



Community-Based Agritourism and Rural Business Development (Study Area: Rural Areas of Tonekabon Township)

Zahra Heydari 

Department of Human Geography and planning, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran.
Email: Zahra.hi1365@Gmail.com

Article Info

Article type
Research Article

Article History:

Received April 28, 2025

Revised June 20, 2025

Accepted June 28, 2025

Published online March 21, 2026

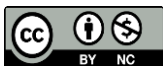
Keywords:

Agritourism,
Local Community,
Rural Business,
Tonekabon Township.

ABSTRACT

In recent decades, agritourism has been recognized as a type of agricultural investment and primarily a diversification strategy to increase the economic value of agricultural businesses. This can impact the livelihoods of rural residents and improve the local economy. Accordingly, the purpose of the present study is to investigate the relationship between community-based agritourism and rural business development. The study area is the rural regions of Tonekabon Township, which annually attracts a large number of incoming tourists. Given the high capacities of agritourism in this area, such as rice fields, citrus and tea gardens, ornamental flower and plant cultivation, fish ponds, and so on, it can be considered one of the sites suitable for developing agritourism. The research method is descriptive-analytical. The statistical population consists of farmers living in the rural areas of Tonekabon Township. Required data were collected using a questionnaire and analyzed by SPSS statistical software. According to the types of variables and research indicators, different tests including mean tests, one-sample T-test, and correlation tests were employed. The findings indicate that the creation and development of community-based agritourism (CBAT) activities have a direct and significant relationship with the development of rural businesses.

Cite this article: Heydari, Z. (2026). Community-Based Agritourism and Rural Business Development (Study Area: Rural Areas of Tonekabon Township). *Social Business Journal*, 3(1), 17-34.
<https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.394567.1029>



© The Author(s) retain the copyright.

DOI: <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.394567.1029>

Publisher: University of Tehran Press.

Introduction

In recent years, agricultural producers have engaged in tourism-related activities, opening their farms to guests seeking entertainment and educational activities. This type of tourism is known as agritourism. Agritourism has been defined from the outset as a type of agricultural investment and mainly as a diversification strategy to increase the economic value of agricultural businesses. In this regard, visitors directly increase agricultural income and profit (for example, through ticket sales), which is very important for small and medium-sized farmers in preserving their land and transferring it to the next generation. This type of tourism, through income diversification and increased economic profit resulting from the combination of agricultural and tourism activities, can affect the livelihood of rural residents and improve the local economy. The rural areas of Tonekabon Township, due to the large number of annual tourists and having high agritourism potentials (such as tea, citrus, and kiwi orchards, rice paddies, flowers and ornamental plants, etc.), can be considered as one of the sites for creating and developing agritourism activities. However, in this context, the participation and support of the local community, as one of the main actors in these activities, is very important. Accordingly, the aim of the present study is to investigate the relationship between local community participation and support for creating and operationalizing agritourism activities and the development of rural businesses in the studied areas.

Method

The research method is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in nature. The required information was collected using library and field methods and through a questionnaire instrument. To design the research instrument, first, articles published in reputable scientific databases were analyzed, and after extracting the main components and the output of interviews with local experts, the indicators related to the research topic were operationalized. These were then arranged in the form of a researcher-made questionnaire and provided to the sample population. The statistical population of the research consists of farmers living in the rural areas of Tonekabon Township. The calculated sample size was 402 people. The variables used in the study include Community-Based Agritourism (CBAT) with indicators such as participation, monitoring of managers' performance, environmental awareness, etc., and the rural business variable with indicators such as tourism income, diversity of farm activities, awareness of target markets, etc. The collected data were analyzed using SPSS statistical software. Also, based on the research objective and for data analysis and inference, depending on the type of data and the scale of the variables, descriptive statistical methods such as the mean of responses and statistical analysis methods such as correlation and regression were used.

Results

The results of the demographic characteristics of the respondents show that 53.5% of the studied individuals are male and 46.5% are female. In terms of marital status, most respondents are married (90.8%) and only 9.2% are single. Regarding the level of education, the largest share belongs to individuals with a bachelor's degree (51.2%). After that, individuals with a diploma (21.6%) and individuals with postgraduate education (master's and above) (13.7%) are placed. Also, 7.7% of the respondents have education at the middle school level and 5.7% are illiterate. The average age of the respondents was 45.42 years, which indicates that the studied population mainly consists of middle-aged individuals who play an active role in rural agricultural and economic activities. The calculated findings regarding the community-based agritourism variable show that the mean of all items is higher than the median of the average responses, indicating the high capacity of agritourism in the rural areas of the studied region. According to the opinions of the respondents (the local community), their willingness, participation, and support for the creation and development of this type of tourism are high. Also, regarding the rural business variable, the calculated means for all items show a value higher than the

median of the average responses, indicating the favorable status of all items related to the agritourism business in the villages of Tonekabon Township. The results of the one-sample t-test for both variables were calculated to be higher than the median of the average responses and are significant at the 99% level, indicating the favorable status of rural businesses and the support of the local community for these businesses, which is formed as a result of the creation and development of agritourism in rural areas. The results obtained from the Pearson correlation test also show that the two variables have a direct and significant relationship at the 99% level. The greater the growth and development of agritourism activities with ownership and for the benefit of the local community, the more growth and ultimately development will follow in the rural businesses related to these activities.

