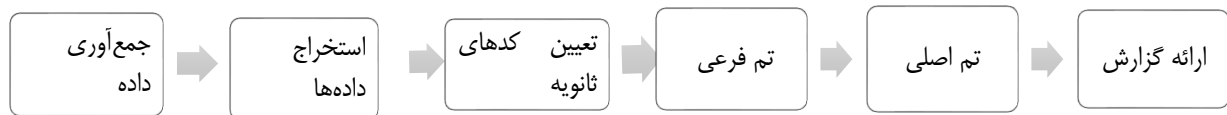
^۱ Thematic analysis

^۲ DEMATEL

^۳ MATLAB programming software

دیمتل فازی ابتدا پرسش نامه میان خبرگان توزیع گردیده است و سپس نتایج مقایسات زوج صورت گرفته بین عوامل از نظر اثرگذاری و اثرپذیری پیشران ها بر یکدیگر جمع آوری شده است.

جهت شناسایی پیشران های توسعه گردشگری کشاورزی از تحلیل مضمون استفاده شده است، تحلیل مضمون روشی برای شناسایی، تحلیل و گزارش الگوها (موضوعات) درون داده هاست، تحلیل مضمون مجموعه داده های گردآوری شده پژوهش را با جزئیات غنی و مفید سازماندهی و توصیف می کند، از آنجایی که تحلیل مضمون یک تحلیل کیفی است، هیچ پاسخ محکم و سریع برای این سؤال وجود ندارد که چه نسبتی از مجموعه داده های به دست آمده باید نمایش داده شود، یعنی تمامی داده ها بدون در نظر گرفتن فراوانی آنها باید مورد توجه قرار گیرند در واقع یک مضمون لزوماً به معیارهای قابل سنجش بستگی ندارد و هر چیزی که در رابطه با سؤال کلی تحقیق باشد در تجزیه و تحلیل داده ها و در فرآیند تحلیل مضمون مهم است (کلارک و براون^۱، ۲۰۰۶، ۸۲-۸۱). در پژوهش حاضر از تحلیل مضمون به روش کلارک و براون (۲۰۰۶) استفاده شده است که مراحل آن در شکل ۲ ارائه شده است:



شکل ۲- مراحل تکنیک تحلیل مضمون به روش کلارک و براون

منبع: با اقتباس از کلارک و براون، ۲۰۰۶، ۸۷

برای سنجش روایی پژوهش در بخش کیفی از روش نظرخواهی از خبرگان استفاده شده است. بدین صورت که مضمون های اصلی در قالب پرسش نامه به ۵ تن از مصاحبه شوندگان و خبرگان پژوهش ارائه شده است و از آنها خواسته شده تا نظر خود را در مورد مضمون های اصلی شناسایی شده بیان کنند و در نتیجه مضمون های اصلی توسط خبرگان تأیید گردیده اند که دال بر اعتبار و روایی یافته های پژوهش می باشد و همچنین تمامی کدهای اولیه پس از کدگذاری هر مصاحبه و رسیدن به مضمون های اصلی چندین بار توسط پژوهشگر مورد بازبینی قرار گرفته اند لازم به ذکر است از آنجا که رویکرد تحلیل مضمون به طور ماهوی یک فرآیند رفت و برگشتی است داده ها دارای اعتبار می باشند. برای سنجش پایایی پژوهش در بخش کیفی از روش ضریب هولستی^۲ استفاده شده است که این ضریب براساس درصد توافقات مشاهده شده محاسبه می شود. جهت ارزیابی پایایی پژوهش به روش ضریب هولستی این گونه عمل شده است که از یک تحلیلگر که جزئی از پنل خبرگان پژوهش بود^۳ خواسته شد کدهای اولیه و ثانویه را مجدد از کل مصاحبه ها استخراج نمایند که کدهای ثانویه استخراج شده توسط ایشان ۹۲ کد می باشد و تعداد کدهای ثانویه از کل مصاحبه توسط پژوهشگران ۱۰۹ کد می باشد. لذا ۸۰ کد میان خبره و پژوهشگران مشترک می باشد. سپس براساس روش ضریب هولستی درصد پایایی به دست آمده ۰/۷۹ می باشد از آنجا که درصد به دست آمده بیشتر از ۶۰٪ است می توان نتیجه گرفت که پژوهش از حیث پایایی قابل اعتماد می باشد. در بخش کمی پژوهش داده های پژوهش از طریق پرسشنامه های تکنیک های تصمیم گیری چند شاخصه جمع آوری گردیده است که این تکنیک ها از اعتبار لازم برخوردارند و علاوه بر این جهت اعتبار داده ها خبرگان این بخش از پژوهش نیز اکثراً خبرگان بخش کیفی می باشند که شاخص های پژوهش توسط مصاحبه با آنها شناسایی شده است و مورد تأیید آنها قرار گرفته است.

^۱ Clark and Braun

^۲ Holsti's method of intercoder reliability $_{PAO} = 2M^2 / (N1+N2)$

^۳ - دکتر مهدی بهاروند (واحد معاونت وزارتخانه میراث فرهنگی و رئیس اتاق توسعه گردشگری وزارتخانه، مسئول تدوین دستورالعمل گردشگری کشاورزی ایران).

۴- یافته‌ها و تحلیل داده

الف: شناسایی کدهای اولیه: در این مرحله از فرایند تحلیل کدهای باز و اولیه شناسایی می‌گردند (براون و کلارک، ۲۰۰۶: ۸۷). بعد از انجام هر مصاحبه بلافاصله عبارات و مفاهیم معنای باز و مضامین پنهان استخراج شده‌اند و کدگذاری اولیه انجام شده‌است. بعد از تعیین عبارات توصیفی، کدهای اولیه تعیین گردیده‌است به نحوی که در هر مصاحبه کدهای تکراری هر مصاحبه حذف می‌گردند تا کدهای اولیه تعیین شود. در نهایت از کل چهارده مصاحبه انجام شده ۳۶۰ کد اولیه استخراج شده‌است. نتایج استخراج برخی از کدهای اولیه از مصاحبه‌ها به‌عنوان مثال در جدول ۱ ارائه شده‌است.

جدول ۱- نمونه کدهای اولیه استخراج شده از مصاحبه‌ها

کدهای اولیه	متن مصاحبه‌ها
همکاری بین سازمان‌ها	مصاحبه شماره یک: به نظر من همه متولیان مانند سازمان میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری، سازمان جهاد کشاورزی، سازمان محیط زیست، باید بخواهند وارد گردشگری شوند.
کشاورزان پیشرو	مصاحبه شماره یک: در بین کشاورزان این منطقه ما کشاورزان پیشرو داریم که استقبال خواهند کرد.
چشم‌انداز طبیعی	مصاحبه شماره سه: روی منابع طبیعی و روستاهای بکر و زیبا می‌توان به‌عنوان عامل مهم برای پیشبرد گردشگری کشاورزی حساب کرد.
اقامتگاه بوم گردی در مزرعه	مصاحبه شماره شش: براساس ورود گردشگر به مناطق روستایی و مزارع وجود بوم گردی است که باعث توسعه گردشگری می‌شود.
مشارکت گردشگر در فعالیت‌های مزرعه	مصاحبه شماره شش: وقتی گردشگری وارد منطقه گردشگری می‌شود به دنبال پر کردن وقت خودش در طول روز است و در روستاها برخی به کشاورزی و دامداری مشغول هستند و هر منطقه هم براساس شرایط آنجا به کاری مشغول است مثلاً در یک منطقه بز نگهداری می‌شود در منطقه دیگر دام سنگین و گردشگر علاقه دارند در این فرآیندها شرکت کند.
فروش محصولات به گردشگر	مصاحبه شماره هفت: یکی از دلایل اینکه یک گردشگر به مزارع گردشگری می‌رود شاید فقط خرید محصولات کشاورزی باشد.
آگاهی دادن به بومیان	مصاحبه شماره هفت: اولین بحثی که ما داشتیم آگاهی سازی بومیان بود وقتی آگاهی شکل بگیرد قطعاً جامعه محلی رغبت پیدا خواهد کرد ما باید برا بومیان تعریف کنیم و آنها رو آگاه کنیم وقتی گردشگری به منطقه شما میاید برای شما توسعه به ارمغان می‌آورد.
انجام فعالیت‌های متنوع در مزرعه	مصاحبه شماره ده: ارائه خدمات و فعالیت‌های متنوع در مجتمع گردشگری
خاص و متفاوت بودن مزرعه	مصاحبه شماره یازده: یکسری محصولات خاص باید وجود داشته باشه، یسری فعالیت‌های خاص حتماً باید وجود داشته باشه که در واقع باعث شود که منطقه یا روستاهای شهرستان دورود نسبت به سایر مناطق یک تفاوتی در آنها احساس شود اگر در منطقه هم همان محصولاتی کاشته شود که در سایر مناطق کشور هم کاشت می‌شود و به‌طور معمولی این کار انجام شود و با توجه به گستردگی این محصولات خوب خیلی گردشگر رغبتی ندارد.

