

بررسی و تبیین ضرورت توجه به گردشگری مزرعه در جوامع روستایی

محمد جواد صفایی^۱، فاطمه بکها^۲

^۱ استادیار، دانشکده جغرافیا و علوم محیطی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران

^۲ دانش آموخته کارشناسی ارشد، جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه حکیم سبزواری، سبزوار، ایران

نویسنده مسئول:

محمد جواد صفایی

چکیده

گردشگری روستایی در دنیای امروز یکی از بخشهای مهم فعالیتهای اقتصادی محسوب می گردد. این فعالیت مهم اقتصادی از دیدگاههای مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. بعضی آن را به عنوان بخشی از بازار گردشگری می شناسند و عده ای نیز آن را سیاستی برای توسعه روستایی قلمداد می کنند. سوال این است که گردشگری روستایی چه نقش و اثری در توسعه روستایی داشته و چه الزاماتی جهت توسعه در مناطق روستایی نیازمند است؟ در دهه پایانی قرن بیستم بسیاری از برنامه ریزان اجتماعی - اقتصادی در کشورهای اروپایی گردشگری را روشی مطمئن با چشم اندازی بسیار روشن برای توسعه روستاها بویژه محرومترین آنها معرفی کرده اند. مطالعات انجام شده در کشورهای فرانسه، اتریش، سوییس، انگلستان، ایرلند، تایلند و ژاپن نشان می دهد که گردشگری روستایی سرعت در اقتصاد روستایی رشد کرده و مکمل فعالیتهای کشاورزی شده است. ماهیت صنعت گردشگری ایجاد اشتغال و درآمد، متنوع سازی اقتصاد، مشارکت اجتماعی و استفاده از منابع محلی است. از آنجا که بخشی از مشکلات عقب ماندگی و توسعه نیافتگی روستایی نیز به فقدان این صنعت برمی گردد، گردشگری روستایی با حل مسائل و مشکلات فوق می تواند به توسعه روستایی کمک نماید این مطالعه بصورت تحلیلی- مروری و بر پایه مطالعات و یافته های بدست آمده توسط سایر محققان انجام شده است. در گام اول بمنظور بررسی اهمیت توجه به کشاورزی و گردشگری کشاورزی با استناد به وضعیت آماری کشاورزی و میزان گردشگری در مناطق روستایی، نسبت به ارائه مزیت های گردشگری کشاورزی اقدام شده است. در قدم بعدی تجارب کشورهای پیشرو در گردشگری کشاورزی مورد توجه قرار گرفته و در گام نهایی ضمن بهره مندی از الگوها و یافته های ارائه شده توسط محققان و مشاهدات میدانی، نسبت به ارائه پیشنهادات کاربردی اقدام شده است. نتایج مطالعه نشان می دهد جهت توسعه گردشگری مزرعه باید زمینه هایی همچون تبلیغات و اطلاع رسانی به گردشگران، بهبود راههای ارتباطی و حمل و نقل، فراهم آوردن امکانات رفاهی و اقامتگاه در مزرعه و حمایت های دولت و ... تقویت گشته و نیز ورود گردشگران تأثیرهای مثبت و معناداری بر بهبود درآمد روستاییان، توسعه امکانات بهداشتی عمومی، گسترش مرکزهای اعتباری و توسعه سکونتگاهها و معابر روستاها دارد.

کلمات کلیدی: گردشگری مزرعه، توسعه روستایی، معیشت روستایی، گردشگری پایدار.

مقدمه

کشاورزی به عنوان غالب ترین فعالیت مردم در مناطق روستایی محسوب می شود، بگونه ای که بر اساس آمار منتشر شده مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۳، ۷۳ درصد روستائیان بطور مستقیم و غیر مستقیم با بخش کشاورزی ارتباط دارند و عمده درآمد آنها از این بخش تامین می شود. اما، این بخش به دلیل کاهش درآمدهای حاصله و متناسب نبودن هزینه و درآمدهای آن به نسبت سایر مشاغل و مشقت آمیز بودن آن به تنهایی پاسخگویی تامین نیازهای روستائیان نبوده و این امر موجب روی آوردن به مشاغل کاذب و مهاجرت های فصلی نیروی فعال روستایی می شود. کاهش درآمد و فشارهای پر شدت و پی در پی اقتصادی و اجتماعی، تکنولوژیکی و زیست محیطی کشاورزان را وادار به اتخاذ استراتژی های جدید^۱ و پیچیده جهت حصول اطمینان از کسب درآمد کافی برای خانوار و تداوم^۲ بین نسلی مزارع خانوادگی نموده است. از آغاز سال ۱۹۸۰ خطر اقتصادی و اجتماعی، سقوط مناطق روستایی کشورهای عضو در اتحادیه اروپا آشکار شد (fennel, 1981). از آن زمان مفاهیمی چون کشاورزی پاره وقت^۳ و برگزاری کار متعدد و همچنین ایجاد فرصت های شغلی جدید به حمایت از خانواده های کشاورز و تسهیل تولید مثل آنها به منظور ماندن در جوامع روستایی وارد گفتمان سیاست های توسعه روستایی شد. منابع جدید درآمدی از طریق تقویت (علمی و سرمایه ای) تولید (Reardon et al, 1992, Block and webb 2001)، تنوع سازی (FAQ : 2008 , kienzle et al: 2013)، تغییر سبک (Alasia et al, 2009)، (بعنوان مثال، کشاورزی ارگانیک) و اشتغال های غیر کشاورزی و خارج از مزرعه (Alasia et al, 2009) محقق شده است (جوان وهمکاران، ۱۳۹۰، ۱۸) که در این بین گردشگری مزرعه که یکی از زیر شاخه های گردشگری روستایی است می تواند منبع درآمدی برای کشاورزان محسوب شود. گردشگری مزرعه به دلیل تغییر ناگهانی آب و هوا و همچنین تغییر بازار بوجود می آید یعنی کشاورز به اجبار برای تامین نیازهای خود به مشاغل دیگر از جمله پذیرش گردشگر به مزارع خود روی می آورد. برای مفهوم توسعه گردشگری مزرعه در انکورایمیس قطاری از چند بعد اجتماعی، زیست محیطی سیستم های (دارایی و استراتژی های معیشت) که تصمیم گیری خانواده مربوطه را تحت تأثیر قرار می دهد و تلاش معیشت خود را در عوامل اصلی و مداخله گر در بحث گردشگری مزرعه (تولید، معیشت، جامعه /حوزه، چشم انداز / اکوسیستم و دولت) نقش دارند، میدانند. سیستم های اجتماعی و زیست محیطی و سیستم طبیعی و انسانی و تشخیص یک ارتباط پویا و تعامل میان این مقیاس ها پیچیدگی گرفته است. آب و هوا و اکوسیستم چارچوب موضوع را تغییر می دهد و به نوبه خود، شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع را تحت تأثیر قرار می دهد. بنابراین به رسمیت شناختن پویایی و فعل و انفعالات که در بازار معیشت خانوار و تصمیم گیری در مقیاس های مختلف را تحت تأثیر قرار می دهد. (استروم ۲۰۰۷) امروزه گردشگری مزرعه در مقیاس کوچک در روند تبدیل شدن به فعالیتهایی است که انتظار می رود برای پیشبرد اشتغال، نشاط و پایداری در جوامع روستایی مهم باشد (HALLET al, 2003; Knea fsey, 2000). گردشگری مزرعه بیشترین اثر مثبت بر سودآوری مزرعه را نسبت به سایر فعالیتهای کارآفرینی مزرعه میگذارد (schilling, A tta vanich and jin 2014) که این امر در کشورهای جهان سوم صادق نیست و روستائیان و کشاورزان آگاهی چندانی از گردشگری مزرعه ندارند. گردشگری مزرعه پتانسیلی برای افزایش درآمد، تنوع در خطوط محصول و بازار فروش محصولات، انجام اپراتور اهداف کارآفرینی و آموزش فعالیتهای غیر کشاورزی و عمومی و افزایش تعامل جامعه در مورد کشاورزی را ارائه می دهد (Busby and Reandle 2000; Ni ckerson).

