



بررسی و تحلیل مدیریت گردشگری کشاورزی در جهان و ایران

حمید احمدی زاده^۱

چکیده

گردشگری کشاورزی یکی از اشکال گردشگری روستایی است که در گروه گردشگری خاص یا جایگزین قرار می‌گیرد. امروزه گردشگری کشاورزی در جهان به‌عنوان راهبردی برای بهبود اوضاع اقتصادی، اجتماعی و زیستی روستاها تلقی می‌گردد. همچنین با ایجاد فرصت‌های جدید شغلی، ارزش‌های اجتماعی فرهنگی را در مناطق روستایی ارتقا می‌بخشد، به حفظ محیط‌زیست کمک می‌کند و جریان مهاجرت روستا-شهری را معکوس می‌سازد؛ اما بررسی‌ها نشان می‌دهد این نوع گردشگری در ایران توسعه چشمگیری ندارد. این پژوهش باهدف بررسی و تحلیل مدیریت گردشگری کشاورزی در جهان و ایران انجام شد. بنا بر مبنای بررسی این تحقیق، گردشگری کشاورزی تجربه گردشگری مزرعه محور را برای بازدیدکنندگانی که به دنبال مهمان‌نوازی سنتی روستایی و دسترسی به طبیعت، گشت‌وگذار و تجارب فرهنگی هستند فراهم می‌آورد و می‌تواند با توجه به گوناگونی محیطی و مزیت نسبی موجود در آن به‌عنوان یکی از عرصه‌های تنوع‌بخش به اقتصاد روستایی مدنظر قرار گیرد کشاورزان از طریق گردشگری کشاورزی می‌توانند از طریق تفریح و سرگرمی فعالیت‌های کشاورزی و محصولات کشاورزی تجربه‌های خاص از سبک زندگی و فرهنگ روستایی را برای گردشگران فراهم کنند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری، توسعه پایدار، گردشگری کشاورزی، مزرعه، کارآفرینی

۱- مقدمه

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری با رویکرد اجتماع‌محور می‌باشد که کلیه فعالیت‌ها و خدمات آن توسط مردم، کشاورزان و دولت‌ها برای تفریح و استراحت گردشگران و همچنین جذب گردشگران به نواحی روستایی ارائه می‌شود و می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، گردشگری طبیعی و مانند آن باشد (رضوانی، ۱۳۸۷). گردشگری روستایی در ارتباط تنگاتنگی با گردشگری کشاورزی یا به‌عبارت‌دیگر گردشگری مزرعه قرار دارد و به نهادینه کردن ارزش کشاورزی در جامعه روستایی می‌پردازد (Opperman, ۱۹۹۶). ساکنان محلی و روستائیان در سود و زیان حاصل از برنامه‌های توسعه‌ای در محل زندگی‌شان از جمله برنامه‌های مربوط به گردشگری روستایی سود می‌برند زیرا زندگی مردم محلی در همزیستی با محیط‌زیستشان است. از این‌رو مشارکت جامعه در گردشگری از اجزاء مهم توسعه گردشگری پایدار به‌ویژه در زمینه گردشگری روستایی است (پورسیدخلیل و همکاران، ۱۳۸۹). وقوع زیرساخت‌ها و پیشرفت‌های تکنولوژیک، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی در نیمه دوم قرن بیست و یکم، با افزایش زمان فراغت و همچنین ثروت انسان‌ها همراه بوده است. از این‌رو می‌توان این دوره را عصر صنعت گردشگری نام نهاد. پدیده گردشگری یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر در رفتار و عمل انسان به‌منظور ارضای روح کنج‌کاوی اوست و سفر به نقاط دیگر چه به‌صورت حقیقی و واقعی و چه به‌صورت مجازی بانگیزه‌های مختلفی جزو ملزومات زندگی قرن بیست و یکم و شکل‌دهنده جریانی است که مرزهای ملی و بین‌المللی

^۱ کارشناسی ارشد، رشته زراعت، دانشگاه آزاد یاسوج، Mr.HamidAhmadizadeh1401@gmail.com

را درنور دیده و رویکردی فراتر از دولت و ملت خواهد داشت. بدین ترتیب توجه به صنعت گردشگری بیانگر این واقعیت است که این امر به یک سلسله تأثیرات و تغییرات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و محیطی در هر کشوری می‌انجامد. امروزه صنعت گردشگری به‌اندازه‌ای در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اثرگذار است که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نامیده‌اند (محسنی، ۱۳۸۸). در این تحقیق ما به دنبال بررسی و تحلیل مدیریت گردشگری کشاورزی در جهان و ایران هستیم.

۲- ادبیات و مبانی نظری تحقیق

۲-۱- مدیریت گردشگری روستایی

مدیریت امور گردشگری شاید از مهم‌ترین دلایل رشد صنعت گردشگری در هر کشور می‌باشد. بدون تردید برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح و هماهنگ گردشگری روستایی مسئولیتی پیچیده است. گردشگری روستایی در عین متنوع بودن مشمول فعالیت‌های غیررسمی و اختیاری است و به همین دلیل مدیریت آن دشوار ولی لازم و ضروری است؛ زیرا روستا منبعی چند کاربردی است و گردشگری می‌تواند تنها بخشی از فعالیت‌های آن باشد و به نظر می‌رسد گردشگری اغلب تهدیدی برای روستا به حساب می‌آید؛ بنابراین برای ایجاد موازنه و تعادل میان نیازهای جوامع محلی روستایی، گردشگران و اهداف صنعت گردشگری باید مدیریتی هماهنگ، مدبرانه و کارآمد به سیاست‌گذاری، تدوین قوانین، دستورالعمل‌ها و رهنمودها اعمال گردد (سید علی پور و همکاران، ۱۳۸۹).

۲-۱-۱- گردشگری کشاورزی^۲

گردشگری کشاورزی، که گاه گردشگری مزرعه‌ای^۳ نیز نامیده می‌شود، گونه‌ای از گردشگری روستایی است که در ارتباط مستقیم با کشاورزی در نواحی روستایی قرار دارد. گردشگری کشاورزی انعکاسی از تدارک فرصت‌های جدید در زمینه ایجاد فرصت‌های اقتصادی از طریق گردشگری در مزارع می‌باشد. این گونه از گردشگری را می‌توان ترکیبی از یک وضعیت طبیعی و روند کشت و برداشت محصولات کشاورزی به‌عنوان فرصتی در محدوده تجربه گردشگری دانست. در نواحی روستایی تعدادی مزارع وجود دارد که در بازنمایی یک قابلیت خاص یا چشم‌انداز بسیار مناسب، ممکن است به‌عنوان مکانی برای گذران اوقات فراغت از سوی بازدیدکنندگان شهری یا غریبومی انتخاب شوند. شکل‌گیری گردشگری کشاورزی ناشی از عواملی در دوسویه یک‌روند مابین گردشگران و کشاورزان می‌باشد. گردشگران که در ساختار شکنی پسامدرن، تجربه گردشگری انبوه را ارضاکننده نمی‌یابند در پی گریز از محیط‌های پر ازدحام و متراکم شهری و زندگی در سیطره تکنولوژی در مفهوم گشتل آن^۴ به دنبال یافتن مکان‌های جدید برای کسب تجربه‌های اصیل گردشگری می‌باشند که این خود با افزایش سطح درآمد و تبلور گذران اوقات فراغت به‌عنوان یک حق در رابطه است. هرچند جریان سرمایه‌داری سازمان نیافته در عصر پسامدرن در شکل‌دهی به سبک زندگی اکسپرسیونیستی نیز در این امر بسیار سهیم است.

گردشگری کشاورزی در سراسر اروپا و بسیاری از کشورهای دیگر با اصطلاح "اگریتوریسم" شناخته شده است که در سوئیس، اصطلاح "خواب در نیزار"^۵، در نیوزیلند "اقامت در مزرعه"^۶ و در انگلستان "تعطیلات در مزرعه"^۷ به کار برده می‌شود. به‌طور کلی گردشگری کشاورزی یا اگریتوریسم، کسب‌وکار ایجاد مزرعه یا واحد کشاورزی به‌عنوان مقصد گردشگری و با اهداف آموزشی و تفریحی است. برخی نویسندگان تعاریف مختلف برای توصیف فعالیت‌های مزرعه که هم به گردشگری مرتبط هستند و هم به عملکرد مزرعه کمک می‌کنند، استفاده کرده‌اند. برخی بادی وسیع‌تر برای توصیف ارزش‌ها و منافع برای جوامع و مناطق مختلف از این لغت بهره گرفته‌اند. گزیده‌ای از تعاریف بکار برده شده در خصوص گردشگری کشاورزی در جدول ۱ ارائه شده است. (فخیم زاده و خطیبی، ۱۳۹۱)