ب. جستجو برای شکل گیری مضامین (کدگذاری ثانویه - گزینشی):

این مرحله شامل ترکیب کدها در قالب‌های بالقوه، جمع‌آوری تمام داده‌های مربوط به هر موضوع بالقوه است (کلارک و براون، ۲۰۰۶: ۸۷). به بیان ساده‌تر دسته‌بندی کدهای گوناگون در قالب کدهای ثانویه که پژوهشگر در نظر دارد چگونه کدهای گوناگون را برای ایجاد یک تم کلی می‌توانند ترکیب نماید (غلامپور و همکاران، ۱۳۹۸، ۳۸). در پژوهش حاضر و در این لایه از تحلیل، پژوهشگران تمام کدهای هم‌معنا که فراوانی آنها ۳۶۰ است ادغام کرده و در نهایت ۱۰۹ کد ثانویه (گزینشی) استخراج شده‌است که در جدول شماره ۲ ارائه شده‌است. بعد از استخراج کدهای ثانویه از مصاحبه‌های انجام شده، مضامین فرعی و مضامین اصلی استخراج شدند که در جدول ۳ گزارش می‌شود.

جدول ۲- کدهای ثانویه و نحوه شکل گیری مضامین فرعی و مضامین اصلی

ردیف	کدهای گزینشی	تم فرعی	تم اصلی
۱	وجود مشاور جهت راهنمایی کارآفرینان تا پایان پروژه	نیروی سازمانی	منابع انسانی
۲	داشتن نیروی سازمانی ماهر جهت آموزش		
۳	وجود کشاورزان متحول و پیشرو در مناطق روستایی	نیروی انسانی	منابع انسانی
۴	استفاده از افراد موفق به عنوان الگو		
۵	عوامل اجرایی مزارع		
۶	وجود افراد پیشگام		
۷	داشتن استراتژی مدیریتی		
۸	مدیریت و شایستگی شخص متولی		
۹	استفاده از اساتید شاخه‌های مختلف گردشگری	دانش و مهارت، ویژگی شخصی کارآفرین	شایستگی‌های کارآفرینانه
۱۰	برنامه ریزی منسجم و بلندمدت برای ارائه خدمات و محصولات در مزرعه		
۱۱	تدوین قوانین و دستورالعمل برای اقامت و مشارکت گردشگر در مزرعه توسط میزبان		
۱۲	هماهنگی بین عرضه و تقاضا		
۱۳	به‌روزرسانی کردن خدمات مزرعه توسط میزبان		
۱۴	داشتن توانایی ارتباط و روابط عمومی قوی میزبان با گردشگر		
۱۵	ریسک‌پذیری		
۱۶	شناسایی فرصت‌ها		
۱۷	تحصیلات کشاورزان		
۱۸	تلفیق و ترکیب دانش نسل جدید با تجربه بومیان		
۱۹	سرمایه‌گذاری بلندمدت		
۲۰	فعالیت خلاقانه افراد	خلاقیت	
۲۱	چشم اندازه‌ای طبیعی (کوه، آبشار، جنگل و...)	جاذبه‌های طبیعی	
۲۲	شرایط آب و هوایی مناسب		
۲۳	اقلیم مناسب- خاک حاصلخیز		
۲۴	برگزاری منظم و هدفمند جشنواره‌ها و همایش‌های بومی محلی توسط اداره جهاد کشاورزی و اداره میراث‌فرهنگی	برگزاری رویدادها	
۲۵	برپایی بازارهای محلی در شهرستان دورود		
۲۶	ایجاد نمایشگاه‌های دائمی از ساده‌ترین ابزارآلات و تجهیزات سنتی کشاورزی دامپروری و صنایع‌دستی		
۲۷	برگزاری نمایشگاه‌های صنایع‌دستی		
۲۸	مولفه‌های فرهنگ بومی مانند زبان، مذهب، لباس، معماری و...	جاذبه‌های گردشگری	
۲۹	مهمان‌نوازی مردم بومی		
۳۰	آداب و رسوم سنتی و محلی		
۳۱	وجود مراسمات سنتی مانند عزا، عروسی و شعرخوانی سنتی		
۳۲	فرهنگ بومی غنی و بکر		
۳۳	صنایع‌دستی منطقه		
۳۴	جاذبه‌های تاریخی مانند ابنیه‌های تاریخی روستایی		
۳۵	عرضه محصولات متنوع و با کیفیت در مزرعه		
۳۶	تنوع در فعالیت‌های مزرعه (پرورش زنبور، گوسفند، شتر مرغ)	ساختار مزرعه	
۳۷	کشت گیاهان دارویی در مزرعه		
۳۸	عرضه گل سنان‌های زینتی در مزرعه		
۳۹	نمایش دادن آداب و رسوم دست‌نخورده روستایی در مزرعه		

ردیف	کدهای گزینشی	تم فرعی	تم اصلی
۴۰	نمایش دادن روش های زندگی روزمره روستایی و کار کشاورزی از طریق ابزار سنتی و دستی		
۴۱	نمایش فرآیند تولید صنایع دستی بومی در مزرعه		
۴۲	امکان خرید محصولات مزرعه توسط گردشگر		
۴۳	نمایش لباس و پوشش محلی		
۴۴	امکان عرضه و مصرف غذاها و محصولات محلی توسط گردشگر		
۴۵	تولید و عرضه محصولات ارگانیک در مزرعه		
۴۶	فرآوری محصولات تولیدی در مزرعه		
۴۷	بسته بندی محصولات تولیدی در مزرعه		
۴۸	آموزش فعالیت های مزرعه به گردشگر		
۴۹	برگزاری جشنواره ها و همایش ها و کارگاه ها در مزرعه		
۵۰	انجام بازی ها و سرگرمی های بومی محلی در مزرعه		
۵۱	ایجاد اقامتگاه های بوم گردی در مزرعه		
۵۲	اسکان مناسب، پارکینگ		
۵۳	تأمین امنیت	امکانات اولیه رفاهی	
۵۴	آب آشامیدنی سالم	بهداشتی	امکانات رفاهی
۵۵	بهداشت و درمانگاه		عمرانی
۵۶	دسترسی به مخابرات و اینترنت		
۵۷	وجود امکاناتی مانند جاده و راه دسترسی، حمل و نقل، برق و گاز...	امکانات اولیه عمرانی	
۵۸	اطلاع رسانی به گروه هدف حوزه گردشگری		
۵۹	اطلاع رسانی به کشاورزان		
۶۰	اشتراک گذاری فواید گردشگری کشاورزی		
۶۱	آگاهی دادن به کشاورزان	آگاهی و اطلاع رسانی	
۶۲	آگاهی دادن به سرمایه گذار		
۶۳	آگاهی دادن به بومیان محلی		
۶۴	آگاهی دادن به گردشگر		بستر فکری
۶۵	آموزش نحوه معرفی بوم منطقه به نیروی اجرایی مزرعه		
۶۶	آموزش نحوه معرفی فرهنگ منطقه به نیروی اجرایی مزرعه		
۶۷	آموزش جامعه محلی	آموزش	
۶۸	توانمندسازی نیروی انسانی بخش کشاورزی		
۶۹	توسعه آموزشگاه های گردشگری		
۷۰	نیاز به فرهنگ سازی گردشگری کشاورزی	فرهنگ سازی	
۷۱	تبلیغ مزرعه گردشگری در دفاتر خدمات مسافرتی و راهنمایان گردشگری در سطح ملی		
۷۲	تبلیغ در رسانه های عمومی و صدا و سیما استان		
۷۳	تبلیغات دهان به دهان گردشگران		
۷۴	آگاهی دادن از طریق رسانه های جمعی و مجازی مانند اینستا و...	بازاریابی و تبلیغات	
۷۵	ساخت مستندهای گردشگری کشاورزی		ترویج و توسعه
۷۶	بازاریابی داخلی		
۷۷	بازاریابی خارجی		
۷۸	بازاریابی و معرفی پتانسیل ها		
۷۹	خلق تجربه خوشایند برای گردشگر	رضایت گردشگر	
۸۰	عرضه اطلاعات صادقانه در بازاریابی		