ضرورت مطالعه

مناطق روستایی بخش عمده ای از جمعیت و عرصه های طبیعی کشور را به خود اختصاص داده است و جامعه روستایی نقش بسزایی را در حیات اقتصادی و اجتماعی کشور دارد، بگونه ای که برخی از صاحب نظران روستاها را مهد توسعه یافتگی با توسعه نیافتگی یک کشور می دانند (ارجمندنی ۱۳۹۱، ص ۱۰۵-۱۴۶). یکی از رویکردهای اصلی دولت در راستای رفع محرومیت و ایجاد محرک های توسعه در راستای تحقق اهداف تعیین شده در سند چشم انداز بیست ساله ی کشور (که در آن سالانه به ورود ۲۰ میلیون گردشگر خارجی تاکید شده است) و بهره گیری از توان های مناطق محروم بالاخص روستاها، مقوله ی گردشگری است. بررسی و شناخت جاذبه ها و آرایه خدمات در هر برنامه ریزی و طرح گردشگری، از مطالعات پایه و اساسی است. صنعت گردشگری در جهان توسعه فراوانی یافته است و بسیاری از کشورها از این راه توانسته اند وضعیت خود را بهبود ببخشند و از مشکلاتی مانند بیکاری، پایین بودن سطح درآمد سرانه و کمبود درآمد ارزی خویش بکاهند. صنعت جهانگردی بزرگترین و متنوع ترین صنعت در دنیا به حساب می آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را منبع اصلی درآمد، اشتغال زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت ها می دانند صنعت گردشگری امروزه به قدری در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها اهمیت دارد که اقتصاددانان آن را صادرات نامرئی نیز می نامند. یکی از انواع گردشگری که روز به روز طرفداران بیشتری پیدا میکند، گردشگری روستایی است و به

نظر می رسد روستاها در آینده به یکی از مهم ترین مقاصد گردشگران تبدیل شوند. یکی از لازمه های توسعه پایدار متوازن در جوامع روستایی، استفاده از ظرفیت ها و قابلیت های بالقوه و بالفعل موجود در نواحی روستایی می باشد. به بیان دیگر می توان گفت لزوم توجه به بخش کشاورزی و گردشگری و پیوند این دو بخش می تواند به توسعه کشاورزی و روستایی کمک نموده و از سویی شاهد مهاجرت معکوس و آبادانی روستاها بود. از طرفی آنچه که در امر گردشگری مزرعه ضرورت دارد آن است که چرا سکونتگاه های روستایی به مزرعه وصل نمی شوند؟ پاسخ آن است که دید برنامه ریزی در ایران و کشورهای جهان سوم، صرفا گردشگری شهری است و گزینه ای برای گردشگری روستایی که رکن آن مزرعه و کشاورزی است ندارد.

اهداف مطالعه

این مطالعه با هدف بررسی و تبیین ضرورت توجه به گردشگری کشاورزی در جوامع روستایی صورت پذیرفته است و از مهمترین اهداف اختصاصی آن می توان به موارد زیر اشاره کرد

- نقش گردشگری کشاورزی در رونق و رغبت به کشاورزی
- نقش گردشگری کشاورزی در اشتغالزایی زنان
- ابعاد توسعه گردشگری کشاورزی بر توسعه مناطق روستایی
- شیوه های مشارکت روستائیان و کشاورزان در گردشگری

روش مطالعه

این مطالعه بصورت تحلیلی- مروری و بر پایه مطالعات و یافته های بدست آمده توسط سایر محققان انجام شده است. در گام اول بمنظور بررسی اهمیت توجه به کشاورزی و گردشگری کشاورزی با استناد به وضعیت آماری کشاورزی و میزان گردشگری در مناطق روستایی، نسبت به ارائه مزیت های گردشگری کشاورزی اقدام شده است. در قدم بعدی تجارب کشورهای پیشرو در گردشگری کشاورزی مورد توجه قرار گرفته و در گام نهایی ضمن بهره مندی از الگوها و یافته های ارائه شده توسط محققان و مشاهدات میدانی، نسبت به ارائه پیشنهادات کاربردی اقدام شده است.