^۲ Agritourism

^۳ Farm Tourism

^۴ Sleeping in the straw

^۵ Farm stays

^۶ Farm stays

^۷ پاپلی یزدی، ۲۰۱۳، ۲۲

قدمت گردشگری کشاورزی به اواخر قرن ۱۹ میلادی می‌رسد (بر اساس یافته‌های مرکز کشاورزی دانشگاه ایالتی لویزیانا). در دهه ۳۰ و ۴۰ قرن بیستم به علت رکود بزرگ ناشی از جنگ جهانی دوم علاقه عمومی به تفریحات روستایی افزایش یافت. در دهه ۶۰ و ۷۰ قرن بیستم تغییر و تحول عظیمی در گردشگری کشاورزی صورت گرفت که شامل کمک به چیدن محصول، کمک در اسطبل‌ها، سوارکاری و تیمار حیوانات اهلی بود. در دهه ۸۰ و ۹۰ نیز جای خواب و صبحانه و تورهای تجاری مزرعه محبوبیت پیدا کرد. امروزه گردشگری کشاورزی به‌عنوان محرکی برای اقتصاد ناموزون بخش کشاورزی و گرایشی به ریشه‌های احساسی و نوستالژیک شهروندان دنیای مدرن است که به سبب عواملی چون بازدید یا مشارکت در فعالیت‌های مزرعه، خرید مستقیم محصولات کشاورزی، گذراندن یک‌شب در مزرعه، کنجکاو و آموختن در مورد مزرعه و محصولات کشاورزی توانسته است جامعه هدف گسترده‌ای ایجاد کند. هدف از گردشگری کشاورزی ایجاد منبع درآمدی برای کشاورز و مقصدی برای گردشگری، آموزش و تفریح توأم با وقت‌گذرانی مفید برای بازدیدکنندگان است. (Schaneman, ۲۰۱۰) طی سالیان گذشته واژه اگریتوریسم با سایر فعالیت‌های تفریحی، سرگرمی و روستایی آمیخته شده است. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به گردشگری روستایی یا روستاگردی^۱ و طبیعت‌گردی اشاره کرد. اگریتوریسم زمانی به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از گردشگری روستایی یا روستاگردی تلقی می‌شد ولی امروزه کاملاً از یکدیگر جدا شده‌اند. به این معنی که روستاگردی صرفاً با فعالیت‌های تفریحی در مزرعه همراه نیست و همواره درآمد مازادی عاید شرکت‌های گردشگری کشاورزی نمی‌شود.

به‌طور کلی گردشگری کشاورزی به‌عنوان شیوه تحریک‌کننده رکود اقتصادی در نواحی روستایی در نظر گرفته می‌شود که آثار آن را در نواحی روستایی می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

- گسترش بهره‌برداری از مزرعه
- نوآوری در نقدینه سازی و کسب درآمد مازاد
- افزایش مصرف‌کنندگان جدید محصولات کشاورزی
- افزایش آگاهی پیرامون محصولات کشاورزی محلی
- درک و توجه بیشتر به اهمیت نگهداری زمینه‌ای مورد استفاده
- کسب درآمد برای اعضای خانوار کشاورز و دیگر کسانی که در مزرعه کار نمی‌کنند
- تشویق کشاورزان به ادامه کشاورزی با وجود آنکه بازارها به‌طور فزاینده‌ای رقابتی است
- کمک به احیا و توسعه سنت‌ها، هنرها و صنایع محلی
- افزایش و احیاء نمادهای محلی برای جلب توجه بازدیدکنندگان
- افزایش استفاده از محصولات و خدمات محلی
- پیشرفت و بهبود فرهنگ، ارتباط و درک درون منطقه‌ای
- نیازمندی به مدیریت محیطی سالم برای چشم‌انداز روستایی
- افزایش آگاهی و اطلاعات پیرامون کشاورزی
- تدارک فرصت برای مدیریت بحران‌های اقتصادی در زمینه کشاورزی
- افزایش پایداری در طولانی‌مدت برای تجارت کشاورزی

۲-۲- ارتباط کشاورزی با صنعت گردشگری

در سالیان اخیر بحث جدا و رقابت صنعت و توسعه شهری با بخش کشاورزی به‌صورت یکی از مهم‌ترین چالش‌های برنامه‌ریزی کشاورزی و به‌عنوان یک بحران ملی در سطح کشور مطرح است و این مسئله پیرامون کلان‌شهرها و نیز در شما کشور نمود بارزتری

^۱ Rural tourism

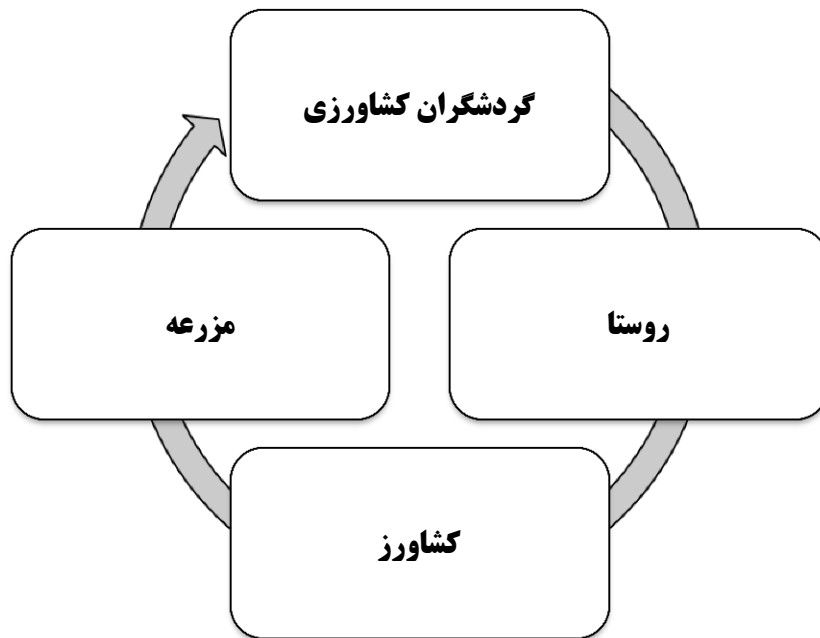
دارد. از آنجاکه کشاورزی در ایران به‌عنوان محور استقامت تلقی می‌شود و شغل اصلی روستاییان استان گلستان کشاورزی و کار بروی مزارع خود می‌باشد؛ بنابراین توجه بر منابع اقتصادی روستاییان به‌منظور رشد و پیشرفت روستا و جلوگیری از مهاجرت به شهرها امری ضروری می‌باشد.

۲-۳- کارآفرینی گردشگری روستایی

کارآفرینی گردشگری کشاورزی در سال‌های اخیر توجه زیادی را به خود جلب کرده است و کشورهای مختلف جهان جهت ترویج و ارتقای آن تلاش زیادی نموده‌اند. صاحب‌نظران برای این باورند که کارآفرینی گردشگری کشاورزی می‌تواند به‌عنوان راهبردی جدید نقش مهمی در توسعه پایدار کشاورزی و روستایی ایفا نماید. از بعد اقتصادی، می‌تواند به متنوع سازی کشاورزی کمک کند و یک منبع درآمد مکمل برای کشاورزان محسوب شود و همچنین فرصت‌های شغلی جدیدی را در جوامع روستایی فراهم نماید و بدین طریق فقر، بیکاری و مهاجرت را کاهش دهد. از بعد زیست‌محیطی می‌تواند به حفاظت از محیط‌زیست، اکوسیستم‌ها و زمین‌های کشاورزی کمک نماید و خسارت‌های زیست‌محیطی و آلودگی‌های کشاورزی را کاهش دهد. از بعد اجتماعی فرهنگی این نوع گردشگری می‌تواند فرهنگ و سنن روستایی را حفظ نماید، وضعیت اجتماعی کشاورزان را بهبود دهد و زنان کشاورز را توانمند سازد. ولیکن توسعه گردشگری کشاورزی با چالش‌ها و مشکلات فراوانی از جمله مشکلات برنامه‌ریزی، کمبود منابع مالی و انسانی، آموزش و حرفه‌ای‌گری روبرو می‌باشد.

۲-۴- اصول و عناصر پایه گردشگری کشاورزی:

مطابق با سزناچدر و همکاران (۲۰۰۹) سه ویژگی وجود دارد که گردشگری کشاورزی را از انواع دیگر گردشگری متمایز می‌سازد. نخست، گردشگری کشاورزی به گردشگران این فرصت را ارائه می‌دهد تا در فرایند تولید مواد غذایی مشارکت نمایند. دوم، برای گردشگران این فرصت وجود دارد تا بیشتر درباره زندگی مردم روستایی فرابگیرند. سرانجام اینکه گردشگری کشاورزی به گردشگران این فرصت را ارائه می‌دهد تا با حیوانات اهلی و دشت و صحرا (که جزی از تجربه زندگی روزمره آن‌ها نیست) تماس مستقیم داش باشند. این سه ویژگی با سه اصل گردشگری کشاورزی همراه می‌باشد. این سه اصل بیان می‌کنند که در یک مقصد گردشگری باید: چیزی برای گردشگران وجود داشت باشد تا بازدید کنند (مثلاً حیوانات، مزارع، فرهنگ و سنن روستایی مثل جشنواره‌ها)؛ چیزی برای گردشگران وجود داشت باشد تا انجام دهند (مثلاً مشارکت در ماهیگیری، آشپزی، برداشت محصول و مشارکت در بازی‌های محلی) و چیزی برای گردشگران وجود داشت باشد تا بخزند (مثلاً صنایع‌دستی روستایی، سبزیجات تازه و مواد غذایی فراوری شده در مزرعه). به‌علاوه، برای اینکه گردشگری کشاورزی رخ دهد باید چهارعنصر اصلی وجود داشت باشد: "کشاورز" (کشاورز از مهمانان پذیرایی می‌کند و خدمات موردنیاز را ارائه می‌دهد)؛ "مزرعه" (مزرعه باید دارای یک ویژگی و جذابیت خاص باشد)؛ "روستا" این محل غالباً از شهر فاصل دارد و ممکن است فاقد تسهیلات شهری باشد اما از لحاظ تنوع زیستی کشاورزی بسیار غنی می‌باشد) و "گردشگران کشاورزی".