ردیف	کدهای گزینشی	تم فرعی	تم اصلی
۸۱	کسب رضایت گردشگر در مزرعه		
۸۲	برندسازی محصولات کشاورزی	برندسازی	
۸۳	برندسازی مزرعه گردشگری		
۸۴	توسعه گردشگری پایدار	گردشگری پایدار	
۸۵	شرایط مالی بومیان	شرایط مالی	
۸۶	تمکن مالی کشاورزی		
۸۷	تزییق تسهیلات بانکی و مالی و اعتبارات توسط دولت به روستاییان		زمینه اقتصادی
۸۸	اعطای تسهیلات کم بهره توسط سازمان میراث فرهنگی	حمایت مالی سازمانها	
۸۹	حمایت بنیاد برکت با اعطای		
۹۰	تأمین مالی توسط سازمان جهاد کشاورزی		
۹۱	هماهنگی و همکاری بین بخشی و فرا سازمانی سازمان های ذیصلاح در قالب برنامه مدون (سازمان جهاد کشاورزی، میراث فرهنگی، وزارت کار و رفاه، سازمان محیط زیست و...)	هماهنگی فرا سازمانی	
۹۲	تدوین سند راهبردی توسط وزارتخانه های مرتبط (دستورالعمل گردشگری کشاورزی ۱۳۹۹)		
۹۳	مشارکت و سرمایه گذاری بخش خصوصی	مشارکت بخش خصوصی	
۹۴	مشارکت زنان		
۹۵	اقدام خودجوش مردم به فعالیت های گردشگری در روستاها		
۹۶	مشارکت سمن ها و نهادهای بومی محلی مانند شوراهای دهیاری ها بخشداری فرمانداری	مشارکت جامعه محلی	
۹۷	مشارکت بومیان محلی در قالب تشکیل تعاونی های روستایی		
۹۸	استقبال کشاورزان از ایده های نو		
۹۹	آگاهی و تبلیغات توسط فعالان بومی محلی گردشگری مانند بخشداری ها و فرمانداری ها، دهیاری ها و شوراها		زمینه نهادی
۱۰۰	پیشگامی دولت و داشتن برنامه		
۱۰۱	داشتن ایده از طرف دولت		
۱۰۲	احداث شهرک های گلخانه ای در سطح استان با هدف گردشگری		
۱۰۳	به روز رسانی و انعطاف ساختار اداری و بروکراسی سازمان های دولتی در اعطای مجوز		
۱۰۴	حمایت دولت در تأمین امنیت گردشگران روستایی	مشارکت نهادهای دولتی	
۱۰۵	فراهم آوردن امکانات اولیه توسط دولت		
۱۰۶	اطلاع رسانی توسط سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری		
۱۰۷	اجرای پایلوت گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی توسط دولت		
۱۰۸	تسهیل گری سازمان جهاد کشاورزی در اعطای مجوز اقامت و گردشگری به مزارع		
۱۰۹	برگزاری کارگاه های آموزشی توسط سازمان جهاد کشاورزی		



جدول ۳- مضامین فرعی و مضامین اصلی

مضامین فرعی	مضامین فرعی
منابع انسانی	نیروی سازمانی
	نیروی انسانی
شایستگی‌های کارآفرینان	دانش و مهارت (ویژگی شخصی کارآفرین)
	خلاقیت
جاذبه‌های محیطی مزرعه	جاذبه‌های طبیعی (پیرامون مزرعه)
	برگزاری رویدادها
	جاذبه‌های فرهنگی تاریخی (پیرامون مزرعه)
	ساختار مزرعه
امکانات رفاهی عمرانی محیط درونی و بیرون بسایت	امکانات اولیه رفاهی بهداشتی
گردشگری	امکانات اولیه عمرانی
بستر فکری	آگاهی و اطلاع‌رسانی
	آموزش
	فرهنگ‌سازی
ترویج و توسعه	بازاریابی و تبلیغات
	رضایت گردشگر
	برندسازی
	گردشگری پایدار
زمینه اقتصادی	شرایط مالی
	حمایت مالی سازمان‌ها
زمینه نهادی	هماهنگی فرا سازمانی
	مشارکت بخش خصوصی
	مشارکت جامعه محلی

ماهیت و هدف تکنیک دیمتال فازی بررسی رابطه بین معیارها از جهت تأثیرپذیری و تأثیرگذاری و تعیین مهمترین عامل می‌باشد. گام‌های تکنیک دیمتال فازی عبارتند از: گام ۱: تشکیل ماتریس ارتباط مستقیم فازی گام ۲: نرمال کردن ماتریس ارتباط مستقیم فازی گام ۳: محاسبه ماتریس فازی ارتباط کامل گام ۴: فازی‌زدایی مقادیر ماتریس ارتباط کامل گام ۵: محاسبات حد آستانه گام ۶: خروجی نهایی و ایجاد نمودار علی گام ۷: گزارش نتیجه.

کدهای اختصاص یافته به پیشران‌ها عبارتند از امکانات رفاهی عمرانی C1، بستر فکری C2، توسعه و ترویج C3، جاذبه‌های محیطی مزرعه C4، زمینه اقتصادی C5، زمینه نهادی C6، شایستگی‌های کارآفرینان C7، منابع انسانی C8. داده‌های جمع آوری شده در بخش کمی با استفاده از نرم‌افزار متلب و اکسل مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است و نتایج نخستین گام در تحلیل دیمتال فازی در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴- ماتریس ارتباطات مستقیم

	C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	
C1	, /۵۲۱	, /۵۶۳	, /۶۲۵	, /۶۰۴	, /۶۲۵	, /۷۷۱	, /۳۵۴	, /۰۰۰	
	, /۳۱۳	, /۳۱۳	, /۳۹۶	, /۳۷۵	, /۳۷۵	, /۵۲۱	, /۱۸۸	, /۰۰۰	
	(/۱۴۶	(/۱۲۵	(/۲۰۸	(/۱۸۸	(/۲۰۸	(/۲۹۲	(/۰۸۳	(/۰۰۰	
C2	, /۸۵۴	, /۷۹۲	, /۶۸۸	, /۶۲۵	, /۶۸۸	, /۹۱۷	... / ۰۰۰	, /۵۶۳	
	, /۶۰۴	, /۵۴۲	, /۴۳۸	, /۳۷۵	, /۴۵۸	, /۶۶۷	(/۰۰۰, /	, /۳۳۳	
	(/۳۷۵	(/۲۹۲	(/۲۰۸	(/۱۶۷	(/۲۵۰	(/۴۱۷	(/۰۰۰	(/۱۴۶	
C3	, /۷۰۸	, /۷۹۲	, /۶۲۵	, /۷۰۸	, /۷۵۰	, /۰۰۰	, /۶۴۶	, /۵۶۳	
	, /۴۵۸	, /۵۴۲	, /۳۷۵	, /۴۵۸	, /۵۲۱	, /۰۰۰	, /۳۹۶	, /۳۱۳	
	(/۲۵۰	(/۳۱۳	(/۱۴۶	(/۲۲۹	(/۲۹۲	(/۰۰۰	(/۲۰۸	(/۱۲۵	
C4	, /۵۸۳	, /۶۴۶	, /۶۸۸	, /۶۶۷	, /۰۰۰	, /۷۵۰	, /۵۸۳	, /۶۸۸	
	, /۳۳۳	, /۳۹۶	, /۴۳۸	, /۴۱۷	, /۰۰۰	, /۵۰۰	, /۳۳۳	, /۴۷۹	
	(/۱۲۵	(/۱۶۷	(/۱۸۸	(/۲۰۸	(/۰۰۰	(/۲۷۱	(/۱۴۶	(/۲۷۱	
C5	, /۶۶۷	, /۶۴۶	, /۶۲۵	, /۰۰۰	, /۷۹۲	, /۸۱۳	, /۵۸۳	, /۷۷۱	
	, /۴۱۷	, /۳۹۶	, /۳۷۵	, /۰۰۰	, /۵۴۲	, /۵۶۳	, /۳۳۳	, /۵۲۱	
	(/۱۶۷	(/۱۴۶	(/۱۶۷	(/۰۰۰	(/۲۹۲	(/۳۳۳	(/۱۲۵	(/۲۹۲	
C6	, /۶۴۶	, /۵۰۰	, /۰۰۰	, /۶۸۸	, /۵۲۱	, /۷۹۲	, /۶۴۶	, /۶۲۵	
	, /۳۹۶	, /۲۷۱	, /۰۰۰	, /۴۳۸	, /۲۷۱	, /۵۴۲	, /۳۹۶	, /۳۹۶	
	(/۱۸۸	(/۰۸۳	(/۰۰۰	(/۱۸۸	(/۱۰۴	(/۲۹۲	(/۲۰۸	(/۲۰۸	
C7	, /۶۶۷	, /۰۰۰	, /۵۶۳	, /۶۶۷	, /۷۲۹	, /۸۹۶	, /۷۰۸	, /۶۴۶	
	, /۴۱۷	, /۰۰۰	, /۳۳۳	, /۴۱۷	, /۴۷۹	, /۶۴۶	, /۴۵۸	, /۳۹۶	
	(/۱۸۸	(/۰۰۰	(/۱۴۶	(/۱۶۷	(/۲۲۹	(/۳۹۶	(/۲۲۹	(/۱۶۷	
C8	, /۰۰۰	, /۶۸۸	, /۶۸۸	, /۵۸۳	, /۶۸۸	, /۸۳۳	, /۸۳۳	, /۶۴۶	
	, /۰۰۰	, /۴۳۸	, /۴۳۸	, /۳۳۳	, /۴۳۸	, /۵۸۳	, /۵۸۳	, /۳۹۶	
	(/۰۰۰	(/۲۲۹	(/۲۰۸	(/۱۲۵	(/۲۰۸	(/۳۳۳	(/۳۵۴	(/۱۸۸	