مبانی نظری

با وجود تلاش های فراوان نیم قرن اخیر در راستای کاهش فقر روستایی با توسل به رویکردهای متفاوت، ماهیت فقر روستایی تغییر نکرده است و تلاش های بسیاری برای یافتن رویکرد های مؤثر برای توسعه روستایی انجام گرفته است (احمدی، ۱۳۸۹، ص ۲۸) که همه سعی بر احیای جنبه های اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی دارند. در سالهای اخیر با توجه به نقش گردشگری در فقرزدایی (اردستانی، ۱۳۸۱، ص ۱۳۸) از آن به عنوان عاملی مهم در تحول و توسعه نواحی روستایی یاد میشود (بدری، مطیعی لنگرودی، سلمانی و فیروزجایی، ۱۳۸۸، ص ۱۴) گردشگری به عنوان یکی از فرصت های توسعه و یکی از زمینه های مشخص متنوع سازی اقتصاد روستایی، دارای ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی می باشد. توسعه گردشگری در سطح کانون های روستایی و در تعامل با اجتماعات روستایی و فرهنگ محلی، آثار و پیامدهای متنوع و گسترده ای را بر جای می گذارد. شناخت و تبیین اثرات گردشگری و مدیریت و برنامه ریزی آن نقش مؤثری در توسعه پایدار گردشگری و نیز پایداری اجتماعات محلی روستایی خواهد داشت. گردشگری روستایی معرف ترکیبی شاید از دو ویژگی متضاد زندگی مدرن می باشد. نه تنها نیروهای تغییر دهنده اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی و سیاسی در پی باز تعریف فضاهای روستایی سراسر جهان است، بلکه تحولات گسترده و جهان شمول در الگوهای مصرف و حمل و نقل رفتار تفریحی و سفر را تغییر شکل می دهد (محمدرضازوانی، ۱۳۹۱، ص ۱۵). برای کسانی که با هر دو موضوع ماهیت تغییر در نواحی روستایی و توسعه گردشگری سرو کار دارند، پویایی ها و تأثیرات ترکیب کننده این دو متغیر مهیج هنوز به خوبی شناخته نشده است، اما به طور روزافزون در حال تبدیل شدن به موضوعات مورد علاقه و محرک تحقیق هستند.

گردشگری مزرعه: این نوع گردشگری باتوجه به محیط شکل گیری آن متفاوت است و البته به عنوان گردشگری کشاورزی نیز شناخته می شود. گردشگری مزرعه، شامل اقامت و گاهی اوقات مشارکت در فعالیتهای کشاورزی در مزرعه بوده و در بین خانوارهای کشاورز به عنوان مکمل و جایگزین فعالیتهای اقتصادی رواج پیدا می کند و به علاوه گردشگری مزرعه، ابزاری نیز برای حفاظت از چشم اندازهای سنتی است. علاوه بر این گردشگری مزرعه یکی از زمینه های سرمایه گذاری در کشاورزی است. درباره ی اثرات آن بر نیروی کار دیدگا ههای متفاوتی ارائه شده، ولی نقش آن در اشتغال زنان در مزارع از راه خدمات پذیرایی مورد تاکید است.

امکان رضایت شخصی زنان از طریق مدیریت فعالیت های *agritourism* از اثرات مثبت گردشگری مزرعه است (Garcia- Roman, M.D. et al, 1995, 267-282) گردشگری مزرعه به عنوان یک استراتژی سازگاری است که معمولاً به عنوان بازدید از کار کشاورزی تعریف شده و یا (مانند یک مزرعه) برای اوقات فراغت، اهداف تفریحی، یا آموزش و پرورش تنظیم شده است. (ARROYO و GIL، Barbieri و Rozier، ۲۰۱۳، Ollenburg و BUCKIEY ۲۰۰۷). به عنوان مثال (تورباغ، مشاهدات حیات وحش)، فعالیت های آموزشی (به عنوان مثال، تورهای مدرسه، درس آشپزی)، برداشت تفریحی (به عنوان مثال، انتخاب *Yourown*، ماهیگیری با پرداخت هزینه) و بطور کلی فعالیت های تفریحی در فضای باز (BARBIERI و Mshenga، ۲۰۰۸). در واقع با توجه به معیارهای مختلف گردشگری مزرعه با توجه به وسعت تلاش در فعالیت ها طبقه بندی می شود (لیدز و برت ۲۰۰۴). در گردشگری مزرعه سه نوع عملیات متمایز بر اساس سطح دخالت کشاورز وجود دارد: ۱- تعامل مزارع با حداقل مشتری کشاورز (به عنوان مثال، کنار جاده) ۲- ملاقات، فعالیت های برنامه نویسی در مزارع به سمت نیازهای مشتریان (به عنوان مثال، ذرت مارپیچهای). ۳- و عملیات پیچیده و پیچیده (به عنوان مثال، خدمات کامل رستوران ها) (Blackstock, CAMPIRANAN، ۲۰۱۰). از سوی دیگر طبقه بندی گردشگری مزرعه بر اساس وضعیت کار و عملیات تنظیمات کشاورزی شامل دو مورد می باشد: ۱- نوع تماس بین گردشگر و فعالیتهای کشاورزی (منفعل، مستقیم و یا غیر مستقیم)، ۲- اصالت تجربه بازدید کننده (معتبر و یا صحنه) (campiranon2010, srikatanyoo). در گردشگری مزرعه باید سه عامل به طور مجزا رعایت شود: الف) پاسخ به انگیزه گردشگر با بهره گیری از تجارب کشاورزی ب) آرامش در یک محیط روستایی ج) کیفیت زندگی، روابط و ماجراجویی. بنابراین گردشگری مزرعه یک فعالیت تفریحی استاندارد نیست اما سازگار با انگیزه مهمان و مشارکت در زمینه های مختلف کشاورزان است. به طور کلی گردشگری مزرعه به عنوان ترویج یک استراتژی تنوع اقتصادی در سراسر جهان مطرح است (Ollenburg ۲۰۰۱، MC GEHEE، NIKERSON).

بسیاری از محققان گردشگری، کیفیت و توسعه آن را از ابعاد مثبت و منفی در سطوح محلی و جهانی مورد بررسی قرار داده اند (smith, 1989; Inskeep) و بسیاری دیگر که تغییرات روستاها را بررسی می کنند (Mormont, 1987; hal facree, 1993). از سوی دیگر باید گفت نقش کشاورزان زن در رشد و توسعه گردشگری مزرعه در روستاها بسیار مشهود است، به احتمال زیاد زنان، تمایل کمتری به سرمایه گذاری های سودآور در مزرعه نسبت به کشاورزان مرد را دارند و اینکه زنان تمایل کمتری به ارتباط با شبکه های حرفه ای دارند. دسترسی کمتری به منابع مالی و یارانه ای دارند و نیاز بیشتری به استانداردهای محلی خود و تعهدات کسب و کار خود دارند (Buck 2004, small and Jones). منابع مالی برای سرمایه گذاری برای توسعه گردشگری مزرعه برای اولین بار شاید از طریق عملیات مربوط به نوعی از اقامت به گردشگر تأمین شود. اقامت و پذیرایی در مزارع کشاورزان بیشتر به عهده زنان کشاورز میباشد (Sharply 2002, Yang 2012). با این حال سرمایه مورد نیاز برای اهداف بازاریابی، رسیدن به موفقیت گردشگری مزرعه، بحرانی به نظر می رسد. دو عامل نیز در پیشرفت گردشگری مزرعه باید مدنظر قرار داد: ۱- نزدیکی روستا به شهر ۲- فصلی بودن گردشگری (بیشتر فصل بهار و تابستان) (Flashing 1997, Pizam, Yang، ۲۰۱۲). اگرچه گردشگری مزرعه در ابعاد پایداری روستا مزایای بسیار دارد و می تواند سرمایه گذاری و کارآفرینی نیز باشد اما از چالش ها و موانع معاف نیست به خصوص در مرحله راه اندازی عدم آگاهی، آموزش مناسب و حرفه ای یکی از محدودیت های رایج انسان ها است که در صورت وجود باعث عدم موفقیت عملیات کشاورزی می شود (Sharply 2002, Yang 2012). اهمیت کارآفرینی در توسعه روستایی از آنجا ناشی می شود که فرد کارآفرین می تواند با شناسایی فرصت ها و مشکلات موجود، به انواع راهکارهای نوین در جهت رشد و توسعه همت گمارد. بدین ترتیب کارآفرینی می تواند از طریق ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و بهره برداری بهینه از منابع، نقش مهمی در توسعه روستایی داشته باشد (حسینی و سلیمان پور ۱۳۸۵).