۲-۵-۲- چهارعنصر اصلی گردشگری کشاورزی

۲-۵-۲-۱- گردشگری مزرعه:

این نوع گردشگری با توجه به محیط شکل‌گیری آن متفاوت است و البته به‌عنوان گردشگری کشاورزی نیز شناخته می‌شود. گردشگری مزرعه، شامل اقامت و گاهی اوقات مشارکت در فعالیت‌های کشاورزی در مزرعه بوده و در بین خانوارهای کشاورز به‌عنوان مکمل و جایگزین فعالیت‌های اقتصادی رواج پیدا می‌کند. به‌علاوه گردشگری مزرعه، ابزاری نیز برای حفاظت از چشم‌اندازهای سنتی است. برخی گردشگران این نوع گردشگری را باهدف تفریحی دنبال می‌کنند، دیگران و بیشتر افراد شهرنشین به دنبال تجربه زندگی روستایی (که اغلب بخشی از تصویر فرهنگی از راه گردشگری «فرار نوستالژیک، به‌روزهای خوب گذشته» هر ناحیه را تشکیل می‌دهد)؛ و یا به‌عنوان یک مزرعه است. گردشگری مزرعه یکی از زمینه‌های سرمایه‌گذاری در کشاورزی است. اثرات آن بر نیروی کار دیدگاه‌های متفاوتی ارائه‌شده، ولی نقش آن در اشتغال زنان در مزارع از راه ارائه خدمات پذیرایی مورد تأکید است.

۲-۵-۲-۲- منابع و جاذبه‌های گردشگری مزرعه و تسهیلات

در این‌گونه از گردشگری، گردشگران یا در منزل خانواده‌های مزرعه نشین اقامت کرده، درباره فعالیت‌های مزرعه‌داری دانش کسب می‌کنند، یا با اقامت در مزارع گرمسیری درباره زندگی و فعالیت‌های مردم آنجا اطلاعاتی می‌آموزند، یا بازندگی در روستاهای ماهیگیری و در خانه‌های ماهی گیران، همراه آنان به سفرهای ماهیگیری می‌روند. گردشگری مزرعه، بیشتر به محصولات مربوط است که به‌طور مستقیم از زمین کشاورزان به دست می‌آید و شامل اقامت در مزرعه، کمپ، منزل کشاورز، بازدیدهای آموزشی، صرف وعده‌های غذایی، فعالیت‌های تفریحی، فروش محصولات مزرعه و صنایع‌دستی بوده است. نیز گردشگری کشاورزی را مجموعه‌ای از خدمات و تسهیلات رفاهی و اقامتی تدارک دیده‌شده برای گردشگران به‌وسیله کشاورزان می‌داند و تفاوت آن با دیگر انواع گردشگری روستایی را فراهم شدن اقدامات پذیرایی و تسهیلات رفاهی گردشگران به‌وسیله کشاورزان برمی‌شمارد.

گردشگری مزرعه، اغلب برای توصیف همه فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی به‌کاربرده می‌شود، اگرچه معنای دقیق آن گردش بر روی زمین کشاورزی است، ولی به‌هرحال در بیشتر موارد، گردشگری مزرعه شامل آن بخش از فرآورده‌های گردشگری است که به‌طور مستقیم با محیط‌زیست زراعی، محصولات زراعی یا اقامت در مزرعه مرتبط است. گردشگری مزرعه مفهومی گسترده

دارد که جشن‌ها، موزه‌ها، ارائه محصولات و سایر جاذبه‌ها و رویدادهای فرهنگی را نیز شامل می‌شود. اهداف گردشگری مزرعه، ایجاد درآمد بیشتر با استفاده از منابع کشاورزی برای مقاصد تفریحی به‌منظور توسعه کشاورزی و بهبود معیشت کشاورزان است.

۲-۵-۳- نمونه‌ی گردشگری مزرعه در کشورهای مختلف

۲-۵-۳-۱- گردشگری مزرعه - تجربه موفق سوئیس

این کشور ثروتمند مزارع خود را به یک صنعت گردشگری بدل ساخته است. گردشگری روستایی در سایت‌های دولتی و خصوصی به‌وفور معرفی شده و هزینه‌ی زیادی صرف رونق بخشیدن به گردشگری در این بخش سوئیس شده است. به‌علاوه کمیونی به نام swelcome you swiss farmers راه‌اندازی شده است که گردشگران داخلی و خارجی را به سمت قابلیت‌های گردشگری مزرعه این کشور ترغیب می‌کند و علاقه‌مندان می‌توانند با تمام مراحل زراعت و دامداری در مزارع سوئیس آشنا شده و به بازدید از نزدیک بیشتر مشتاق شوند (نور اروپا، گردشگری مزارع سوئیس).

۲-۵-۳-۲- تجربه‌های سوئیس و فرصت‌های ما

۱- الگوهای مزرعه‌گردی سومری‌ها برای تقویت ظرفیت‌های گردشگری روستایی، باید موردتوجه برنامه‌ریزان مطالعات توسعه در کشورمان قرار بگیرد.

۲- ظرفیت‌های آب گرم پو ساز سوئیس، در ایران به‌راحتی امکان پیاده‌سازی و گرتز هرت و باید از ظرفیت گردشگری سامت در توسعه فرصت‌های گردشگری روستایی در ایران به‌خوب استفاده کرد. چشمه‌های آب گرم با خواص درمانی بسیار در ایران کم نداریم.

۳- مزرعه‌گردی و توسعه گردشگری روستایی در سوئیس نشان می‌دهد که اطلاع‌رسانی دیجیتالی چندزبانه و آموزش فعالان این بخش که عمدتاً در مناطق غیرشهری هستند، در فهرست اولویت‌های نخست قرار دارد؛ یعنی نباید هیچ روستایی در ایران که فرصت گردشگری روستایی در آن فراهم است، سایت اطلاع‌رسانی چندزبانه نداشته باشد. تقریباً همه مناطق غیرشهری سوئیس که چنین فرصت‌هایی دارد، موضوع اطلاع‌رسانی دیجیتالی را در دستور کار قرار داده و آن را در پرتال‌های رسمی و دولتی نیز تبلیغ می‌کند. (گردشگری کشاورزی سوئیس)

۲-۶- راهبردهای توسعه روستایی در کشورهای منتخب

گردشگری روستایی به‌عنوان راهبردی برای توسعه روستایی: در این دیدگاه توجه به روند روزافزون تخریب روستاها و افول اصلاحات کشاورزی سهمی در ارائه راهبردهای جدید برای احیای نواحی روستایی از طریق ایجاد فعالیت‌های مکمل و یا متحول کردن این نواحی با توجه به منابع طبیعی و انسانی آن‌ها دارند، و تنها راه احیا مجدد روستاها را در ارائه برنامه‌ها و استراتژی‌هایی می‌دانند که بتوانند از منابع انسانی و طبیعی آن‌ها بهره‌برند و نیز باعث ایجاد درآمد و افزایش رفاه زندگی ساکنان روستایی شوند

افزایش تولید و بهره‌وری در بخش کشاورزی و بخش‌های وابسته به آن - افزایش سطح درآمد روستاییان - ارتقای سطح مهارت‌ها و توانمندی‌های روستائینان - تخصیص اعتبار لازم برای اجرای برنامه‌های عمرانی و توسعه روستایی - ایجاد فرصت‌های شغلی جدید - تأمین حداقل نیازهای معیشتی روستاییان - بهره‌برداری بهینه از منابع محلی - برنامه توسعه روستایی یکپارچه، برنامه توسعه نواحی در معرض خشک‌سالی و برنامه توسعه نواحی بیابانی، سه طرح عمده‌ای بودند که در این راستا به اجرا درآمده و دستاوردهای چشمگیری برای این کشور به ارمغان آوردند.