Conclusion

The present study investigated the relationship between community-based agritourism and rural businesses. The mean scores obtained from the respondents' opinions for both variables—which are higher than the median of the responses—indicate the favorable condition of community-based agritourism, which shows the high capacity of the studied region for creating and developing these activities, as well as the support and willingness of the local community to participate in this type of tourism. According to the conducted studies, the results obtained in this research are consistent with other studies. For example, the item "To what extent do you sell your local products?" with a mean of 4.10 indicates that this finding is consistent with the study by Vidayati et al. (2024), which, in the context of community-based agritourism, examined local community perspectives on creating a medicinal plant garden as a means to promote agritourism with the goal of achieving long-term sustainability, economic benefits, and other positive outcomes. Likewise, the calculated means regarding the current state of rural businesses dependent on agricultural and tourism activities in these areas, given the value obtained from the Pearson correlation test (0.781), show a direct and significant relationship between these two variables. This finding aligns with the study by Mora and his colleague (2018), who believe that exploiting the capacity of rural areas is the key to improving rural businesses.



گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و توسعه کسب و کار روستایی (منطقه مورد مطالعه: نواحی روستایی شهرستان تنکابن)

زهرا حیدری  ID

گروه جغرافیای انسانی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: Zahra.hi1365@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

در دهه‌های اخیر گردشگری کشاورزی به‌عنوان نوعی سرمایه‌گذاری کشاورزی و به‌طور عمده، یک راهبرد متنوع‌سازی برای افزایش ارزش اقتصادی کسب و کار کشاورزی شناخته شده است که می‌تواند معیشت روستاییان را تحت تأثیر قرار دهد و اقتصاد محلی را بهبود بخشد. بر همین اساس هدف از مطالعه حاضر بررسی رابطه گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی و توسعه کسب و کار روستایی است. منطقه مورد مطالعه پژوهش، نواحی روستایی شهرستان تنکابن است که سالانه حجم زیادی از گردشگران ورودی از این منطقه دیدن می‌کنند و با توجه به ظرفیت‌های بالای گردشگری کشاورزی مانند مزارع برنج، باغ‌های مرکبات و چای، پرورش گل و گیاه زینتی، استخرهای پرورش ماهی و... می‌تواند یکی از سایت‌های ایجاد گردشگری کشاورزی محسوب شود. روش پژوهش از نوع توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش شامل کشاورزان ساکن در نواحی روستایی شهرستان تنکابن است. همچنین اطلاعات مورد نیاز با استفاده از پرسشنامه جمع‌آوری و از طریق نرم‌افزار آماری SPSS تجزیه و تحلیل شده و با توجه به نوع متغیرها و شاخص‌های پژوهش، از آزمون‌های مختلف میانگین، T تک‌مونه‌ای و همبستگی استفاده شده است. یافته‌ها بیانگر آن است که ایجاد و توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی، ارتباطی مستقیم و معنادار با توسعه کسب و کارهای روستایی دارد.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۳/۳۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۰۷

تاریخ انتشار: ۱۴۰۵/۰۱/۰۱

کلیدواژه‌ها:

جامعه محلی،

شهرستان تنکابن،

کسب و کار روستایی،

گردشگری کشاورزی.

استناد: حیدری، زهرا (۱۴۰۵). گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و توسعه کسب و کار روستایی (منطقه مورد مطالعه: نواحی روستایی شهرستان تنکابن).

کسب و کار اجتماعی، ۳ (۱)، ۱۷-۳۴. <https://doi.org/10.22059/jsbu.2025.394567.1029>



© نویسنده‌گان.