تمام مقادیر ماتریس ارتباط کامل قطعی شده که کمتر از میانگین ماتریس ارتباط کامل باشند، با استفاده از رابطه زیر شناسایی و صفر می‌شوند، به عبارت دیگر آن رابطه علی در نظر گرفته نمی‌شود. مقدار آستانه (TS) در این تحقیق برابر ۰/۲۰۴ است.

$$TS = \frac{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m V_{ij}}{m \times n} \quad U_{ij} = \begin{cases} V_{ij} & V_{ij} \geq TS \\ 0 & \text{Others} \end{cases}$$



جدول ۵- ارتباط کامل با حذف مقادیر کمتر از حد آستانه

C8	C7	C6	C5	C4	C3	C2	C1	
.	۰/۲۳۶	.	.	C1
۰/۲۴۸	۰/۲۳۸	۰/۲۱۷	۰/۲۱۱	۰/۲۳۲	۰/۲۹۵	.	.	C2
۰/۲۱۷	۰/۲۲۸	.	۰/۲۱۲	۰/۲۳	.	.	.	C3
.	۰/۲۵۲	.	۰/۲۰۸	C4
۰/۲۱۲	۰/۲۰۹	.	.	۰/۲۳۵	۰/۲۷	.	۰/۲۲۱	C5
.	۰/۲۵۱	.	.	C6
۰/۲۱۴	.	.	۰/۲۰۸	۰/۲۲۷	۰/۲۸۲	۰/۲۰۹	۰/۲۰۴	C7
.	۰/۲۱۹	۰/۲۱۲	.	۰/۲۲۳	۰/۲۲۷	۰/۲۲۹	۰/۲۰۶	C8

هدف از این گام به دست آوردن مجموع سطرها و ستون‌های ماتریس T است. مجموع سطرها (D) و ستون‌ها (R)

$$R = \sum_{i=1}^n \tilde{T}_{ij} \quad D = \sum_{j=1}^n T_{ij} .$$

با توجه به فرمول‌های زیر محاسبه می‌گردد.

سپس با توجه به D و R ، مقادیر $D+R$ و $D-R$ محاسبه می‌شود که به ترتیب نشان دهنده میزان تعامل و قدرت

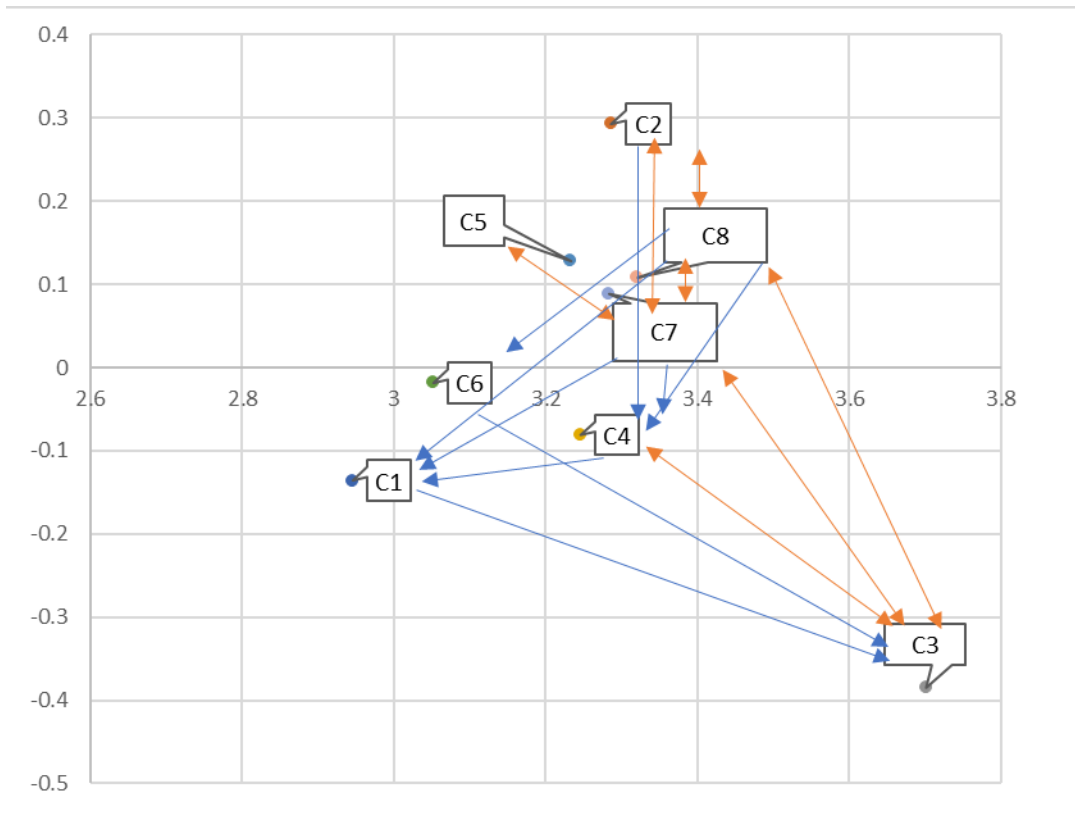
تأثیرگذاری عوامل هستند.

جدول ۶- نتایج نهایی

D-R	D+R	D	R	
-۰/۱۳۶	۲/۹۴۵	۱/۴۰۴	۱/۵۴۱	C1
۰/۲۹۳	۳/۲۸۷	۱/۷۹	۱/۴۹۷	C2
-۰/۳۸۴	۳/۷۰۱	۱/۶۵۹	۲/۰۴۳	C3
-۰/۰۸۱	۳/۲۴۵	۱/۵۸۲	۱/۶۶۳	C4
۰/۱۲۸	۳/۳۲۳	۱/۶۸	۱/۵۵۲	C5
-۰/۰۱۸	۳/۰۵۲	۱/۵۱۷	۱/۵۳۵	C6
۰/۰۸۹	۳/۲۸۳	۱/۶۸۶	۱/۵۹۷	C7
۰/۱۰۹	۳/۳۲	۱/۷۱۵	۱/۶۰۵	C8

براساس محاسبات دیمتل فازی نمودار روابط علی پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی در قالب نمودار ۱

ترسیم شده‌است:



شکل ۳- نمودار مدل کمی روابط علی پیشران های توسعه گردشگری کشاورزی در شهرستان دورود

با توجه به نمودار ۱ هر عامل از چهار جنبه بررسی می شود:

الف) میزان تأثیرگذاری متغیرها: جمع عناصر هر سطر (D).

ب) میزان تأثیرپذیری متغیرها: جمع عناصر ستون (R).

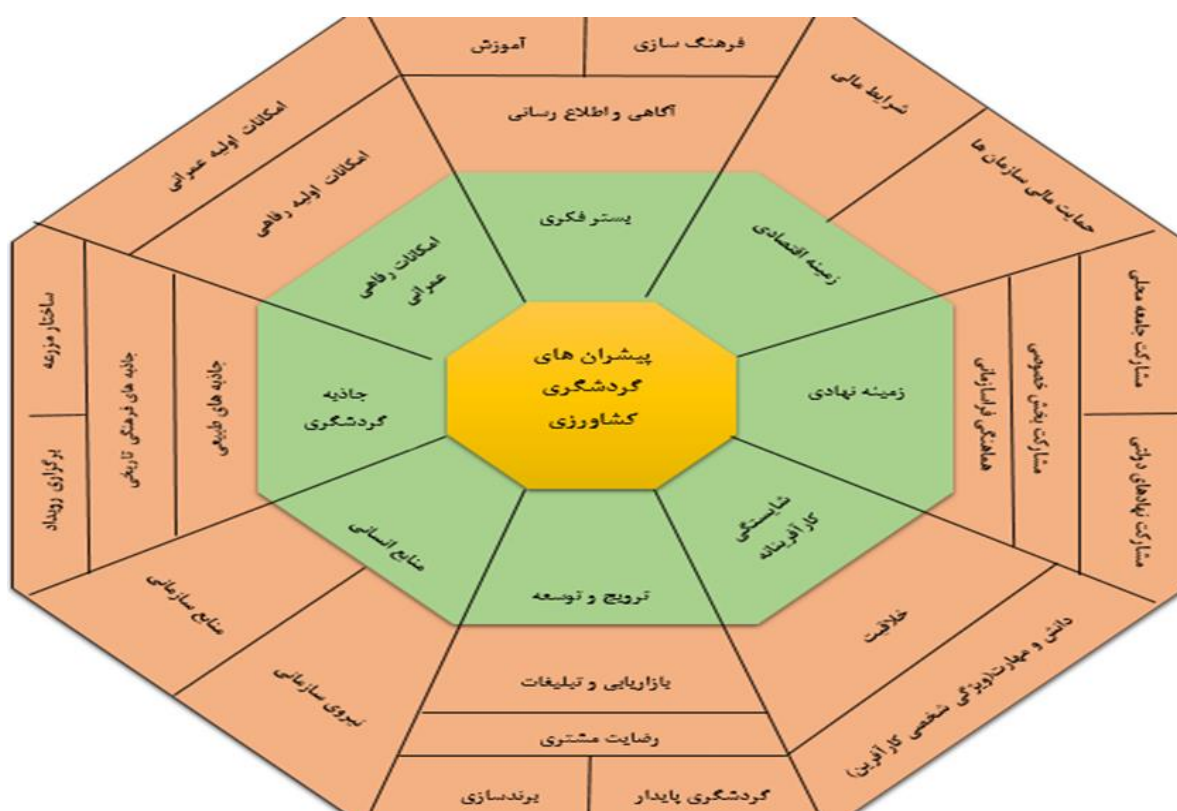
ج) بردار افقی (D + R) میزان تأثیر و تأثر عامل مورد نظر در سیستم را نشان می دهد و هرچه مقدار D + R عاملی بیشتر باشد، آن عامل تعامل بیشتری با سایر عوامل سیستم دارد.