۲-۶-۱- راهبردهای توسعه روستایی در امریکا:

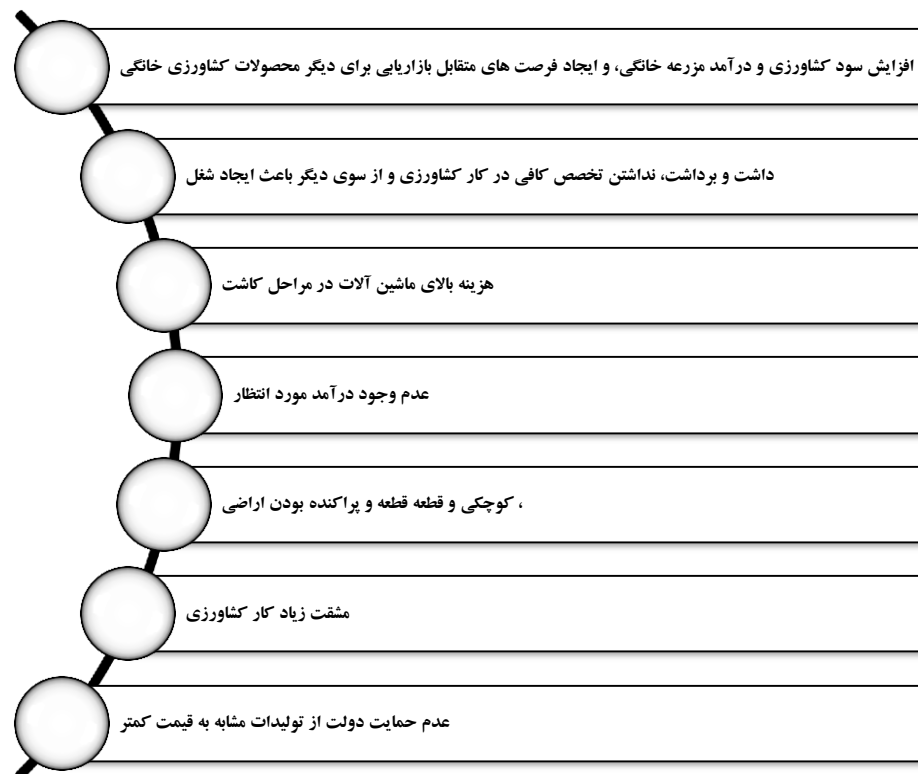
آمریکا همچنان از نظر سطح فعالیت‌های کارآفرینی در جهان پیش‌تاز است. این کشور در میان ۳۷ کشوری که در پروژه دیدبانی جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۰۲ بررسی شده‌اند، رتبه یازدهم را از نظر سطح فعالیت کارآفرینی به خود اختصاص داده است. در سال ۲۰۰۲ نوبت

به سال ۱۹۹۸ سطح فعالیت کارآفرینی در آمریکا ۵۰ درصد افزایش داشته است. دست‌اندرکاران توسعه اقتصادی در رویارویی با چالش‌های موجود در روستاهای این کشور، چند سیاست عمده را برگزیده‌اند:

- ۱- توجه به بخش‌های غیر کشاورزی ۲- تأکید بر جذب و توسعه فناوری‌های جدید ۳- آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد
- ۴- حفظ و توسعه کسب‌وکارهای موجود ۵- ایجاد کسب‌وکارهای جدید (راهبردهای توسعه روستایی).

۷-۲- دیدگاه‌های اقتصادی

پایین بودن قیمت محصولات کشاورزی، گرانی نهاده‌های کشاورزی، - تقاضا برای زمین مسکونی، تجاری، گردشگری، صنعتی، عدم تضمین خرید برخی محصولات و یا قیمت‌گذاری پایین محصولات، عدم حمایت دولت از تولیدات مشابه به قیمت کمتر، مشقت زیاد کار کشاورزی، کوچکی و قطعه‌قطعه و پراکنده بودن اراضی، عدم وجود درآمد مورد انتظار، هزینه بالای ماشین‌آلات در مراحل کاشت، داشت و برداشت، نداشتن تخصص کافی در کار کشاورزی و از سوی دیگر باعث ایجاد شغل، افزایش سود کشاورزی و درآمد مزرعه خانگی، و ایجاد فرصت‌های متقابل بازاریابی برای دیگر محصولات کشاورزی خانگی.



۸-۲- دیدگاه اجتماعی فرهنگی

بی‌سوادی و کم‌سوادی - سن کشاورز (۵۰ سال به بالا) نوع نظام زراعی (خرده مالکی) - قوانین ارث - نقض قوانین کاربری اراضی - اجرای طرح هادی روستایی؛ و از طرفی گردشگری مزرعه می‌تواند باعث تقویت نهاد خانواده مزرعه‌دار، حفظ میراث روستایی، اقلیت آداب‌ورسوم، سبک معماری سنتی، افزایش غرور جامعه و موقعیت اجتماعی کشاورزان، توانمندسازی کشاورزان زن^{۹۹}

^{۹۹} BARBIERI, ۲۰۱۳, LAPAN, ۲۰۱۳, BAKLY, ۲۰۰۷, YANG, ۲۰۱۲

۲-۹- دیدگاه زیست‌محیطی

گردشگری مزرعه کمک می‌کند تا به حفاظت از زیستگاه‌های طبیعی و اکوسیستم، حفظ منابع آب، به حداقل رساندن آسیب‌های زیست‌محیطی، بهبود مناظر اطراف روستا و زیرساخت‌های ساخته‌شده.^{۱۰}

۲-۱۰- کارآفرینی در گردشگری کشاورزی:

در محیط متغیر نواحی روستایی و کشاورزی سنتی، ضروری است تا ابزار و گزینه‌های جدیدی برای معیشت پیدا نمود. نوآوری ابزاری کلیدی برای کسب منفعت و دوام در بازار رقابتی و همچنین به رهبرداری از فرصت‌های حاصل از تغییر است. کارآفرینی گردشگری کشاورزی می‌تواند گزینه مناسبی در این رابط باشد؛ اما نکته‌ی قابل توجه این است که کارآفرینی گردشگری کشاورزی باید جنبه اکولوژیکی را نیز مدنظر قرار دهد. همان‌طور که قبلاً ذکر شد، شرکت‌ها و کسب‌وکارهای فعال در این حوزه عمدتاً کوچک‌مقیاس هستند. کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس گردشگری کشاورزی این ظرفیت را دارند تا در جوامع محلی نیرو و انگیزه لازم برای تبدیل منابع محلی ب محصولات و خدمات گردشگری را فراهم نمایند.^{۱۱} بر اساس آنچه بیان شد می‌توان کارآفرینی گردشگری کشاورزی را این‌گونه تعریف نمود:

شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیت‌های کشاورزی و استفاده‌ی بهینه، متنوع و نوآوران از منابع کشاورزی در راستای توسعه‌ی پایدار کشاورزی و روستایی.

۲-۱۰-۱- نمونه‌هایی از کارآفرینی گردشگری کشاورزی

گردشگری در بعضی از کشورهای توسعه‌یافته نظیر آمریکا و کشورهای اروپایی سابق نسبتاً طولانی دارد. به‌طور مثال در منطق آلباین^{۱۲} اتریش نزدیک به یک‌صد سال است که گردشگری کشاورزی رواج دارد. همچنین از سال ۱۳۳۲ در کشورهای اروپایی و از ۱۳۳۶ در اتحادی مشترک کشاورزی^{۱۳} این نوع گردشگری تبدیل به یک راهبرد کلیدی جهت تنوع‌بخشیدن به اقتصاد کشاورزی شده است. در اتریش در سال ۱۳۳۴ بیش از ۲۱ هزار مزرعه وجود داشت که در آن‌ها حدود ۱۱۳ هزار اتاق برای کسانی که به تفریح و تماشای این مکان‌ها می‌رفتند، اختصاص یافت بود. گردش در مناطق روستایی به کشاورزان اتریشی کمک می‌کند که از منبع درآمد دیگری بهره‌مند شوند، اصولاً درآمد این افراد از محل پرورش دام و جنگل (چوب و الوار) تأمین می‌شود، جهانگردان این اتاق‌ها را اجاره می‌کنند و از روستاییان محصولات و فرآورده‌های کشاورزی را می‌خرند. نمونه همدیگر خوابگاه‌هایی است که برای جوانان در مناطق روستایی می‌سازند و جوان‌ها می‌توانند با پرداخت هزینه اندکی در آنجا به سر برند. در سراسر اروپا چنین خوابگاه‌هایی وجود دارد. مزرعه آنگاوالنگارد^{۱۴} در منطق زودرسلات^{۱۵} در جنوب غربی سوئد قرار گرفت و نمونه موفق‌ی از کارآفرینی خانوادگی در زمین گردشگری کشاورزی می‌باشد. از دیدگاه پایداری، آنگاوالنگارد یکی از توسعه‌یافته‌ترین مزارع در این منطق می‌باشد، به‌ویژه به خاطر کیفیت محصولاتش که همگی ارگانیک می‌باشند و مستقیم از مزرعه به سرسفره^{۱۶} مصر کننده منتقل می‌شوند. آنچه صاحبان کارآفرین این را متمایز می‌سازد روش نوآوران و خلاقان آن‌ها در زمین مدیریت کسب‌وکارش می‌باشد. آن‌ها از تولید محصولات منحصربه‌فرد و بازار ویژه^{۱۷} بیشترین بهره را برده‌اند. به‌طور مثال، تمامی مراحل عرض مواد غذایی، از کاشت و پرورش محصولات زراعی و گیاهان علوفه‌ای تا توزیع مواد غذایی و گوشتی فراوری‌شده و بسته‌بندی‌شده در مزرعه ۱۴۱ هکتاری آنگاوالنگارد انجام می‌شود. این مزرعه تمام ملاحظات

^{۱۰} BARBIERI, ۲۰۱۳, GETZE, ۲۰۰۱, JOO, ۲۰۱۲, YANG ۲۰۱۲

^{۱۱} لردکیانینز و همکاران، ۲۰۰۵

^{۱۲} Alpine

^{۱۳} CAP: Common Agricultural Policy

^{۱۴} Angavallen Gard

^{۱۵} Soderslatt

^{۱۶} From land to table

^{۱۷} Market niches

زیست محیطی را مدنظر قرار داده و اقدامات لازم در زمین صرف جویی آب و انرژی را انجام داده است. مواد خام مورد استفاده در این مزرع باید دارای استانداردهای زیست محیطی باشند. بعد از این که مردم به خرید محصولات این مزرع و همچنین به خود مزرع علاقه مند شدند، خانواده صاحب مزرع تصمیم گرفتند که وارد حوزه گردشگری هم شوند. آن‌ها همچنین از مزرع خود برای برگزاری مجال جشن و عروسی استفاده می‌کنند، و پارک گردشگری، کافه، رستوران، هتل و سالن کنفرانس هم در مزرع خود تأسیس نموده‌اند.^{۱۸}