پیشینه تحقیق

بنابه اهمیت گردشگری و بالاخص گردشگری مزرعه تا کنون مطالعات فراوانی صورت پذیرفته است که در ادامه به برخی از مهمترین آنها در سطح داخلی و خارجی پرداخته شده است. هربرنگ (۲۰۰۹) در مطالعه که در منطقه اسلو، با موضوع گردشگری مزرعه با رویکرد پایداری اقتصادی انجام داد بیان نمود که گردشگری مزرعه به عنوان یکی از راهبردهای کلیدی در توسعه روستایی تاثیر گذار بوده و توانسته در این منطقه به رشد اقتصادی کمک شایانی نماید. ترنسیس و همکاران (۲۰۱۰) در مطالعه ای ابراز نمودند دولت با اتخاذ سیاست های حمایتی و مالی می تواند در ایجاد مناطق هدف گردشگری مزرعه کمک نماید که این خود منتج به کاهش ریسک سرمایه گذاری در منطقه خواهد شد. و از آنجایی که گردشگری مزرعه موضوعی ناشناخته و جدید در کشور ایران محسوب می شود و همانند سایر کشورهای توسعه یافته سرمایه گذاری جدی در این خصوص صورت نگرفته است، اما اخیرا کشورهای جهان سوم نیز خواستار توسعه گردشگری روستایی هستند با پیروی از سیاست های موفقیت آمیز کشورهای مرفعی به برنامه ریزی های دقیق و منسجم روی آوردند و حرکت های نوینی در راستای فقرزدایی از مناطق روستایی با توسعه گردشگری روستایی تک منظوره و تک محصولی انجام داده اند (فرحناز اکبرافلی، ۱۳۹۳، ص ۵۵).

<p>طراحی معماری منظر اگروتوریسم کارخانه چای آمارد صومعه سرا گیلان</p> <p>لیلا امیری زیدهی، نرگس امیری زیدهی (۱۳۹۴)</p>		<p>در این اگروتوریسم با فراهم آوردن محیط سایت اصلی علاوه بر اقامت در مزرعه، کمپ، منزل کشاورز، بازدیدهای آموزشی از باغ چای و کارخانه چای آمارد و چیدن چای توسط گردشگران به فعالیت های تفریحی، فروش محصولات چای، صرف غذا در محیط باغ چای، فروش صنایع دستی و گرفتن عکس در کنار کشاورزان مزرعه به همراهی خانواده های خود به گردشگران علاقه مند ارائه می دهد. با طراحی منظر اگروتوریسم چای می توان هر چه بهتر به یک شناخت کامل از یک گردشگری پرداخت، محیط و منظر طبیعی اگروتوریسمی چای به اندازه صحنه ای اهمیت دارد که برنمایش فرهنگی اجرا و ضبط گردد.</p>
<p>پژوهشگر</p>	<p>عنوان</p>	<p>نتایج تحقیق</p> <p>بنابراین با فراهم نمودن زیرساخت های گردشگری مزرعه از جمله آموزش و فرهنگ سازی به اهدافی از جمله گسترش بهره برداری مزرعه، نوآوری در نقدینه سازی و کسب درآمد مازاد، افزایش مصرف کنندگان جدید محصولات کشاورزی، افزایش آگاهی پیرامون محصولات کشاورزی محلی، درک و توجه بیشتر به اهمیت نگهداری زمین های مورد استفاده، کسب درآمد برای اعضای خانوار کشاورز و دیگر کسانی که در مزرعه کار نمی کنند، تشویق کشاورزان به ادامه کشاورزی با وجود آنکه بازارها به طور فزاینده ای رقابتی است، کمک به احیا و توسعه سنت ها، هنرها و صنایع محلی، افزایش واحیا نمادهای محلی برای جلب توجه بازدیدکنندگان، افزایش استفاده از محصولات و خدمات محلی، پیشرفت و بهبود فرهنگ، ارتباط و درک درون منطقه ای، نیازمندی به مدیریت محیطی سالم برای چشم انداز روستایی، افزایش و آگاهی و اطلاعات پیرامون کشاورزی، تدارک فرصت برای مدیریت بحران های اقتصادی در زمینه کشاورزی و افزایش پایداری در طولانی مدت برای تجارت کشاورزی دست یافت.</p>
<p>Libery (1991)</p>	<p>تنوع مزرعه به عنوان یک استراتژی در حاشیه شهری غرب میدلنز</p>	<p>سیستم های کشاورزی در اقتصادهای سرمایه داری مورد بازسازی قرار گرفته و کشاورزان به روش های مختلف خودشان را با این تغییرات وفق داده اند. تنوع مزرعه نوعی استراتژی تنظیم مزرعه است که توسط سیاست های دولت پشتیبانی می شود. مفهوم این اصطلاح پیش از اینکه توسعه آن در حاشیه شهری غرب میدلندز مورد بحث قرار گیرد روشن شده و فرضیه ابعاد جغرافیایی آن مطرح شده است. تنوع پدیده نسبتا جدیدی است: این در درون ۵ کیلومترمربع از ارضی بیرمنگهام و کاونتری متمرکز شده و تحت سلطه بازاریابی مستقیم و بازاریابی مبتنی بر مزرعه می باشد. نیاز تامین درآمد اضافی دلیل اصلی معرفی آن در مزارع عمدتا بزرگتر گاو /گوسفند</p>