د) بردار عمودی (D - R) قدرت تأثیرگذاری هر عامل را نشان می دهد.

لازم به ذکر است در نمودار ۱ فلش های آبی و تک پیکانه به معنای تأثیرپذیری عاملی است که نوک پیکان به آن ختم شده است و عامل مقصد عامل تأثیرگذار است. فلش های نارنجی رنگ و دو پیکانه به معنای رابطه متقابل تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل است. بنابراین و بر اساس نتایج به دست آمده از (نمودار ۱) بستر فکری با ضریب معادل ۰/۲۹۳ در بالاترین نقطه مدل قرار گرفته است و از این منظر می توان این عامل را دارای ترکیب اثرگذاری و اثرپذیری بالایی دانست، زیرا مجموع اثرگذاری و اثرپذیری آن بسیار بالاست و خالص اثرگذاری آن نیز با ضریب ۱۰/۷۹ نسبتاً مطلوب است. در دومین و سومین جایگاه می توان به زمینه اقتصادی با ضریب ۰/۱۲۸ و منابع انسانی با ضریب ۰/۱۰۹ اشاره نمود که در مدل جایگاه نسبتاً نزدیکی دارند و هر دو دارای شبکه اثرگذاری قوی و خالص اثرگذاری نسبتاً مطلوبی هستند. اثرگذارترین عامل از نظر خالص نفوذ (تأثیرپذیرترین) عامل ترویج و توسعه با ضریب ۲/۰۴۳ است که تأثیرپذیری بسیار بالایی دارد ولی با ضریب معادل ۱۰/۶۵۹ اثرگذاری متوسطی دارد و تقریباً از مدل جدا شده است. بنابراین بستر فکری تأثیرگذارترین پیشران و ترویج و توسعه تأثیرپذیرترین پیشران پژوهش می باشند.

۵- بحث و فرجام

به دلیل نبود بازار مناسب و صنایع بسته بندی در استان لرستان مرغوب‌ترین تولیدات زراعی، باغی و دامی این شهرستان با قیمت‌های نازل خریداری شده و در دیگر شهرهای کشور بسته‌بندی و به بازار فروش عرضه می‌شود و عایدات چندانی از عرصه کشاورزی نصیب کشاورزان نمی‌شود. از جانب دیگر توسعه کنترل نشده گردشگری در این شهرستان می‌تواند آثار مخربی به همراه داشته باشد. این در شرایطی است که استان لرستان و خصوصاً شهرستان دورود به علت مسائلی مانند مهاجرت جوانان و فروش زمین‌های کشاورزی نیازمند فرصت‌های پایدار شغلی و اقتصادی در منطقه است. بنابراین گردشگری کشاورزی می‌تواند یکی از مهمترین فرصت‌های اقتصادی پایدار با توجه به ظرفیت‌های مناسب این شهرستان باشد شناسایی پیشران‌های گردشگری کشاورزی در جهت تسریع ترقی این شاخه از گردشگری یکی از گام‌های اولیه برای سازماندهی فعالیت‌های مرتبط با این حوزه است که می‌تواند باعث جلوگیری از هدر رفت زمان و منابع لازم شود.



شکل ۴- الگوی پیشران‌های توسعه گردشگری کشاورزی با رویکرد توسعه پایدار

مطابق با نتایج حاصل از مطالعه ادبیات پژوهش، راه‌اندازی و توسعه سایت‌های گردشگری کشاورزی در هر منطقه‌ای (مورد مطالعه) وابسته به ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی، اقتصادی هر منطقه، مشارکت یا عدم مشارکت جامعه محلی، شرایط و وضعیت سازمان‌های ذی‌صلاح هر شهر یا استان و عوامل فردی کارآفرینان حوزه گردشگری... است و از سوی دیگر هر منطقه دارای شرایطی متفاوت است. بنابراین پیشران‌های موجود در پیشینه پژوهش از اعتبار کافی برای تعمیم دادن نتایج سایر پژوهش‌ها به سایر مناطق برخوردار نیستند، از این رو پژوهش حاضر براساس یک‌روند هدفمند و میدانی انجام شده است و در راستای پاسخ به سؤال اول پژوهش و در نتیجه تحلیل داده‌های کیفی جمع‌آوری شده از مصاحبه با خبرگان پژوهش به‌وسیله تکنیک تحلیل مضمون مطابق شکل ۳ هشت پیشران به‌عنوان پیشران‌های اصلی

پژوهش شناسایی شد که هر پیشران شامل تعدادی زیر مجموعه است که در الگوی نهایی مشخص است. هشت پیشران گردشگری کشاورزی شهرستان دورود عبارتند از بستر فکری، زمینه اقتصادی، منابع انسانی، شایستگی‌های کارآفرینانه، زمینه نهادی، جاذبه‌های محیطی مزرعه گردشگری، امکانات رفاهی عمرانی و ترویج و توسعه.

بدیهی است که قبل از اقدام به هر نوع کارآفرینی روستایی و به‌ویژه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی باید از طریق اطلاع‌رسانی، آگاهی و آموزش جامعه محلی و افراد مستعد از جهت پذیرش آن نوع از فعالیت کارآفرینی، از نظر فکری و ذهنی آمادگی لازم را داشته‌باشند که به این اقدامات با هدف دستیابی به این آمادگی و زمینه ذهنی و فکری، فراهم کردن بستر فکری گفته می‌شود. نتایج پژوهش حاضر هم‌راستا با پژوهش این^۱ و همکاران (۲۰۲۲)، حاکی از این است که آمادگی و تمایل جامعه محلی قدم اول در توسعه گردشگری کشاورزی است. آنچه در این خصوص اهمیت دارد ایجاد بستر فکری لازم و آگاهی در بین بومیان در خصوص اثرات مثبت گردشگری بر روستا است.

ترویج و توسعه در گردشگری کشاورزی می‌تواند شامل هرگونه اقدامات و برنامه‌ریزی کوتاه مدت و بلند مدت، خارج و داخل محیط مزرعه که با هدف شناخت و جایگاه یابی مزرعه، بهبود کیفیت مزرعه، توسعه و گسترش مزرعه در میان مشتریان بالفعل و بالقوه بازار هدف و بازار رقابتی انجام شود. بازار یابی، تبلیغات، برندسازی گردشگری، فرهنگ‌سازی، دستیابی به گردشگری پایدار و جلب رضایت گردشگران. مجموعه این اقدامات در مدیریت گردشگری روستایی باعث ترویج و توسعه گردشگری کشاورزی می‌شود.