گردشگری کشاورزی در نواحی روستایی آمریکا بسیار گسترده است و در بعضی از روزهای سال مزارع برای بازدید عموم آزاد می‌شوند. گردشگران می‌توانند میوه و سبزی بچینند، اسب سواری کنند، اسل‌ها را بچسند و در دکه‌های کنار مزارع یا فروشگاه، محصولات مختلف و صنایع دستی را خریداری نمایند یا فعالیت دیگر را به انجام رسانند. در آمریکا در سال ۲۰۰۰، حدود ۶۱ میلیون نفر یک یا چند بار در سال از مزارع کشاورزی بازدید کرده بودند که تقریباً ۱۱ درصد جمعیت این کشور را شامل می‌شد. مطالعات نشان می‌دهند که درآمد حاصل از گردشگری کشاورزی در آمریکا حدود ۹۱۱ میلیون دلار در سال است. به دلیل تنوع محصولات کشاورزی و مزارع، کالیفرنیا یکی از بهترین ایالت‌ها در آمریکا ب منظور تفریح و اقامت در یک مزرع است. بسیاری از مزارع خانوادگی کوچک در ساحل غربی آمریکا برای کسب درآمد به صنعت گردشگری کشاورزی تکی دارند که بسیاری از آن‌ها وظیفه آموزش فن‌های کشاورزی بومی و راهبردهای رشد محصولات ارگانیک را نیز به عهده‌دارند. دانشگاه کالیفرنیا، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین نظام‌های آموزش عالی دولتی در ایالات متحده، با ارائه برنامه آموزشی یا عنوان "مزرع کوچک" به تولیدکنندگان در عرصه تجارت گردشگری کشاورزی کمک می‌نماید.

گردشگری کشاورزی در کشورهای در حال توسعه نظیر تایلند، ترکی و چین در سال‌های اخیر توسعه سریعی را تجربه کرده است. مثلاً در تایلند، بودجه‌ای معادل ۱۲۵ میلیون بات (واحد پول تایلند) به وزارت کشاورزی و بخش ترویج کشاورزی اختصاص یافت تا جاذبه‌ای گردشگری کشاورزی در این کشور را توسعه و ارتقا دهند. از زمان پیدایش گردشگری کشاورزی در تایلند در سال ۲۰۰۲، تعداد روزافزونی از نواحی کشاورزی خصوصی افتتاح شده و پذیرای گردشگران بوده‌اند. تا سال ۹۸-۲۰۰۵ جامعه کشاورزی به این طرح ملی پیوستند. در سال ۲۰۰۴، گردشگری کشاورزی توانست حدود ۹۲ میلیون بات برای کشاورزان تولید نماید که این درآمد حاصل بازدید ۵۰۰,۰۰۰ گردشگر از مزارع کشاورزی بود.

در چین هم در سال‌های اخیر توسعه و ارتقای گردشگری روستایی و کشاورزی بسیار مورد توجه قرار گرفت است. اساس گردشگری روستایی چین بر کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با آن تمرکز دارد.

بر اساس اطلاعات اداره گردشگری چین^{۱۹} در سال ۲۰۱۱، گردشگری روستایی و کشاورزی بیش از ۱۲۱ میلیارد یوان درآمد حاصل کرده و برای بیش از ۱۵ میلیون کشاورز شغل ایجاد کرده است.

بر اساس برنامه توسعه گردشگری روستایی (۲۰۱۵-۲۰۹) پیش‌بینی شده است که تا پایان سال ۲۰۱۵ بیش از ۲۰۱۱ شهرک گردشگری و ۱۰۰۰۰ روستای گردشگری در سراسر چین ایجاد خواهد شد. پیش‌بینی می‌شود که تا پایان گردشگران روستایی به بیش از ۲۲۱ میلیون نفر خواهد رسید، در این صورت حدود ۱۱۴ میلیارد یوان درآمد تولید خواهد شد، برای ۳۹۳ میلیون نفر به‌طور مستقیم و برای ۳۷ میلیون نفر به‌طور غیرمستقیم شغل ایجاد خواهد شد و سران درآمد سالیان کشاورزان حدود ۵ درصد رشد خواهد داشت.^{۲۰}

تایوان کشوری سرسبز و کوهستانی با تعداد زیادی مزارع گردشگری است و هر سال در این کشور تورهای گردشگری فراوانی به‌منظور بازدید از مزارع کشاورزی برگزار می‌شود. به این ترتیب بسیاری از محصولات این کشور به گوش و کنار جهان راه می‌یابد. تایوان به چند دلیل کشوری ایده‌آل در زمین گردشگری کشاورزی است: دلایلی نظیر ارائه تسهیلات اقامتی در خانه‌های روستایی واقع در مزارع کوچک و عرضه محصولات و مواد غذایی ارگانیک به گردشگران که موج حمایت بیشتر دوستداران طبیعت و محیط‌زیست از صنعت کشاورزی و گردشگری کشاورزی می‌شود. علاقه‌مندان به چای و محصولات آن می‌توانند در یک تور تخصصی کشاورزی با تمرکز بر روی مزارع چای در جزایر تایوان، سفر دریایی با کشتی را نیز تجربه نمایند.^{۲۱}

^{۱۸} لردکیانیدز و همکاران، ۲۰۰۵

^{۱۹} China National Tourism Administration (CNTA)

^{۲۰} ونگ و همکاران، ۲۰۱۳

^{۲۱} تیموری گرده، ۲۰۱۳

جزیره فیلیپین با برخورداری از مزارعی متنوع و چند عملکردی، و برخورداری از انواع محصولات کشاورزی، مکانی مناسب برای گردشگری کشاورزی است. گردشگری کشاورزی در مقیاس‌های متنوعی نظیر بازدید از مزارع بزرگ آناناس تا فعالیت‌های کوچکتر کشاورزی نظیر بازدید از مزارع گل ارکیده، مزارع زنبورعسل، و حتی مزارع کوچکتر کشت محصولات گرمسیری کمیاب مانند میوه اژدهای اپایا، صورت می‌پذیرد. این جزیره زیبای واقع در جنوب شرقی آسیا به‌طور فعالی به دنبال جذب بیشتر گردشگران و شرکت‌های گردشگری است. همچنین استفاده گسترده از زبان انگلیسی به‌عنوان زبان دوم در این کشور توانست آن را به مشهورترین مقصد بین‌المللی جاذب گردشگری کشاورزی جهان تبدیل نماید.

در مراکش منطقه‌ای با تنوع نسبتاً زیادی از درختان نخل وجود دارد که برداشت و فرآوری محصولات آن و همچنین چشم‌اندازهای زیبای طبیعی ایجادشده در اثر احداث باغات، هر سال تعداد زیادی گردشگر را به این مناطق برده و درآمد بسیار زیادی را عاید ساکنان منطق می‌نماید. ایران به لحاظ جاذبه‌های گردشگری در میان ۱۱ کشور برتر دنیا قرار دارد، اما به لحاظ بهره‌برداری از این جاذبه‌ها، در رده‌های آخر جدول قرار گرفت است. بر اساس آمار منتشره، سهم ایران از به ازای فقط ۰,۰۵۱ درصد است. جدا از جاذبه‌های تاریخی که در نوع خود در سطح جهانی بی‌نظیر گردشگری هستند، وجود برخی موهبت‌های طبیعی مانند روستاهای تاریخی و شگرف، تمدنی غنی، جلوه‌های بی‌نظیر از گردشگری طبیعی و کشاورزی هرکدام به‌نوبه‌ی خود می‌تواند گردشگری کشور را با تحولی عظیم روبرو سازد. تنوع آب و هوایی و چهارفصل بودن طبیعت کشور و مستعد بودن کلی مناطق برای تولید محصولات کشاورزی عامل مؤثری است که می‌تواند گردشگری کشاورزی کشور را توسعه دهد. روستاهای کشور، محصولات متنوع و متفاوت از یکدیگر را تولید می‌کنند. مراسم خاص و مرتبط با کاشت و برداشت محصول در مناطق مختلف به شیوه‌های گوناگون برگزار می‌شود و به تبعه آن فرهنگ، رسوم و صنایع دستی ویژه‌ای در هر یک از روستاها می‌توان یافت. این تنوع می‌تواند در گسترش و تقویت گردشگری کشاورزی در کشور بسیار مؤثر باشد.

جشنواره گل و گلاب در کاشان، دهکده‌های پرورش گل در محلات، جشن برداشت گندم در خراسان رضوی، جشن خرمن در ماسال، گل لال و پست دریایی در صومعه‌سرا، مزارع چای گیلان نمونه‌ایی از ظرفیت بسیار عظیم گردشگری کشاورزی در کشور هستند که اگر به‌درستی از آن‌ها استفاده شود، می‌تواند هر سال تعداد زیادی گردشگر را به خود جذب نماید و باعث تولید درآمد و ایجاد اشتغال شود.