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

گردشگری کشاورزی از جمله فعالیت‌هایی است که در چند دهه اخیر در پاسخ به کاهش سطح کیفی اقتصاد روستاییان و ضرورت حفظ و پایداری محیط زیست، همچنین رونق کشاورزی مورد توجه قرار گرفته است (حیدری و همکاران، ۲۰۲۲) و اغلب به‌عنوان گزینه توسعه پایدار برای احیای اقتصاد روستایی و تنوع منابع درآمدی مطرح شده و به‌طور عمده با توجه به ظرفیت‌های رشد درون‌زا شکل می‌گیرد (Hatley, 2009). البته این فعالیت‌ها اگر قرار باشد در توسعه جوامع محلی نقش داشته باشند، باید مبتنی بر جوامع محلی شکل بگیرند. گردشگری مبتنی بر جوامع محلی، گردشگری پایداری است که توسط جامعه مدیریت و اداره می‌شود و از آنجا که مردم محلی تصمیم‌گیرندگان مقاصد گردشگری هستند، سود حاصل از این نوع گردشگری به‌طور مستقیم به جامعه می‌رسد (Yamashita, 2011).

این فعالیت، متشکل از چند کسب‌وکار محلی است و به‌منظور تأمین منافع جامعه و اغلب با هدف مشارکت در نگهداری از مناطق حفاظت‌شده شکل می‌گیرد، همچنین به‌عنوان مکانیسمی برای بهبود وضعیت معیشت و ایجاد فرصت‌های توسعه جامعه ترویج می‌شود (Dodds et al., 2016). هرگونه رویکردی به توسعه گردشگری در سال‌های اخیر بر مشارکت و توانمندسازی جوامع محلی، حفاظت از محیط زیست و فرهنگ جامعه میزبان و توسعه پایدار جامعه متمرکز بوده است، زیرا حمایت و مشارکت جامعه برای موفقیت توسعه گردشگری ضروری است (Khazaei Pul & Ramezanzadeh Lasbooyee, 2023).

با توجه به لزوم مشارکت معنی‌دار جامعه در گردشگری، اگر فقط نخبگان محلی یا افراد خارجی، مالک یا مدیر صنایع عمده یا زمین باشند، هرگونه مشارکتی به‌منظور دستیابی به توسعه پایدار گردشگری از طریق گردشگری مبتنی بر اجتماع محلی به‌طور اجتناب‌ناپذیری با شکست مواجه می‌شود (تولایی و همکاران، ۲۰۱۷). اگر هدف کلی توسعه را ارتقای کیفیت زندگی تعریف کنیم، این مهم بدون مشارکت اجتماعات محلی و توانمندسازی آنها امکان‌پذیر نخواهد بود (بوزرجمهری و همکاران، ۲۰۱۶). مطالعات انجام‌شده توسط محققان توضیح داده است که بسیاری از جوامع روستایی برای بهبود وضع معیشت خود، با حرکت به سمت گردشگری، اقدام به متنوع‌سازی اقتصاد محلی خود کرده‌اند (Prabhakaran et al., 2014). البته حمایت و مشارکت ساکنان از توسعه گردشگری به درک و برداشت آنها از تأثیرات مثبت و منفی گردشگری بستگی دارد، اما در هر صورت، مشارکت در روند توسعه گردشگری می‌تواند آگاهی ساکنان را درباره مزایا و هزینه‌های گردشگری بهبود بخشد و از این طریق بر حمایت آنها از توسعه گردشگری تأثیر بگذارد (Rasoolimanesh et al., 2017).

در سال‌های اخیر تولیدکنندگان کشاورزی فعالیت‌هایی در زمینه گردشگری داشته‌اند، به‌طوری که درهای مزارع‌شان را به روی مهمانانی که دنبال سرگرمی و فعالیت‌های آموزشی هستند، باز کرده‌اند. این نوع گردشگری به‌عنوان گردشگری کشاورزی شناخته شده است (Sue Nasers, 2009). گردشگری کشاورزی از ابتدا به‌عنوان نوعی از سرمایه‌گذاری کشاورزی و به‌طور عمده به‌عنوان راهبرد متنوع‌سازی برای افزایش ارزش اقتصادی کسب‌وکار کشاورزی تعریف شده است. در همین راستا بازدیدکنندگان به‌طور مستقیم درآمد و سود کشاورزی را افزایش می‌دهند (برای مثال فروش بلیت) که برای کشاورزان کوچک و متوسط در جهت حفظ زمین و انتقال آن به نسل بعدی بسیار مهم است (Barbieri, 2018; Chang et al., 2019).