چن و دیابو^۲ (۲۰۲۲)، معتقد هستند که توسعه و برنامه‌ریزی گردشگری روستایی براساس ساختار روستا و مزرعه نه تنها باعث کاهش اثرات منفی گردشگری می‌شود، بلکه از ارکان اساسی توسعه پایدار است. در گردشگری کشاورزی به‌عنوان یکی از زیر مجموعه‌های مهم گردشگری روستایی هر عامل اقتصادی که گرایش کارآفرینان بومی و غیر بومی به فعالیت گردشگری کشاورزی را تحت تأثیر قرار دهد، می‌تواند در زیر مجموعه زمینه اقتصادی دسته‌بندی شود. از جمله این عوامل می‌توان به تمکن مالی کشاورز و شرایط مالی بومیان اشاره کرد. جهانگیری و همکاران (۲۰۲۲)، چنین استدلال می‌کنند که گردشگری کشاورزی در مناطق کم‌برخوردار و معرفی نشده می‌تواند پیکربندی اقتصادی منطقه را به بهترین شکل سازماندهی مجدد کند و باعث دلگرمی جامعه محلی و احیای کسب و کارها شود. در توسعه گردشگری کشاورزی هرگونه مشارکت، حمایت، سرمایه‌گذاری و هماهنگی بین تمام سازمان‌ها و نهادهای دولتی و مردم‌نهاد، بومی و بخش خصوصی در قالب برنامه مدون و هدفمند که منجر به ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی می‌گردد زمینه نهادی گفته می‌شود. در این خصوص قربانی و همکاران (۲۰۲۱)، چنین استدلال می‌کنند که دولت باید توجه ویژه‌ای به کارآفرینی گردشگری و توسعه گردشگری پایدار در مناطق روستایی دور افتاده و کمتر شناخت شده داشته‌باشد. زیرا اولین تأثیر دلسردی بومیان از شرایط نابسامان اقتصادی و اشتغال روستا مهاجر فرستی به کلان‌شهرها است که خصوصاً در کلان‌شهرها می‌تواند باعث پدیده بزرگسری شهری^۳ و گسترش شهر نشینی بی‌رویه شود که خود یکی از خصایص عقب‌ماندگی از فرایند توسعه است و با ایجاد فضاهای بی‌دفاع شهری رابطه مستقیم دارد. منابع انسانی در مدیریت گردشگری روستایی اساس توسعه شناخته می‌شود. کلیه افراد، کارشناسان، مشاوران و مدیران سازمان‌های دولتی ذیربط و نیروی انسانی محلی مستعد در جامعه محلی که زمینه‌ساز ایجاد، توسعه و پیشرفت روند گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی باشد به‌عنوان منابع انسانی تعریف می‌شوند. مربی جویباری و همکاران (۲۰۲۳)، از منابع انسانی و تعامل بین آن به‌عنوان یکی از مهمترین

¹ Lin

² Chen& Diao

³ Urban macrocephaly

نیروهای پیشران گردشگری در جوامع کمتر توسعه یافته یاد می‌کنند. دخیل کردن نیروی انسانی و نخبه روستایی در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری روستایی در سطح حداقلی باعث دلگرمی جوانان روستایی است.

در چرخه مدیریت گردشگری موفقیت یک فعالیت کارآفرینی حین و بعد از تأسیس آن به عواملی چون مهارت و دانش علمی و عمومی مانند سطح تحصیلات، مهارت‌های ارتباطات بین فردی و روابط عمومی، قدرت مدیریت و برنامه‌ریزی، شرایط مالی، ویژگی‌های فردی چون خلاقیت و ریسک‌پذیری، هوش و شناسایی فرصت و قدرت مالی شخص کارآفرین بستگی دارد که در علم کارآفرینی به آن شایستگی‌های کارآفرینانه^۱ گفته می‌شود. در این خصوص موسی زاده و همکاران (۲۰۲۳)، تأکید می‌کنند که جوامع محلی و روستایی با تأکید بر گردشگری مزرعه در قیاس با جوامع شهری از توان بیشتری در خصوص کارآفرینی گردشگری برخوردار هستند. این پروژه‌ها به هزینه کرد کمتری نیاز دارند و زود بازده‌تر هستند. در گردشگری روستایی و زیر مجموعه‌های آن مانند گردشگری کشاورزی عناصر شکل‌دهنده یک پدیده به‌عنوان جاذبه گردشگری بسیار گسترده هستند و می‌تواند شامل عوامل طبیعی، فرهنگی-تاریخی، بازی‌ها و همایش‌های بومی محلی، فعالیت‌ها و جاذبه‌های موجود در مزرعه که منجر به جذب هر چه بهتر و بیشتر گردشگر به مزارع گردشگری می‌شود باشد اکنون بسیاری از گردشگران مزرعه مایلند در فعالیت‌های کشاورزی مانند برداشت محصول هم پای بومیان مشارکت داشته‌باشند.

سوء^۲ و همکاران (۲۰۱۹)، با اشاره به تعاملات گسترده‌ای که بین بوم گرد و جامعه محلی حین فعالیت‌های کشاورزی شکل می‌گیرد از آن به‌عنوان تجربه احساسی مشترک یاد می‌کنند. در گردشگری کشاورزی امکانات رفاهی و عمرانی همان محل معمول زندگی بومیان است که توسط آنها برای بومگردها سازماندهی شده‌است. این عامل می‌تواند برای گردشگرانی که در زندگی پست مدرن خواهان دوری از هیاهوی زندگی شهری هستند یک جاذبه باشد (قربانی و همکاران، ۲۰۲۱).

در پایان، در نمودار ۱ و شکل ۳، وایب درونی پیشران‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهند که هدف از بررسی روابط درونی در تکنیک دیمتل تعیین مهمترین عامل براساس تعاملات است و پیشرانی که بیشترین تعامل را با سایر عوامل از حیث تأثیرپذیری دارد می‌بایست در کانون توجه برنامه‌ریزان گردشگری و ذی‌نفعان قرار گیرد. از این حیث که تأثیرپذیرترین پیشران تحت تأثیر تغییرات سایر پیشران‌ها می‌باشد و هرگونه تغییر و چالش در سایر عوامل منجر به تغییر و چالش در عامل تأثیرپذیر می‌شود. براساس نتایج به‌دست آمده در این مطالعه، مهمترین پیشرانی که در توسعه گردشگری کشاورزی براساس روابط علی درونی می‌بایست در اولویت توجه قرار داده شود ترویج و توسعه است زیرا معلول سایر پیشران‌هاست و در صورت بروز چالش و یا تغییر پیشران‌های اثرگذار با تغییرات مواجه می‌شود و همین حالت عکس نیز صادق است. از اینرو به کارآفرینان حوزه گردشگری کشاورزی و مدیران سازمان‌های ذینفع پیشنهاد می‌شود جهت تقویت پیشران ترویج و توسعه راهکارهای پیشنهادی ارائه شده را مورد توجه قرار دهند: ۱. تدوین استراتژی‌های بازاریابی خلاقانه و نوآورانه؛ به‌طور مثال استفاده از روش‌های بازاریابی پارتیزانی و گوریلا مارکتینگ، انجام استراتژی‌های بازاریابی در سطحی کلان‌تر یعنی انجام فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی برای مشتریان هدف خارج از شهرستان دورود و حتی خارج استان لرستان و کشور، استفاده از منابع انسانی خلاق و باانگیزه در واحدهای بازاریابی خود و همچنین ارائه اطلاعات صحیح و مطابق با واقع به گردشگران بالفعل و بالقوه را در دستور کار خود قرار دهند. ۲. خلق تجربه‌ای رضایت‌بخش و متفاوت برای گردشگران از طریق ارائه خدمات متنوع و تجربه‌پذیر را جز اهداف اصلی خود قرار دهند. به‌طور مثال شهرستان دورود دارای مراسمات آینی و سنتی

¹ Entrepreneurial competencies

² Su

همچون مراسم شال آویز کردن از پشت‌بام‌های همسایه در شب چله، چهل سرو خوانی^۱ و فال چهل سرو در شب چله و نوروز می‌باشد که ارائه و اجرای این مراسمات در سایت‌های گردشگری کشاورزی و حضور گردشگران در اجرای این مراسمات می‌تواند تجربه‌ای خاص و متنوع را برای گردشگران به ارمغان آورد. ۳. برگزاری جلسات دوره‌ای میان سازمان‌های جهاد کشاورزی و سازمان میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی با حضور کارآفرینان و بررسی وضعیت سایت‌های گردشگری کشاورزی و ارائه گزارش با محوریت اقدامات انجام شده جهت توسعه سایت‌ها، معرفی امکانات موجود، معرفی ظرفیت‌های موجود جهت به اشتراک گذاری اطلاع‌رسانی در رسانه‌ها.