۲-۱۰-۲- کارآفرینی گردشگری کشاورزی و توسعه پایدار روستایی:

توسعه روستایی به معنای عام اشاره به بهبود رفاه مردم روستایی دارد^{۲۲}؛ اما این مفهوم به‌طور روزافزونی پیچیده‌تر شده و فراتر از حیطه اقتصادی رفت و امروزه مفاهیمی نظیر توسعه پایدار را در بر گرفته است. بسیاری از صاحب نظران بر این باورند که کارآفرینی گردشگری کشاورزی می‌تواند به توسعه پایدار روستایی و کشاورزی کمک نماید^{۲۳}، چرا که از این طریق روستاییان و کشاورزان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینی گردشگری گردهم آورده و با تلاش و کوشش خلاقان فرصت‌ها را شناسایی و بهره‌گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه‌ی جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی خلق می‌کنند که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود؛ بنابراین، روستاییان و کشاورزان کارآفرین گردشگری ذهنیت کارآفرینی و ظرفیت‌های موجود را ترکی کرده و یک فعالیت اقتصادی جدید و یا ارتقا یافت را به نام گردشگری روستایی و کشاورزی خلق می‌کنند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آن‌ها تولید می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت که کارآفرینی گردشگری روستایی و کشاورزی به‌طور خاص راهکاری جدید در نظری‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه‌ی پایدار بوده و به‌عنوان یک راهبرد نوین در توسعه‌ی مناطق

^{۲۲} هوگ، ۱۹۸۶

^{۲۳} مک کلوی، ۲۰۰۴

روستایی به علت ماهیت اشتغالزایی بالا، می‌تواند برای روستاییان، اشتغال مولد و برای بیکاران فصلی، اشتغال موقت ایجاد نماید و ماندگاری در روستا را تسهیل نماید.^{۳۴}

صاحب‌نظران بر این باورند که گردشگری کشاورزی ارتباط تنگاتنگی با پایداری دارد زیرا این نوع گردشگری بر مشارکت و دخالت مسئولان افراد در فعالیت‌های گردشگری تأکید دارد و برخلاف گردشگری عمومی که تأکید اصلی آن بر بعد اقتصادی است، یکی از مولفه‌های اصلی گردشگری کشاورزی یادگیری و آگاهی اجتماعی و زیست‌محیطی می‌باشد. به عبارت دیگر، گردشگری کشاورزی یک کس و کار کارآفرینان پایدار است زیرا این قابلیت را دارد تا در هر سه بعد پایداری سودمند باشد و مزایای متعددی را در این زمین ارای دهد.^{۳۵}

به‌طور خلاصه، کارآفرینی گردشگری کشاورزی می‌تواند در بعد اقتصادی مزایایی مانند افزایش درآمد، ایجاد فرصت‌های شغلی و بازاریابی و افزایش سود کشاورزی، در بعد اجتماعی مزایایی مانند بهبود امنیت اجتماعی و کیفیت زندگی کشاورزان، توانمندسازی زنان کشاورز و حفظ آیین و سنن محلی و در بعد زیست‌محیطی مزایایی مانند استفاده مؤثر از منابع، حفاظت از زیستگاه‌های طبیعی و اکوسیستم‌ها و کاهش آلودگی کشاورزی را ارائه دهد و به کشاورزان و جامعه محلی در این ابعاد کمک می‌نماید.^{۳۶}

در ادامه این مبحث نقش کارآفرینی گردشگری کشاورزی در ابعاد مذکور بیشتر تشریح می‌شود.

شاید بتوان گفت عمده‌ترین مزیت کارآفرینی گردشگری کشاورزی برای کشاورزان کسب درآمد بیشتر می‌باشد.^{۳۷} به عبارت دیگر، این نوع گردشگری یک منبع درآمد مکمل برای کشاورزان محسوب می‌شود. صاحب‌نظران معتقدند که تنوع کارآفرینان مزرعه یک درآمد ثابت تر، و اغلب بالاتر برای تولید کننده ایجاد می‌کند.^{۳۸} مطالعات تجربی هم نشان دهنده آن است که در زمان بحران اقتصادی نظیر کاهش تولید یا افت قیمت‌ها، گردشگری کشاورزی می‌تواند درآمد اضافه‌ای را برای کشاورز ایجاد نماید.^{۳۹}

همچنین گردشگری کشاورزی می‌تواند محرک دیگر فعالیت‌های محلی باشد و باعث رونق کسب‌وکارهای محلی شود و از طرق مختلفی نظیر فروش تولیدات کشاورزی، فروش انواع سوغاتی‌ها یا صنایع‌دستی به گردشگران، راه اندازی سالن‌های غذاخوری یا رستورانها، انواع مختلف محل‌های اقامت نظیر هتل و ویلا و خان‌های بیلاقی به بهبود اقتصاد روستایی کمک کند.^{۴۰}

اگرچه بیشتر مطالعات مزایای اقتصادی گردشگری را مورد بررسی قرار داده‌اند و کمتر به مزایای اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی پرداخته‌اند، اما محدود مطالعات انجام شده نشان می‌دهند که گردشگری کشاورزی به بهبود وضعیت اجتماعی و زیست‌محیطی جوامع روستایی نیز کمک می‌کند.^{۴۱}

۲-۱۱- پردازش گردشگری کشاورزی

برای ترسیم یک چارچوب منسجم از گردشگری کشاورزی، دو سطح قابل بررسی است. سطح اول در نظر گرفتن کنشگران این‌گونه از گردشگری است و در این راستا نقش هر یک از این کنشگران در فعالیت گردشگری دارای اهمیت است. در سطح دوم فعالیت‌های گردشگری در غالب فعالیت‌های اصلی و جنبی موردتوجه است. (Lo et al. ۲۰۱۴)

به‌طور کلی گردشگران پیرامون بازدید از نواحی روستایی و زمینه‌ای کشاورزی به ویژگی‌های ذاتی آن همچون فضا، آرامش و آسایش اهمیت زیادی می‌دهند و این ویژگی‌ها از ارکان اصلی گردشگری در نواحی روستایی است. در صورت ایجاد رابطه مستحکم و پایدار گردشگران با مردم محلی و احساس آنکه در مدت کوتاهی که در روستا به سر می‌برند جزئی از مردم محلی هستند، بازگشت و مراجعت مداومی را سبب می‌شود که خود گردشگری کشاورزی تداوم داری را شکل می‌دهد. (Phillip et al. ۲۰۱۰)

^{۳۴} رکنالدین افتخاری و همکاران، ۲۰۱۴

^{۳۵} باربیری، ۲۰۱۳؛ وادیویا و باربیری، ۲۰۱۴

^{۳۶} اسچیلینگ و همکاران، ۲۰۱۲؛ تنو و باربیری، ۲۰۱۲؛ باربیری، ۲۰۱۳؛ یانگ، ۲۰۱۳

^{۳۷} مک گهی، ۲۰۰۷

^{۳۸} باربیری و همکاران، ۲۰۰۸

^{۳۹} فیشر، ۲۰۰۶؛ مک گهی، ۲۰۰۷؛ اولنبرگ و باکلی، ۲۰۰۷

^{۴۰} یانگ، ۲۰۱۲

^{۴۱} یانگ، ۲۰۱۲؛ اولنبرگ و باکلی، ۲۰۰۷؛ ویک و همکاران، ۲۰۰۶

در سوی دیگر کنشگری گردشگری کشاورزی، میزبان یا کشاورزان قرار دارند که در رویکردی برای کسب درآمد مازاد، گردشگری را در مزارع خود می پذیرند؛ اما نمیتوان تمامی کشاورزان را به عنوان میزبانی موفق در زمینه گردشگری محسوب نمود. از این رو، گردشگری کشاورزی برای همه کشاورزان نیست بلکه مختص ایجاد گونه ای از هویت و شرایط محیطی از سوی برخی کشاورزان برای موفقیت در عرصه گردشگری کشاورزی است. برخی از شرایط موفقیت کشاورزان به عنوان میزبان در عرصه گردشگری می تواند مواردی همچون: هویت بیرونی، شکیبایی و بردباری، داشتن تفکری متفاوت و مجموعه ای از مهارتها، نیاز به ایجاد لذت و تقسیم زندگی خود با مهمانان خود و ایجاد یک محیط یا مزرعه جاذب باشد. کشاورزان موفق در زمینه گردشگری قادر به درک این نکته هستند که این گونه از گردشگری به عنوان داد و ستدی برای کسب درآمد مازاد و تلفیق با تجارت گردشگری است. از این رو برای کاستن از فشار هزینه ها و بحران های وابسته به آن و همچنین به منظور افزایش درآمد و متنوع کردن فعالیت های کشاورزی، رویکرد به گردشگری می تواند مفید واقع شود آنچه کلیت گردشگری را در مجموعه های از کنش ها ساماندهی می کند و توسعه و پیشبرد آن را تسهیل می نماید، اقدام سازمانها و تشکل های خصوصی در ابعاد محلی برای تشویق و ترغیب این گونه از گردشگری است. (Khanal & Mishra, ۲۰۱۴)

از این رو گردشگری کشاورزی در عین حال روش آسانی برای نیل به توسعه اقتصادی و فقرزدایی نیست چراکه به مهارت های کسب و کار، میل و رغبت به خدمات دهی به دیگران (تفکر خدمات محور) و تعهد بسیار اعضای جامعه و دولت محلی نیازمند است. برای نیل به دخالت جمعی مردم محلی و بومی در اقتصاد گردشگری کشاورزی اساسا به آموزش ای فشرده و حرفه ای طی سالیان متمادی نیاز است که خود انگیزهای محرک و اساسی محسوب میگردد. در حالیکه زمانبندی برای به رهبرداری از گردشگری کشاورزی و افزایش سطوح علاقمندی مشتریان بسیار مفید است. ولی در مورد راه های موفقیت این روش ها خوب اندیشه نشده و طبعا نبود اندیشه خوب و مثبت هر پروژه های احتمال موفقیت آن را میکاهد. برای همه دست اندکاران دولت، بخش خصوصی و جوامع (برخورداری از یک چشم انداز دور برای پروژه ها ضروری و مهم است. آنان باید به چالش ها و موانع اجرای موفق پروژه های گردشگری کشاورزی پیش روی کشاورزان هم توجه جدی داشته باشند که عبارتند از (بیشمی و عزیز، ۱۳۹۵).