	عنوان	نتایج تحقیق
پژوهشگر		
Chris Lucha (2014)	تحلیل جغرافیایی از گردشگری مزرعه در ویرجینیا	در منطقه است. "بازماندگان" و "انباشتگران" هر دو در حال چرخش به سمت تنوع سازی هستند، که هنوز هم صرفاً به عنوان یک منبع درآمد اضافی درک شده و محدود به مجموعه ای از عوامل مقاومت می باشند. با این وجود، بعید به نظر می رسد که تنوع مزرعه بتواند مشکل مازاد کشاورزی را حل کند. حوزه های پیشنهادی برای تحقیقات آینده ذکر شده است.
Brian J. Schilling (۲۰۱۴)	آیا گردشگری مزرعه باعث افزایش سوددهی مزرعه می شود؟	اثرات گردشگری مزرعه بر سودآوری مزرعه درک ضعیفی است. هدف این مطالعه تطبیق برآورد اثرات گردشگری مزرعه بر درآمد نقدی خالص در هر جریب مزارع در نیو جرسی است. گردشگری مزرعه اثرات معنی دار و مثبتی بر سودآوری مزرعه داشته است و نتیجه اینکه اثرات بالاترین سود در مزارع کوچک که توسط افرادی که شغل آنها در درجه اول کشاورزی بوده است تعلق دارد و این اثرات سود در مزارع بزرگ خیلی کمتر یا اصلاً وجود ندارد.
Angelina Khromova (۲۰۱۵)	توسعه گردشگری مزرعه در رابطه با اجتماعی فرهنگی دینامیک کورسک منطقه از روسیه	این مقاله با در نظر گرفتن توسعه گردشگری مزرعه در استان کورسک روسیه در رابطه با ویژگی های فرهنگی، اجتماعی در این منطقه است. در واقع نتیجه این مقاله تجزیه و تحلیل استان kursk و پویایی اجتماعی و فرهنگی منطقه و اینکه این استان از نکات کلیدی برای اجرای گردشگری مزرعه است بهره وری از توسعه گردشگری مزرعه با توجه به چشم اندازهای اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی بوده است. Indicated.kursk این استان منطقه ای مناسب برای ایجاد و توسعه محصولات گردشگری مزرعه می باشد و در همان زمان لازم است که یک برنامه برای توسعه گردشگری مزرعه و اجرایی آن با در نظر گرفتن تمام جنبه های مثبت و منفی در منطقه است.
پژوهشگر	عنوان	نتایج تحقیق
Alex koutsouris	شبه گردشگری مزرعه و کشاورزی همزیستی (مطالعه موردی یونان)	این مقاله به بررسی ویژگی های گردشگری مزرعه و کارآفرینان و کسب و کار خود، به منظور برآورد و مقایسه جریان نقدی از مناطق روستایی می باشد. فرنتس یونان به دلیل منابع طبیعی و منابع فرهنگی و همچنین فاصله نزدیک بودن به آتن، خواسته ی هر دو گروه گردشگران و کارآفرینان را ارضا می کند. در این منطقه، کسب و کار گردشگری ناهمگن با واحدهای اقامتی غالب هستند در این پژوهش مشخص شد که فرصت توسعه گردشگری منطقه تا حد زیادی توسط افراد غیر مقیم صورت میگیرد در واقع گردشگری به عنوان یک استراتژی تنوع جمعیت کشاورزی در بخشی از محل قابل توجه نیست. تنها یک نفر از ده صاحبان اعلام داشتند که کشاورزی به عنوان شغل اصلی اوست. نتیجه اینکه بهبود حداقل درآمد خانواده کشاورز محلی مورد حمایت سیاست های توسعه روستایی قرار نگرفته است و گردشگری مزرعه به یک درجه رضایت بخشی نرسیده است. و مهمترین علت سوء استفاده غیر کشاورزان و افراد غیر مقیم در مناطق روستایی می باشد.
Anthopoulou(2010)	نقش زنان روستایی در تولید غذای	در سالهای اخیر شاهد شکوفایی نسبی کسب و کارهای کوچک زنان در نواحی روستایی یونان بوده ایم که در تولید محصولات غذایی کشاورزی

<p>کشاورزی محلی : در طرح های کارآفرینی و استراتژی های خانواده. مطالعه موردی در یونان</p>	<p>سنتی در تامین تقاضای مشتری درمورد غذای با کیفیت خاص دخیل هستند. درمقاله حاضر، سوال پژوهشی اصلی را میتوان اینگونه خلاصه کرد: " تا چه حد این زنان کسب و کار خود را بیشتر به عنوان یک ابزار مکمل درآمد خانواده در نظر می گیرند تا به عنوان نقطه عزیمتی برای یک کار حرفه ای شخصی؟" نتیجه اینکه زنان به عنوان کارآفرینان احتمالا از الگوهای مختلف رفتاری مردان پیروی می کنند و از این جهت که آنها اهمیت بیشتری به حفظ تعادل بین الزامات شغلی و نیازهای زندگی خانوادگی درمقایسه با دستیابی به اهداف اقتصادی عقلانی از طریق موفقیت کسب و کار می دهند ف تفاوتی نیز دارند. یافته های تحقیقات تجربی انجام شده در پلپونز (۲۰۰۶-۲۰۰۷) نشان دادند که این کسب و کارهای فردی کوچک از منابع محلی (تولید کشاورزی، دستورالعمل های سنتی، کار خانوادگی) استفاده می کردند. زنانی که کسب و کار خود را با استفاده از دانش ضمنی و دانش چگونگی، با مقیاس کوچک و انعطاف پذیر تولید و ویژگی های خانوادگی کسب و کار شروع می کردند، خطر کارآفرینی را به حداقل می رسانند. این کسب و کارها، پویا و اغلب خلاقانه می باشند و ظرفیت انطباق با خواسته های بازار مصرف را دارند.</p>
--	---