۶- منابع

- اکبری سامانی، ناهید، بدری، سید علی، رضوانی، محمد رضا، سامانی، محمد. (۱۳۹۸). ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان تهران). *پژوهش‌های روستایی*. (۳) ۱۱. ۵۷۵-۵۵۶.
- امیر انتخابی، شهرام، ویسی، رضا، سبب‌کار، مژگان، محمودی‌نیا، سعید. (۱۳۹۸). تعیین اولویت‌های گردشگری و سرمایه‌گذاری در مناطق نمونه گردشگری روستایی شمال غرب استان گیلان. *مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه‌های انسانی*. (۲) ۸. ۵۰۷-۴۹۱
http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_667897.html
- آشفته پور لیلا کوهی، سپیده، قریشی میناباد، محمدباسط، مطیعی لنگرودی، سید حسن، آمار حاجی شیرکیا، تیمور. (۱۳۹۹). تحلیل فضایی عرصه‌های روستایی مستعد گردشگری کشاورزی مورد: شهرستان رودسر. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*. (۳۱) ۹. ۶۶-۴۱.
- جعفری‌نیا، سعید، حسن‌پور، وکیلی، یوسف، کیوان فر، جواد. (۱۳۹۹). ارائه الگوی جبران خدمات استراتژیک مدیران ارشد سازمان تأمین اجتماعی رویکرد تحلیل تم. *مدیریت سازمان‌های دولتی*. (۴) ۸. ۱۲۴-۱۰۵. <https://doi.org/10.30473/ipom.2020.53579.4118>
- حیدری، عمران، ثمری، داوود، موسی خانی، مرتضی، بیش می، بهار. (۱۳۹۸). چالش‌های بین‌المللی سازی کسب و کارهای گردشگری کشاورزی در ایران. *گردشگری و توسعه*. ۱۳۰-۱۱۳، (۲) ۹. 10.22034/JTD.2019.200282.1814
- راستای، عبدالقادر، هادیانی، زهره، & طیب‌نیا، سیده‌ادی. (۱۴۰۰). تحلیل اثرات گردشگری بر جامعه میزبان نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای تمین در شهرستان میرجاوه). *روستا و توسعه پایدار فضا*. (۲) ۴. ۵۷-۷۸. DOI: 10.22077/VSSD.2022.4770.1042
- سیر، رضا، احمدیان، محمد علی، جعفری، حمید، علیزاده، کنایون. (۱۳۹۷). نقش گردشگری در درآمدزایی مناطق روستایی با ارائه یک مدل راهبردی در توسعه گردشگری روستاها (مطالعه موردی شهرستان فیروزکوه). *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*. (۲) ۱۰. ۷۷-۴۹
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.66972251.1397.10.2.15.5>
- علیقلی‌زاده فیروز جانی، ناصر. (۱۳۹۸). اثرات توسعه گردشگری روستایی بر بخش کشاورزی (مطالعه موردی: روستاهای جلگه‌ای دهستان میان‌بند شهرستان نور). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*. (۳۰) ۸. ۱۲۴-۱۱۱
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.15729.2998>
- عناستانی، علی‌اکبر، مظفری، زهرا. (۱۳۹۷). تبیین عوامل مؤثر بر گرایش روستاییان به گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی: روستاهای نمونه گردشگری دهستان فضل شهرستان نیشابور). *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*. (۲۴) ۷. ۱۴۵-۱۲۳.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1827>
- غلامپور، اسدالله، نعامی، عبدالله، مشبکی اصفهانی، اصغر. (۱۳۹۸). ارائه الگوی بازاریابی مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی در صنعت محصولات غذایی و نوشیدنی‌های ارگانیک ایران با بهره‌گیری از روش تحلیل تم. *تحقیقات اقتصاد کشاورزی*. (۴۴) ۱۱. ۵۸-۳۱
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20086407.1398.11.44.2.3>
- قاسمی، مریم، کهنوجی، فاطمه. (۱۴۰۰). سطح توسعه کارآفرینی کشاورزی در بین کارآفرینان خرد و نقش عوامل فردی مؤثر بر آن در مناطق روستایی شهرستان مشهد. *روستا و توسعه پایدار فضا*. (۲) ۴. ۷۹-۱۰۰. doi: 10.22077/vssd.2022.4785.1043

^۱ مجموعه تک بیت های زبان لکی که به ثبت ملی رسیده است.

کاوسی، الهه، قربانی پارام، محمد رضا، میانه‌رو، محمد رضا، رجب‌بیگی، هدی، زارعی، امین. (۱۴۰۱). بررسی وضعیت گردشگری روستایی در دوره کووید-۱۹ و اثرات آن (مورد: روستاهای گردشگری شهرستان شیراز). *روستا و توسعه پایدار فضا*, ۳(۴), ۶۵-۸۱. doi: 10.22077/vssd.2022.5378.1113

مرکز آمار ایران، ۱۳۹۹، نرخ بیکاری به تفکیک استان‌ها. <https://amar.org.ir/Portals/0/News/1399/bikari%20bahar99-2.pdf>

یزدانی، رقیه، خیراندیش، مسعود، محمدی خیار، محسن، امینی، هادی. (۱۳۹۹). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی کشاورزی (مورد مطالعه: استان خراسان شمالی). *راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی*, ۷(۱۳), ۶۳-۷۷. <http://jea.sanru.ac.ir/article-1-217-fa.html>

References

- Adamov, T., Ciolac, R., Iancu, T., Brad, I., Peț, E., Popescu, G., & Șmuleac, L. (2020). Sustainability of agritourism activity. Initiatives and challenges in Romanian mountain rural regions. *Sustainability*, 12(6), 1-23. <https://doi.org/10.3390/su12062502>
- Akbari Samani, N., Badri, S. A., Rizvani, M. R., & Samani, M. (2018). Evaluation of rural tourism entrepreneurship ecosystem (case study: Tehran province). *Rural Research*, 11(3), 556-575. <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2020.294235.1435> [In Persian]
- Aliqlizadeh Firozjani, N. (2018). The effects of rural tourism development on the agricultural sector (Case study: Plains villages of Mianband district of Noor city). *Tourism Planning and Development*, 8(30), 111-124. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2020.15729.2998> [In Persian]
- Amir-Entakhi, S., Visi, R., Subbkar, M., & Mahmoudinia, S. (2018). Détermination des priorités en matière de tourisme et d'investissement dans des zones échantillons de tourisme rural dans le nord-ouest de la province de Gilan. *Journal of Studies Of Human Settlements Planning*, 8(2), 491-507. http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_667897.html [In Persian]
- Anabistani, A. A., & Mozafari, Z. (2017). Explaining the influencing factors on the tendency of villagers to agricultural tourism (case study: sample tourism villages of Fazal Dehstan, Neishabur County). *Tourism Planning and Development*, 7(24), 123-145. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2018.1827> [In Persian]
- Ashfetapour Leilakohi, S., Qureshi Minabad, M. B., Matiei Langroudi, S. H., & Amar Haji Shirkia, T. (2019). Spatial analysis of rural areas prone to agricultural tourism case: Rudsar city. *Space Economy & Rural Development*, 9(31), 41-66. DOR: 20.1001.1.23222131.1399.9.31.3.6 [In Persian]
- Baipai, R., Chikuta, O., Gandiwa, E., & Mutanga, C. N. (2023). A framework for sustainable agritourism development in Zimbabwe. *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2201025. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2201025>
- Boys, K. A., DuBreuil White, K., & Groover, G. (2017). Fostering rural and agricultural tourism: exploring the potential of geocaching. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10), 1474-1493. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1291646>
- Braun, v and Clarke, v (2006) using thematic analysis in psychology, *qualitative research in psychology journal*, vol 2, 123-14. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brune, S., Knollenberg, W., & Vilá, O. (2023). Agritourism resilience during the COVID-19 crisis. *Annals of Tourism Research*, 99, 103538. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103538>
- Chen, Z., & Diao, B. (2022). Regional planning of modern agricultural tourism base based on rural culture. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B—Soil & Plant Science*, 72(1), 415-428. <https://doi.org/10.1080/09064710.2021.2008481>
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial



- ecosystems?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>
- Da Liang, A. R., Nie, Y. Y., Chen, D. J., & Chen, P. J. (2020). Case studies on co-branding and farm tourism: Best match between farm image and experience activities. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, 107-118. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.11.009>
- Dhewanto, W., Ratnaningtyas, S., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Prasetyo, E. A. (2020). Rural entrepreneurship: towards collaborative participative models for economic sustainability. *Entrepreneurship and Sustainability*, 8(1), 705-724. [http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1\(48\)](http://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.1(48))
- Elshaer, I. A., Azazz, A. M., Ameen, F. A., & Fayyad, S. (2022). Agritourism and peer-to-peer accommodation: A moderated mediation model. *Agriculture*, 12(10), 1586. <https://doi.org/10.3390/agriculture12101586>
- Fanelli, R. M., & Romagnoli, L. (2020). Customer satisfaction with farmhouse facilities and its implications for the promotion of agritourism resources in Italian municipalities. *Sustainability*, 12(5), 1749. <https://doi.org/10.3390/su12051749>
- Fortunato, M. W. P. (2014). Supporting rural entrepreneurship: a review of conceptual developments from research to practice. *Community development*, 45(4), 387-408. <https://doi.org/10.1080/15575330.2014.935795>
- Galvão, A. R., Mascarenhas, C., Marques, C. S., Braga, V., & Ferreira, M. (2020). Mentoring entrepreneurship in a rural territory—A qualitative exploration of an entrepreneurship program for rural areas. *Journal of Rural Studies*, 78, 314-324. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.038>
- Ghasemi, M., & Kohnooji, F. (2021). The level of agricultural entrepreneurship development among micro-entrepreneurs and the role of individual factors affecting it in the rural areas of Mashhad. *Village and Space Sustainable Development*, 4(2), 79-100. doi: 10.22077/vssd.2022.4785.1043 [In Persian]
- Gholampour, A., Naami, A., & Mashbaki Esfahani, A. (2018). Presenting a marketing model based on social media in Iran's organic food and beverage industry using the theme analysis method. *Agricultural Economics Research*, 11(44), 31-58. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20086407.1398.11.44.2.3> [In Persian]
- Ghorbani, A., Danaei, A., Barzegar, S. M., & Hemmatian, H. (2019). Post modernism and designing smart tourism organization (STO) for tourism management. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28), 50-69. https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/m/article_2268.html?lang=en
- Ghorbani, A., Mousazadeh, H., Taheri, F., Ehteshammajid, S., Azadi, H., Yazdanpanah, M.,... & Van Passel, S. (2021). An attempt to develop ecotourism in an unknown area: The case of Nehbandan County, South Khorasan Province, Iran. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 11792-11817. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-01142-w>.
- Grilli, G., Tyllianakis, E., Luisetti, T., Ferrini, S., & Turner, R. K. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Tourism Management*, 82,1-12. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104178>
- Heydari, I., Samari, D., Musa Khani, M., & Bishmi, B. (2018). Challenges of internationalization of agricultural tourism businesses in Iran. *Tourism and Development*, 9(2), 113-130. <https://doi.org/10.22034/JTD.2019.200282.1814> [In Persian]
- Iran Statistics Center. (2019). Unemployment rate by provinces. <https://amar.org.ir/Portals/0/News/1399/bikari%20bahar99-2.pdf> [In Persian]
- Jafarina, S., Hasanpour, V., Youssef, K., & Kivanfar, J. (2019). Presenting the compensation model for strategic services of senior managers of social security organization, theme