- دانش محدود صنعت گردشگری
 - محدودیت قرار گرفتن در شرایط درک و دسترسی به بازار
 - تجربه کم کسب و کار
 - فقدان راهبردهای کسب و کار و بازاریابی
 - عدم دسترسی به صندوق های بازاریابی و توسعه
 - نبود تفکر خدمات محور در میان عرضه کنندگان یا دیدگاه غیرعامل در میان مردم محلی
 - عدم آموزش و تحصیل کافی
 - زیرساخت های محدود
 - عدم دسترسی به سایتهای گردشگری کشاورزی
- با توجه به این موانع، راهبردهای اجرای گردشگری کشاورزی را باید متناسب با محتوا و ظرفیت های محلی اتخاذ نمود. عناصر کلیدی موفقیت محصولات گردشگری کشاورزی، صرف نظر از شرایط محلی عبارتند از (بیشمی و عزیز، ۱۳۹۵)

- ارائه سایت های خاص به بازدیدکنندگان برای تمرکز روی محتوای کشاورزی منطقه و آشنایی با ویژگی های گردشگری منطقه
- تلفیق جوامع محلی با اکوسیستم منطقه در تجربه بازدیدکنندگان
- نشان دادن چگونگی تعامل مردم با طبیعت
- آموزش بازدیدکنندگان و روستائیان با توجه به نقش اساسی آموزش در تجربه

- بازتاب صحیح واقعیت الگوهای زندگی روستایی، آنچه از کسب‌وکار روزمره جامعه میزبان در ذهن بازدیدکنندگان نقش میندود و بسیار باشکوه و برای ایشان منحصربه‌فرد است
- ایجاد ارتباط مستقیم بین کشاورزی در مقیاس کوچک و تجربه گردشگری و درک این نکته اهمیت بسیاری دارد که فرآیند ارتقای کیفیت بر اساس استانداردهای از پیش تعریف شده مستلزم رابطه کاری نزدیک بین همه دست‌اندرکاران گردشگری در مقصد است که شامل مقامات محلی، سازمان های مدم نهاد، کسب‌وکارهای خصوصی گردشگری و شرکت ها و بنگاه‌های کوچک می‌شود.

عوامل مؤثر برای ایجاد و گسترش فعالیت‌های متنوع گردشگری کشاورزی عبارتند از: (Arroyo et al. ۲۰۱۳)

۱. ویژگی های زمین مزرعه و عملکرد آن
۲. ثروت خانوادگی مالک یا درآمد خالص مزرعه
۳. ویژگی های کشاورز یا مالک
۴. مکان مزرعه (منطقه جغرافیایی و اقلیم)

۱۳-۲- بهترین شیوه های مدیریتی در گردشگری کشاورزی

بهترین شیوه های مدیریتی در گردشگری کشاورزی عبارتند از (<http://www.agmrc.org>)

۱. ارائه یک تجربه مزرعه واقعی
۲. ارائه یک تجربه آموزشی موفق
۳. ارائه عالی ترین سرویس های خدماتی
۴. ارائه امکانات عمومی مناسب
۵. حفظ محیطی امن
۶. ایجاد ارتباط اجتماعی خوب
۷. برنامه‌ریزی برای آینده مالی

هنگامیکه تصمیم به راه اندازی کسب‌وکاری درزمینه گردشگری کشاورزی یا ارزیابی مزرعه و باغ به‌منظور ایجاد یک جاذبه گردشگری روستایی گرفته می‌شود، بایستی موارد فوق الذکر مورد بررسی قرار گیرد. این موارد چنانچه ذکر گردید عبارتند از:

۱. تجربه مزرعه واقعی

همانطور که پیشتر ذکر شد، گردشگری کشاورزی در کنار اهداف کاملاً تجاری خود به ارائه خدمات آموزشی نیز می‌پردازد. به همین دلیل حفظ این نکته بسیار با اهمیت است که چهره ارائه‌شده از مزرعه یا دامداری مورد نظر در واقع نماینده جامعه، منطقه، استان، ایالت یا به‌طور کلی زیست‌خوان جغرافیایی همان منطقه باشد. محصول یا فرآورده کشاورزی تولید و ارائه‌شده در این مزرعه در واقع می‌تواند تجربه ای از سبک زندگی روستایی یا کشاورزی همان منطقه باشد.

۲. تجربه آموزشی

مزارع می‌توانند تجربیات آموزشی کشاورزی خود را برای بازدیدکنندگان در سنین مختلف ارائه دهند. تولید، غذا، نظارت بر زمین^{۳۳} و تاریخچه کشاورزی موضوعات معمولی هستند که بازدیدکنندگان علاقه‌مند به یادگیری آن هستند. علاوه بر این آموزش فعالیت‌هایی چون ماهیگیری، شکار، گاری سواری، اسکی و کوهنوردی نیز می‌تواند در برنامه‌های آموزشی گنجانده شود.

^{۳۲} land stewardship

۳. خدمات مشتری

ارائه سرویس های خدماتی بخشی جدایی ناپذیر از گردشگری کشاورزی است. آموزش کارکنان به جهت تعامل مناسب و مستمر با مشتریان و بازدیدکنندگان روشی مطمئن و تجربه ای موفق در پایداری این تجارت است. ارائه خدمات مناسب این اطمینان را به کشاورزان می دهد که مشتری های راضی مجدداً به مزرعه آنها بازگشته، بازدیدکنندگان جدیدی را روانه مزرعه آنها خواهند کرد و علاوه بر این تبلیغی قدرتمند برای مزرعه خواهند بود.

۴. امکانات عمومی مناسب

مزرعه یا دامداری مورد نظر بایستی به منظور ارائه خدمات اولیه مانند پارکینگ، وسیله نقلیه یا آژانس های مسافرتی، آنتن مخابراتی، خدمات، آموزش و راه های دسترسی مناسب از ظرفیت کافی (کارکنان و زیرساختها) برخوردار باشد. به منظور حفظ یک تجارت ایمن و مشتری پسند تهیه خدمات و امکاناتی مانند سرویس های بهداشتی ضروری است.

۵. محیطی امن و قابل دسترس

به منظور برپایی تجارت گردشگری کشاورزی بایستی اطمینان داشت که محیط مزرعه، امکانات، دستگاه ها و وسایل موجود در آن کاملاً با ضوابط ایمنی، سلامت و مقررات زیست محیطی مطابقت دارد. در این راستا داشتن یک طرح مدیریت خطر^{۳۳} برای مزرعه ضروری است.

۶. روابط اجتماعی

به منظور برخورداری از روابط اجتماعی و تبلیغات خوب و کارآمد، حفظ ارتباط با گروه هایی چون مدارس، دانشگاه ها و همکاران تجاری در قالب برپایی تورهای مدرسه توصیه می شود.

۷. برنامه ریزی مالی

مرور منظم برنامه های کوتاه مدت و بلند مدت تجاری و تخصیص مناسب قیمت به تمامی خدمات و تولیدات ارائه شده در مزرعه برای تشویق گردشگران شدیداً توصیه می شود.

۲-۱۴- گردشگری کشاورزی به عنوان یک فرصت در ایران

کشور ایران با پتانسیل های کشاورزی فراوان در محصولاتی مانند زرشک، انار و به خصوص پسته، گل محمدی و زعفران و قابلیت انواع گردشگری مانند گردشگری طبیعت، نجوم و بیابان گردی می تواند تبلور فضایی خاص را در زمینه گردشگری کشاورزی رقم بزند. به نظر می رسد اولین نیاز ایجاد بنگاه های گردشگری کشاورزی در کشور، تدوین طرحی جامع برای هر شهرستان و تهیه شناسنامه اگریتوریسمی برای محصول کشاورزی است تا در راستای آن بتوان با اقداماتی نظیر تهیه نقشه گردشگری کشاورزی، انتخاب جامعه هدف، تشکیل کمیته ها و تعاونی ها، ایجاد غرفه ها و بازارهای رسمی و حرفه ای، ایجاد چرخه گردشگری کشاورزی و برگزاری فستیوال های مردمی به موفقیت و شناسانده شدن مزارع و شهرستانها به عنوان قطب های گردشگری کشاورزی منطقه ای و در برنامه ریزی بلندمدت بین المللی دست یافت.