تجارب کشورها در گردشگری کشاورزی

امروزه صنعت گردشگری از جمله صنایع فعال در توسعه پایدار بوده و نقش ویژه ای در اقتصاد ملی کشورها بازی می کند. فناوری اطلاعات نیز به کمک گردشگری آمده و امروز شاهد هستیم که تجارت الکترونیک در این حوزه، سالانه بیش از ۱ هزار میلیارد دلار برآورد می شود و نقش سایر توریسم در گردشگری سنتی، غیر قابل اجتناب است. در دنیا، گردشگران زیادی وجود دارد که علاقه ای به اقامت در هتل های لوکس ۵ ستاره یا استفاده از رستوران های بین المللی گردان سوپر لوکس را ندارند و ترجیح می دهند به جای ساحل گردی و موزه گردی، به تماشای سبک زندگی مردمان خطه ای که سفر کرده اند رفته و از نزدیک، با سنت ها و رسوم آنان آشنا شوند. گردشگری خودمانی، گردشگری بک پکری یا گردشگری مزرعه، مفاهیم جدید در عرصه صنعت گردشگری امروز دنیا بوده و میلیون ها نفر را در اقصی نقاط جهان، به سمت فرصت های جالبی که در این نوع گردشگری وجود دارد، سوق می دهد. همان طور که گفتیم، یکی از ظرفیت های جدید در عرصه صنعت گردشگری که با فناوری اطلاعات و ارتباطات توانسته است مخاطبان بسیاری را به سوی خود جلب کند، گردشگری مزرعه است که در کشورهای مختلف اروپایی، آسیایی و آمریکایی، مخاطبان بسیار دارد که سوئیس، یکی از آنهاست (منبع: شهرداری شهر اینترلیکن سوئیس، درگاه گردشگری سوئیس، گردشگری کشاورزی سوئیس). این کشور ثروتمند مزارع خود را به یک صنعت گردشگری بدل ساخته است. گردشگری روستایی در سایت های دولتی و خصوصی به وفور معرفی شده و هزینه ی زیادی صرف رونق بخشیدن به گردشگری در این بخش سوئیس شده است. به علاوه کمپینی به نام *swelcome you swiss farmers* راه اندازی شده است که گردشگران داخلی و خارجی را به سمت قابلیت های گردشگری مزرعه این کشور ترغیب می کند و علاقه مندان می توانند با تمام مراحل زراعت و دامداری در مزارع سوئیس آشنا شده و به بازدید از نزدیک بیشتر مشتاق شوند (تور اروپا، گردشگری مزارع سوئیس).

تجربه های سوئیس و فرصت های ما

- ۱ - الگوهای مزرعه گردی سوئیس ها برای تقویت ظرفیت های گردشگری روستایی، باید مورد توجه برنامه ریزان مطالعات توسعه در کشورمان قرار بگیرد.
- ۲ - ظرفیت های آب گرم پول ساز سوئیس، در ایران به راحتی امکان پیاده سازی و گسترش هست و باید از ظرفیت گردشگری سلامت در توسعه فرصت های گردشگری روستایی در ایران به خوب استفاده کرد. چشمه های آب گرم با خواص درمانی بسیار در ایران کم نداریم.
- ۳ - مزرعه گردی و توسعه گردشگری روستایی در سوئیس نشان می دهد که اطلاع رسانی دیجیتالی چند زبانه و آموزش فعالان این بخش که عمدتاً در مناطق غیر شهری هستند، در فهرست اولویت های نخست قرار دارد. یعنی نباید هیچ روستایی در ایران که فرصت گردشگری روستایی در آن فراهم است، سایت اطلاع رسانی چند زبانه نداشته باشد. تقریباً همه مناطق غیر شهری سوئیس

که چنین فرصت هایی دارد، موضوع اطلاع رسانی دیجیتالی را در دستور کار قرار داده و آن را در پرتال های رسمی و دولتی نیز تبلیغ می کند (گردشگری کشاورزی سوییس).

راهبردهای توسعه روستایی در کشورهای منتخب

گردشگری روستایی به عنوان راهبردی برای توسعه روستایی: در این دیدگاه توجه به روند روز افزون تخریب روستاها وافول 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 برنامه ها و استراتژیهای می دانند که بتوانند از منابع انسانی و طبیعی آنها بهره ببرند و نیز باعث ایجاد درآمد و افزایش رفاه زندگی ساکنان روستایی شود (Holland, 2003). این استراتژی معمولاً دو رویکرد را دنبال می کند: الف) گردشگری روستایی به عنوان راهبرد توسعه ب) متحول سازی نواحی روستایی کمتر توسعه یافته (فرحناز رستمی، کبری زارعی ۱۳۹۰، ۴).

راهبردهای توسعه روستایی در هند

توسعه روستایی یکپارچه، از سال 1975 در هند مورد توجه و تأکید قرار گرفت و طرح های عمده ای در این راستا به مرحله اجرا گذاشته شد. هدف از اجرای این طرح ها، تقویت زیرساخت های عمده اقتصادی اجتماعی در نواحی روستایی و کاهش فقر و محرومیت در این کشور بود. این برنامه ها اهداف بلندمدت زیر را دنبال می کردند:

۱- افزایش تولید و بهره وری در بخش کشاورزی و بخش های وابسته به آن - افزایش سطح درآمد روستاییان - ارتقای سطح مهارت ها و توانمندی های روستائینان - تخصیص اعتبار لازم برای اجرای برنامه های عمرانی و توسعه روستایی - ایجاد فرصت های شغلی جدید - تأمین حداقل نیازهای معیشتی روستاییان - بهره برداری بهینه از منابع محلی - برنامه توسعه روستایی یکپارچه، برنامه توسعه نواحی در معرض خشکسالی و برنامه توسعه نواحی بیابانی، سه طرح عمده ای بودند که در این راستا به اجرا درآمده و دستاوردهای چشمگیری برای این کشور به ارمغان آوردند (علی ناظم تقوی، آرش صفری ۱۳۸۹، ۵).

راهبردهای توسعه روستایی در آمریکا

آمریکا همچنان از نظر سطح فعالیت های کارآفرینی در جهان پیشتاز است. این کشور در میان 37 کشوری که در پروژه دیدبانی جهانی کارآفرینی در سال 2002 بررسی شده اند، رتبه یازدهم را از نظر سطح فعالیت کارآفرینی به خود اختصاص داده است. در سال 2002 نسبت به سال 1998 سطح فعالیت کارآفرینی در آمریکا 50 درصد افزایش داشته است. دست اندرکاران توسعه اقتصادی در رویارویی با چالش های موجود در روستاهای این کشور، چند سیاست عمده را برگزیده اند:

1- توجه به بخش های غیرکشاورزی ۲- تأکید بر جذب و توسعه فناوری های جدید ۳- آموزش و تربیت نیروی انسانی ماهر و کارآمد ۴- حفظ و توسعه کسب و کارهای موجود ۵- ایجاد کسب و کارهای جدید (راهبردهای توسعه روستایی ص ۳).