- analysis approach. *Management of Government Organizations*, 8(4), 105-124. <https://doi.org/10.30473/ipom.2020.53579.4118> [In Persian]
- Jahangiri, M., Raeiszadeh, F., Alayi, R., Najafi, A., & Tahmasebi, A. (2022). Development of Rural Tourism in Iran Using PV-Based System: Finding the Best Economic Configuration. *Journal of Renewable Energy and Environment*, 9(4), 1-9. https://www.jree.ir/article_153668.html
- Jamal, T., & Higham, J. (2021). Justice and ethics: Towards a new platform for tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 143-157. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1835933>
- Joo, Y., Seok, H., & Nam, Y. (2020). The Moderating Effect of Social Media Use on Sustainable Rural Tourism: A Theory of Planned Behavior Model. *Sustainability*, 12(10), 4095. <https://doi.org/10.3390/su12104095>
- Kavousi, E., Ghorbani Param, M. R., Mianerou, M. R., Rajab Beigi, H., & Zarei, A. (2022). Investigating the situation of rural tourism in the period of COVID-19 and its effects (case: tourist villages of Shiraz city). *Village and Space Sustainable Development*, 4(3), 65-81. doi: 10.22077/vssd.2022.5378.1113 [In Persian]
- Khartishvili, L., Muhar, A., Dax, T., & Khelashvili, I. (2019). Rural tourism in Georgia in transition: Challenges for regional sustainability. *Sustainability*, 11(2), 410. <https://doi.org/10.3390/su11020410>
- Khartishvili, L., Muhar, A., Dax, T., & Khelashvili, I. (2019). Rural tourism in Georgia in transition: Challenges for regional sustainability. *Sustainability*, 11(2), 410. <https://doi.org/10.3390/su11020410>
- Kurdys-Kujawska, A., & Sompolska-Rzechula, A. (2020). Subsidization of entrepreneurship in rural areas in Poland: scale, effects and regional diversity.(2). 246-263 URI: <https://www.um.edu.mt/library/oar/handle/123456789/57292>
- Leković, K., Tomić, S., Marić, D., & Ćurčić, N. V. (2020). Cognitive component of the image of a rural tourism destination as a sustainable development potential. *Sustainability*, 12(22), 12-1. <https://doi.org/10.3390/su12229413>
- Lin, H. H., Chen, I. Y., Lu, S. Y., Tseng, Y. H., & Lin, J. C. (2022). Can cultural tourism resources become a development feature helping rural areas to revitalize the local economy under the epidemic? An exploration of the perspective of attractiveness, satisfaction, and willingness by the revisit of Hakka cultural tourism. *Open Geosciences*, 14(1), 590-606. <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/geo-2022-0358/html>
- Lin, M., Li, F., & Ji, Z. (2020). A Study on the Plan and Design of Leisure Farms' Tourist Touch Points. *Academic Journal of Humanities & Social Sciences*, 3(4). DOI: 10.25236/AJHSS.2020.030410
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79, 177-188 <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.08.046>
- Morabi Jouybari, H., Ghorbani, A., Mousazadeh, H., Golafshan, A., Akbarzadeh Almani, F., Dénes, D. L., & Krisztián, R. (2023). Smartphones as a Platform for Tourism Management Dynamics during Pandemics: A Case Study of the Shiraz Metropolis, Iran. *Sustainability*, 15(5), 4051. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/5/4051>
- Mousazadeh, H., Ghorbani, A., Azadi, H., Almani, F. A., Zangiabadi, A., Zhu, K., & Dávid, L. D. (2023). Developing Sustainable Behaviors for Underground Heritage Tourism Management: The Case of Persian Qanats, a UNESCO World Heritage Property. *Land*, 12(4), 808. <https://www.mdpi.com/2073-445X/12/4/808>
- Pato, L., & Kastenholz, E. (2017). Marketing of rural tourism—a study based on rural tourism lodgings in Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 10(2), 121-139. <https://doi.org/10.1108/JPMD-06-2016-0037>



- Popescu, C. A., Iancu, T., Popescu, G., Adamov, T., & Ciolac, R. (2023). The Impact of Agritourism Activity on the Rural Environment: Findings from an Authentic Agritourist Area—Bukovina, Romania. *Sustainability*, 15(13), 10294. <https://doi.org/10.3390/su151310294>
- Puška, A., Pamucar, D., Stojanović, I., Cavallaro, F., Kaklauskas, A., & Mardani, A. (2021). Examination of the sustainable rural tourism potential of the Brčko district of Bosnia and Herzegovina using a fuzzy approach based on group decision making. *Sustainability*, 13(2), 583. <https://doi.org/10.3390/su13020583>
- Putritamara, J. A., Azizah, S., & Ningsih, U. W. (2020). Rebranding Model of Dairy Cattle Agro Tourism in Malang Indonesia. *Technium Soc. Sci. J.*, 12, 113. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/190026>
- Rastai, A., Hadyani, Z., & Tayebnia, S. (2021). Analysis of the effects of tourism on the host community in rural areas (case study: Temin village in Mirjaveh city). *Village and Space Sustainable Development*, 4(2), 57-78. DOI: 10.22077/VSSD.2022.4770.1042 [In Persian]
- Rinaldi, C., Cavicchi, A., & Robinson, R. N. (2020). University contributions to co-creating sustainable tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-23. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1797056>
- Sgroi, F., Di Trapani, A. M., Testa, R., & Tudisca, S. (2014). The rural tourism as development opportunity or farms. The case of direct sales in Sicily. *American Journal of Agricultural and Biological Sciences*, 9(3), 407-419. <https://dx.doi.org/10.3844/ajabssp.2014.407.419>
- Sir, R., Ahmadian, M. A., Jafari, H., & Alizadeh, K. (2017). The role of tourism in generating income in rural areas by presenting a strategic model in the development of rural tourism (case study of Firouzkoh city). *New Attitudes in Human Geography*, 10(2), 49-77. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.66972251.1397.10.2.15.5> [In Persian]
- Su, M. M., Wall, G., & Wang, Y. (2019). Integrating tea and tourism: a sustainable livelihoods approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(10), 1591-1608. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2019.1648482>
- Thompson, M. (2020). Farmers' markets and tourism: Identifying tensions that arise from balancing dual roles as community events and tourist attractions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.016>
- vander Zee, Egbert. Dominique Vanneste. (2015). Tourism networks unraveled; a review of the literature on networks in tourism management studies. *Tourism Management Perspectives*, 15: 46–56. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.006>
- Yazdani, R., Khairandish, M., Mohammadi Khayar, M., & Amini, H. (2019). Investigating factors affecting rural development with an emphasis on agricultural entrepreneurship (case study: North Khorasan Province). *Entrepreneurship Strategies in Agriculture*, 7(13), 63-77. <http://jea.sanru.ac.ir/article-1-217-fa.html> [In Persian]
- Zibert, M., Rozman, C., Skraba, A., & Prevorsek, B. (2020). A System Dynamics Approach to Decision-making Tools in Farm Tourism Development. *Business Systems Research. International journal of the Society for Advancing Innovation and Research in Economy*, 11(2), 132-148. <https://doi.org/10.2478/bsrj-2020-0020>
- Ziernicka-Wojtaszek, A., & Malec, M. (2022). Evaluating Local Attractiveness for Tourism and Recreation—A Case Study of the Communes in Brzeski County, Poland. *Land*, 11(1), 39. <https://doi.org/10.3390/land11010039>