گردشگری در نواحی روستایی می تواند در تلفیق با دیگر کارکردهای روستا به تنوع و پایداری اقتصاد روستایی به وسیله ایجاد اشتغال، افزایش درآمدهای خانوار و اجتماع روستایی کمک شایانی نماید و پهنه گسترده ای از تجارب و ایجاد فرصتهایی برای جذابیت و کشش صنایع کوچک فراهم آورد. از آنجائیکه نواحی روستایی بسیاری در کشور وجود دارند که دچار رکود اقتصادی بوده و آمار مهاجرت بالایی به شهرها دارند و علاوه بر آن از قابلیت گردشگر پذیری خوبی برخوردارند، تلفیق کارکرد کشاورزی و گردشگری و تنوع بخشی به اقتصاد روستایی و کشاورزی در این مناطق ضروری به نظر می رسد.

^{۳۳} Risk management plan

گردشگری کشاورزی از جنبه های مختلف می تواند نقش مهمی در ارائه فرهنگ و همچنین رونق گردشگری در ایران داشته باشد. در مورد توجه به نقش گردشگری کشاورزی در ایران چند مثال ذکر می گردد:

جشن برداشت محصولاتی از جمله گیلاس (استان اردبیل) انار (استان اصفهان) پنبه (استان گلستان) زعفران (استان خراسان جنوبی) پسته و خربزه (استان سمنان) خرما (استان کرمان) توت فرنگی (استان کردستان) فندق، انگور و زیتون (استان قزوین) و جشن خرمن (استان گیلان) برگزار می شود که علاوه بر ارزشمند بودن به عنوان میراث، قابلیت جذب گردشگر کشاورزی را نیز دارند. چهار فصل بودن ایران و مستعد بودن کلیه مناطق برای تولید محصولات کشاورزی عال مؤثری است که می تواند گردشگری کشاورزی ایران را توسعه دهد، به ویژه آنکه اقتصاد استان هایی چون گیلان، مازندران و اردبیل بر پایه منابع به دست آمده از گردشگری و کشاورزی است.

بی تردید سرمایه گذاری بخش بیمه ای در بخش صنعت کشاورزی و گردشگری، برگزاری تورهای کشاورزی و روستایی می تواند به معرفی بخش عظیمی از توان گردشگری کشاورزی و روستایی کشور کمک کند. نمونه قابل تامل برگزاری جشن گل و گلاب کاشان است که طی سال های گذشته گردشگری کاشان را با تحولاتی روبرو ساخته است. اگر برگزاری جشنواره گل و گلاب کاشان می تواند منشاء تحولات گردشگری در این شهرستان شود، پس باید پذیرفت که توسعه گردشگری کشاورزی در مقیاس بزرگتر آن یعنی "ایران" می تواند هم برای گردشگری و هم برای کشاورزی کشور دست آوردهای مثبت و ارزشمندی به همراه داشته باشد.

۳- نتیجه گیری

بهترین جنبه های اکوتوریسمی ترکیب هنرهای زندگی آرام و روستایی، نزدیکی بیشتر به طبیعت، یادگیری کشاورزی و تجربه فرهنگ های محلی و اصیل با زندگی در میان روستاییان برای مدتی کوتاه است. امکان زندگی در نزدیکی یا در روستایی کوچک و دور افتاده، گردشگر را در شرایط یک زندگی آرام و تجربه فرهنگ کاملاً اصیل محلی قرار می دهد. گردشگری کشاورزی شاخه ای از گردشگری روستایی است که در آن گردشگران با خانواده های روستایی زندگی نموده و در مورد فعالیت های کشاورزی، زندگی در کشتزارها و مناطق کشاورزی مطالبی را فرا می گیرند، در این شیوه گردشگران بدون ایجاد پیامدهای منفی بر روی اکوسیستم مناطق میزبان، با فعالیت های سنتی کشاورزی در تعامل بوده و یا در آن مشارکت می کنند.

بر اساس مطالعات انجام شده و تحلیل تجارب سایر کشورها مشخص شد در رابطه با روند رشد و پیشرفت گردشگری کشاورزی با فرآیند مهاجرت روستا - شهری و تنوع شغلی باید مناطق هدف گردشگری در مناطق مختلف به صورت ملموس مشخص شود؛ و جهت پیشرفت گردشگری مزرعه در این مناطق ضمن حمایت های مادی و انگیزشی از کشاورزان، ضرورت همکاری با گردشگران و سایر نهاده مرتبط به نحو جدی اقدام شود. از سوی دیگر دستیابی به توسعه روستایی در گرو توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی می باشد. وجود چشم انداز های مختلف از کاشت محصولات کشاورزی در مکان های مختلف کشور و نیز وجود گیاهان خاص نواحی اقلیمی مشخص، یکی از قابلیت های گردشگری کشاورزی در ایران به شمار می آید. کاشت برخی محصولات ویژه در نواحی جغرافیایی مشخص (مثل زعفران در خراسان)، چشم انداز باغ ها در شاهراه اصلی شمال کشور استفاده از ابزارها و کشت سنی در نواحی روستایی حاشیه کویر و نظایر آن، جاذبه هایی هستند که هر یک قابلیت گردشگری پذیری بالایی دارند. برخی صاحب نظران کاشان را تنها شهری می دانند که در فصل گلاب گیری توانسته است از گردشگری کشاورزی استفاده لازم را ببرد. با این وجود، در بسیاری از نقاط کشور قابلیت های دست نخورده ای از گردشگری کشاورزی وجود دارد که باید مورد شناسایی، ترویج و حمایت قرار گیرند.

۴- منابع

- محسنی، ر، ع (۱۳۸۸) گردشگری پایدار در ایران: کارکردها، چالش ها و راهکارها. مجله علمی پژوهشی فضای جغرافیایی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهر، سال نهم، شماره ۲۸، ۱۷-۱۴۹
- رضوانی، م (۱۳۸۷) توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار. انتشارات دانشگاه تهران، تهران فخیم زاده، ح . خطیبی، م (۱۳۹۳) اگریتوریسم، افقی نو در توسعه گردشگری و کشاورزی. انتشارات جاوید علم، تهران
- سید علی پور، س، خ. اقبالی، ن. بخشنده نصرت، ع (۱۳۸۹) مدیریت گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی (مطالعه موردی: روستاهای استان سمنان). پژوهشگر، دوره ۷، شماره ۱۹، ۶۹- ۵۲
- بیشمی، ب. عزیزی، ح (۱۳۹۵) نمونه های بین المللی از مسافرت و توریسم پایدار. انتشارات پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران

- Operman, M (۱۹۹۶): Rural tourism in southern Germany. Annals of Tourism Research, Vol. ۱۳, No. ۱. Cambridge University Press.
- Schaneman, A (۲۰۱۰) Nebreska's guide to agritourism & Ecotourism development. The Nebreska Department of Economic Development, Division of Travel and Tourism, Lincoln, NE.
- Lo, M. C. Wang, Y, C. Songan, P. Yeo, A (۲۰۱۴) Tourscape: a systematic approach towards a sustainable rural tourism management. IOP Conference Series Earth and Environmental Science, ۱۸ (۱). DOI: ۱۰.۱۰۸۸/۱۷۵۵-۱۳۱۵/۱۸/۱/۰۱۲۰۷۲
- Phillip, S. Hunter, C. Blackstock, K (۲۰۱۰) A typology for defining agritourism. Tourism Management, ۳۱, ۷۵۴-۷۵۸.
- Khanal, A. R. Mishra, A (۲۰۱۴) Agritourism and off-farm work: Survival strategies for small farms. Agricultural economics-The Journal of the International Association of Agricultural Economists, ۴۵(S۱) ۶۵-۷۶

- Arroyo, C. G. Barbieri, C. Rich, S. R (۲۰۱۳) Defining agritourism: a comparative study of stakeholders' perception in Missouri and North Carolina. *Tourism Management* ۳۷, ۳۹-۴۷.
- Bernardo, D. Valentine, L. and Leatherman, J (۲۰۰۴) If you build it, will they come? Rusk and profit conference, Kansas State University, Manhattan, KS, August ۱۵-۱۶, ۲۰۰۴. Available at http://www.agmanager.info/events/risk_profit/۲۰۰۴/Bernardo.pdf.

Review and analysis of agricultural tourism management in the world and Iran

Abstract

Agricultural tourism is one of the forms of rural tourism that is included in the special or alternative tourism group. Today, agricultural tourism in the world is considered as a strategy to improve the economic, social and biological conditions of villages. Also, by creating new job opportunities, it promotes social and cultural values in rural areas, helps preserve the environment and reverses the flow of rural-urban migration; But studies show that this type of tourism has not developed significantly in Iran. This research was conducted with the aim of investigating and analyzing the management of agricultural tourism in the world and Iran. Based on this research, agricultural tourism provides a farm-based tourism experience for visitors who are looking for traditional rural hospitality and access to nature, sightseeing and cultural experiences, and it can be considered as one of the Diversifying fields should be considered for the rural economy. Through agricultural tourism, farmers can provide tourists with special experiences of rural lifestyle and culture through recreation and entertainment of agricultural activities and agricultural products.

Keywords: tourism, sustainable development, agricultural tourism, farm, entrepreneurship