واکنش لئون برگ - گردشگری: تحول به یک صنعت خدماتی

انتخاب لئون برگ توسط یونسکو در سال ۱۹۹۵ به عنوان یک تسهیل گر و کاتالیزور اصلی موجب پیشرفت برنامه ریزی و توسعه گردشگری گردید و در نهایت موجبات کالایی شدن فرآیندهای فرهنگی محلی را در اجتماع روستایی فراهم آورد. همچنین بسیاری از جوامع کوچک روستایی که شالوده های اقتصادی و معیشت خود را از دست رفته می دیدند، به سرعت اقدام به جستجوی انواع جدیدی از توسعه اقتصادی نموده و شبکه گسترده ای را تشکیل دادند (George, 1995). متأسفانه در اغلب موارد، گردشگری به عنوان راه نجات آن ها مورد توجه قرار گرفته است (Inskip, 1991). باین وجود تحقیقات نشان داد که برخی فعالیتهای پراکنده در بخش گردشگری شکل گرفته است خصوصاً شرایطی که در دهه ۱۹۹۰ اتفاق افتاده که با چند اتفاق هم زمان بوده: زوال صنعت غالب در منطقه، عامل تجدید حیات موازی با آن یعنی علاقه به حفاظت از میراث فرهنگی، دگرگونی فرهنگی در سطح جهانی، انتخاب توسط یونسکو و دیگر عوامل، به ناچار لئون برگ را به سمت گردشگری به عنوان واکنشی به چالش های پیش روی سوق داد (George, 2004). نتیجه آن است که آنچه به عنوان تغییر سرنوشت برای مردم لئون برگ ایجاد شد، خرید دوباره نوآوری ها، هویت و میراث خود بود. پویایی حاصل از رویکرد پاسخگو به توسعه گردشگری، بیداری و جنبشی را در ذهن اجتماع محلی ایجاد کرد.

دیدگاه‌های حمایتی از گردشگری مزرعه

دیدگاه‌های مختلفی برای روی آوردن به گردشگری مزرعه در روستاهای هدف گردشگری وجود دارد که نشان می‌دهد، کشاورزی به تنهایی قادر به پاسخگویی نیازهای روستاییان نبوده و همچنین گردشگری مزرعه در ابعاد پایداری روستا مزایای بسیاری دارد. که در زیر به آن اشاره میشود:

دیدگاه های اقتصادی

پایین بودن قیمت محصولات کشاورزی، گرانی نهاده های کشاورزی، تقاضا برای زمین مسکونی، تجاری، گردشگری، صنعتی، عدم تضمین خرید برخی محصولات و یا قیمت گذاری پایین محصولات، عدم حمایت دولت از تولیدات مشابه به قیمت کمتر، مشقت زیاد کار کشاورزی، کوچکی و قطعه قطعه و پراکنده بودن اراضی، عدم وجود درآمد مورد انتظار، هزینه بالای ماشین آلات 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 فرصت های متقابل بازاریابی برای دیگر محصولات کشاورزی خانگی (BARBIERI ۲۰۱۳، HEGARTY ۲۰۰۵، YANG ۲۰۱۲، MCGEEHEE ۲۰۰۷).

دیدگاه اجتماعی فرهنگی

بی سواد و کم سواد، سن کشاورز (۵۰ سال به بالا)، نوع نظام زراعی (خرده مالکی)، قوانین ارث، نقض قوانین تغییر کاربری اراضی، اجرای طرح هادی روستایی. و از طرفی گردشگری مزرعه می تواند باعث تقویت نهاد خانواده مزرعه دار، حفظ میراث روستایی، اقلیت آداب و رسوم، سبک معماری سنتی، افزایش غرور جامعه و موقعیت اجتماعی کشاورزان، توانمندسازی کشاورزان زن (BARBIERI ۲۰۱۳، LAPAN ۲۰۱۳، Ollenburg و BAKLY ۲۰۰۷، YANG ۲۰۱۲).

دیدگاه زیست محیطی

گردشگری مزرعه کمک می کند تا به حفاظت از زیستگاههای طبیعی و اکوسیستم، حفظ منابع آب، به حداقل رساندن آسیب های زیست محیطی، بهبود مناظر اطراف روستا و زیر ساخت های ساخته شده (BARBIERI ۲۰۱۳، GETZE ۲۰۰۱، JOO ۲۰۱۲ و YANG ۲۰۱۲).

نتیجه گیری

لازمه دستیابی به توسعه روستایی، توجه کافی به نیازهای عامه مردم در مناطق روستایی می باشد، روستاها جایگاه ویژه ای در رشد و اقتصاد ملی می توانند ایفا نمایند بگونه ای که براساس آمار منتشر شده توسط مرکز آمار سال ۱۳۹۵، ۲۵/۹ درصد جمعیت کشور در مناطق روستایی قرار دارند. و از طرفی بخش کشاورزی و دامپروری کا تأمین کننده اصلی نیازهای غذایی انسان ها و اشتغال غالب جوامع روستایی همواره مورد توجه برنامه ریزان ملی و منطقه ای قرار داشته است به گونه ای که همواره بین روستا و کشاورزی پیوند ناگسستنی وجود دارد. در سالهای گذشته به دلیل افزایش نیازهای روستاییان و افزایش قیمت های اولیه و کاهش منابع آبی و نزولات جوی، بخش کشاورزی به تنهایی نمی تواند پاسخگویی نیازهای اقتصادی و اجتماعی روستاییان را فراهم آورد و همین عوامل مو جب بی رغبتی کشاورزان و فروش ارضی خود به سایر افراد جهت کاربری های مختلف از جمله ویلاسازی و خانه های دوم شده است. از سوی دیگر دست یابی به توسعه روستایی در گرو توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی می باشد. گردشگری مزرعه در مناطق خوش آب و هوا و گردشگری پذیر روند صعودی به خود گرفته و روستاییان از ورود گردشگران در روستاها و استفاده از محصولات زراعی و دامی و همچنین صنایع دستی آنها کسب درآمد می کنند و گردشگری مزرعه را به عنوان یک شغل پاره وقت در نظر گرفته و از ورود گردشگران به روستاهای خود استقبال می کنند. با توجه به اهمیت گردشگری مزرعه و حفظ کاربری اراض کشاورزی این مطالعه به دنبال بررسی پیامدهای گردشگری مزرعه در جوامع هدف گردشگری انجام شد و مشخص شد روند رشد گردشگری مزرعه اثرات مستقیم و غیرمستقیمی بر ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی - کالبدی بر جوامع روستایی بگذارد. براساس مطالعات انجام شده و تحلیل تجارب سایر کشورها مشخص شد در رابطه با روند رشد و پیشرفت گردشگری مزرعه با فرآیند مهاجرت روستا - شهری و تنوع شغلی باید مناطق هدف گردشگری در منطقه مورد نظر بصورت ملموس مشخص شود. و جهت پیشرفت گردشگری مزرعه در منطقه مورد نظر ضمن حمایت های مادی و انگیزشی از کشاورزان، ضرورت همکاری با گردشگران و سایر نهاده مرتبط به نحو جدی اقدام شود. از سوی دیگر دست یابی به توسعه روستایی در گرو توجه به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی می باشد.

منابع و مراجع

- ابراهیمی کوهینه، محمد صادق، ایزدی، اسماعیل، ۱۳۹۳، تحلیل پیامدهای توسعه گردشگری بر توسعه مناطق روستایی (مطالعه موردی: دهستان کسلیان استان مازندران).
- افتخاری، رکن الدین، قادری، اسماعیل، ۱۳۸۱، ص ۲۸، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی.
- افتخاری، مهدوی، پورطاهری، بومی سازی شاخص های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران، دوره ۱، شماره ۴، زمستان ۱۳۸۹، صفحه ۱- ۴۱.
- ای.واندا جورج، هدرمایر، داندل جی.رید، ۱۳۹۱، توسعه گردشگری روستایی (محل گرای و تغییرات فرهنگی).
- بدری، سید علی، ناصر علیقلی زاده فیروز جایی و حسنعلی فرجی سبکبار. (نگرش جامعه میزبان به اثرات محیطی و اقتصادی گردشگری در نواحی روستایی: مطالعه موردی بخش مرکزی شهرستان نوشهر (فصلنامه روستا و توسعه ۱۰، ۱، ۱۳۸۶): ۱-۲۲.
- بدری، مطیعی لنگرودی، سلمانی و فیروزجایی، ۱۳۸۸، ص ۱۴، اثرات اقتصادی گردشگری بر نواحی روستایی (مطالعه موردی: مناطق روستایی بخش مرکزی نوشهر).
- بدری س.ع، مطیعی لنگرودی س.ح، سلمانی م. و علیقلی زاده فیروزجایی ن (۱۳۸۸) اثرات اقتصادی گردشگری بر نواحی روستایی مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی نوشهر، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای. ۱۲: ۱۳-۳۵.
- پناد، عبدالصمد، (۱۳۹۱)، گردشگری روستایی راهبردی اساسی برای توسعه روستایی (روستای تیس ناحیه چابهار).
- جمعه پور م. و احمدی ش (۱۳۹۰) تأثیر گردشگری بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی: روستای برغان، شهرستان ساوجبلاغ)، پژوهش‌های روستایی. ۱: ۳۳-۶۳.
- جمعه پور و احمدی، ۱۳۹۰، ص ۳۴، تحلیل آثار گردشگری روستایی بر توسعه مناطق روستایی.
- حیدری، زهرا، بدری، سید علی، سلمانی، محمد، ۱۳۹۵، نگرش جامعه محلی نسبت به مخاطرات ادراک شده توسعه گردشگری کشاورزی (مطالعه موردی شهرستان تنکابن).
- رضوانی، محمدرضا، جواد، صفایی، ۱۳۸۴، گردشگری خانه های دوم و اثرات آن بر نواحی روستایی: فرصت یا تهدید (مورد: نواحی روستایی شمال تهران).
- رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۷، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار.
- سقایی، محمود، ۱۳۸۵، امکان سنجی گردشگری روستایی در استان خراسان شمالی.
- شارپلی (۱۹۹۷-۴۷) گردشگری و توسعه پایدار روستایی.
- شربت‌آکبر، (۱۳۹۳)، مجله آمایش جغرافیایی فضا، بررسی نقش گردشگری در توسعه اقتصادی استان گلستان.
- شریف زاده و مرادی نژاد، (۱۳۸۱، ۵۳)، تحلیلی بر اثرات اقتصاد گردشگری (مطالعه موردی استان زنجان).
- قادری، اسماعیل، ۱۳۸۳، ص ۲۲، نگاهی به برنامه ملی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران (با تأکید بر راهبردهای منطقه بندی و توسعه منابع انسانی).
- محمودی، مریم، چیدری، محمد، کلانتری، خلیل، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، خداوردی زاده، محمد، ۱۳۹۲، برآورد میزان تمایل به پرداخت گردشگران برای خدمات گردشگری مزرعه ای در استان های حاشیه ی دریای خزر.
- مطلبی درکانی، علی، پاییز ۱۳۹۱، امکان سنجی گردشگری کشاورزی (agri-tourism) از دیدگاه جامعه محلی (مطالعه موردی بخش بزرگ کاشان).
- مودودی، مهدی، بوزرجمهری، خدیجه، شایان، حمید، ضیایی، محمود، پاییز و زمستان ۱۳۹۴، نقش گردشگری در تحولات اقتصادی و اجتماعی روستاهای هدف استان گلستان.
- رضوانی، محمدرضا، ۱۳۸۹، توسعه گردشگری روستایی با رویکرد گردشگری پایدار.
- مهدوی م. قدیری معصوم م. و قهرمانی ن (۱۳۸۷) اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستاییان دره کنوسولقان، فصلنامه روستا و توسعه. ۲: ۳۹-۶۰.

- Alex Koutsouris a, Isabella Gidarakou a, Foteini Grava a,1, Anastasios Michailidis a Dept. of Agricultural Economic & Rural Development, Agricultural University of Athens, Iera Odos 75, 11855 Athens, Greece alternative farm enterprise: A case study from the Northern Pennines, England.
and prospects for an integrative transitional framework. Journal of Environmental b Dept. of Agriculture, Aristotle University of Thessaloniki, 54124 Thessaloniki, G The phantom of (agri)tourism and agriculture symbiosis? A Greek.
- Barnett, J. (2001). Adapting to climate change in Pacific Island countries: The problem of.
- Becken, S. (2005). Harmonising climate change adaptation and mitigation: The case of.
- Busby, G., & Rendle, S. (2000). The transition from tourism on farms to farm Busby, G.
- Rendle, S., 2000. The transition from tourism on farms to farm tourism - case study: climáticos y de mercado en comunidades campesinas del Altiplano de La Paz.
- Gil Arroyo, C., Barbieri, C., & Rozier Rich, S. (2013). Defining agritourism: A comparative Ilbery, B., Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., & Shaw, A. (1998). Farm-based tourism as an In A. Jaworski, & A. Pritchard (Eds.), Discourse, communication, and tourism.
- Jaworski, A., & Lawson, S. (2005). Discourse of Polish agritourism: Global, local, pragmatic.
- Kneafsey, M., 2000. Tourism, place identities and social relations in The European.