از سال ۱۹۹۲ بخش زیادی از زمین‌های روستایی مورد استفاده‌های دیگری قرار گرفته‌اند و با کاسته شدن از حمایت قیمت‌ها، کشاورزان مجبور شده‌اند از زمین، استفاده‌های دیگری کرده و راه‌های دیگری برای کسب درآمد پیدا کنند (مطیعی لنگرودی و حیدری، ۲۰۱۳). متنوع‌سازی مزارع یکی از این راه‌ها به‌شمار می‌رود و بر آن است تا وابستگی خانواده‌های مزرعه‌دار را به محصولات کشاورزی کاهش دهد، به‌گونه‌ای که وقتی تولید در مزارع به‌عنوان یک واحد اقتصادی و اجتماعی کاهش یافت، خودکفا بمانند. نوع فعالیت متنوع مزارع با توجه به محل و ساختار مزرعه، علایق خانواده‌های مزرعه‌دار و بازار بالقوه متفاوت است، اما نمونه‌های عمده شامل توسعه گردشگری مزرعه، ایجاد فروشگاه‌هایی در محل مزرعه، مراکز اسب‌سواری، فراوری مواد غذایی در محل مزارع، شرکت‌های خرید میوه سردرختی، فروشگاه‌های صنفی، همچنین متنوع‌سازی در محصولات و دام‌های جدید است (Woods, 2011). در سال‌های اخیر جامعه محلی در بسیاری از نواحی روستایی ایران، فعالیت‌های گردشگری کشاورزی را به‌صورت پراکنده و در برخی استان‌ها نیز به‌صورت رسمی، به‌عنوان راه‌حلی برای برون‌رفت از مشکلات اقتصادی برگزیده‌اند.

منطقه مورد مطالعه این پژوهش نیز - نواحی روستایی شهرستان تنکابن - شامل روستاهایی با ظرفیت‌های بالای کشاورزی است، مانند روستاهای کوهستانی دهستان دو هزار با الگوی تخصصی کشت فندق و گردو، روستای کوهپایه‌ای پلطان با الگوی تخصصی کشت چای و مرکبات، روستای جلگه‌ای میرشمس‌الدین با کشت تخصصی برنج و روستای نعمت‌آباد با الگوی تخصصی کشت گل و گیاه و... با توجه به اینکه اقتصاد این نواحی به کشاورزی وابسته است و در حال حاضر به دلیل عملکرد ضعیف بخش‌های دولتی مربوطه و ضعف برنامه‌ریزی جامع در این زمینه، دچار آسیب‌های جدی شده است و با وجود ظرفیت و فرصتی به نام گردشگر، جامعه محلی در چند سال اخیر اقدام به راه‌اندازی کسب و کارهای مرتبط با گردشگری کشاورزی در مکان‌های کشاورزی کرده است. اگرچه در زمینه گردشگری مبتنی بر جامعه محلی (CBT)^۱ مطالعات زیادی صورت گرفته است، پژوهش‌های چندانی در راستای گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی (CBAT)^۲ در داخل کشور بخصوص در منطقه مورد مطالعه پژوهش حاضر صورت نگرفته است. بر همین اساس پژوهش حاضر به دنبال بررسی این موضوع است که مشارکت، حمایت و حضور جامعه محلی برای ایجاد و عملیاتی کردن فعالیت‌های گردشگری کشاورزی در نواحی روستایی، به‌عنوان یکی از ذی‌نفعان اصلی این فعالیت‌ها، چه ارتباطی می‌تواند با توسعه کسب و کارهای روستایی در این نواحی داشته باشد؟

رابطه بین گردشگری و کشاورزی پیچیده است و اینکه تا چه اندازه گردشگری به نفع کشاورزان خواهد بود، همچنان نامشخص است. در برخی تحقیقات گردشگری کشاورزی، مشخص شده است، کشاورزی و گردشگری به‌طور متقابل برای یکدیگر سودمندند. در بعضی موارد، گردشگری ممکن است با ایجاد فرصت‌های بازار برای کشاورزان با فروش مستقیم محصولات خود به گردشگران، برای کشاورزی سودمند باشد. این ممکن است انگیزه‌ای باشد برای کشاورزان به منظور متنوع سازی در تولید محصولات با ارزش بالا، برای برآوردن تقاضای جدید گردشگر، همچنین منبع ثانویه درآمد برای کشاورزانی باشد که در بخش خدمات گردشگری اشتغال پاره‌وقت پیدا می‌کنند (Choenkwan, 2016).

گردشگری کشاورزی می‌تواند مزایای قابل توجهی برای کشاورزان و جوامع درگیر در چنین سرمایه‌گذاری‌هایی داشته باشد. نتایج تحقیقات حاصل از مطالعات مختلف نشان می‌دهد این نوع گردشگری تأثیر اقتصادی چشمگیری بر اقتصادهای محلی و فرصت‌های متنوع‌سازی برای فعالان این بخش به همراه دارد (حیدری، ۲۰۲۱). در سطح محلی، تأثیر گردشگری کشاورزی می‌تواند برای رفاه جوامع مثبت باشد، بنابراین سرمایه اجتماعی را از نظر شبکه‌هایی که اقدام جمعی را ممکن می‌سازند، تقویت می‌کند. جوامعی که سرمایه اجتماعی بالایی دارند، برای مشارکت در توسعه پایدار و فراگیر گردشگری کشاورزی مجهزترند. با ارائه تجربیات معنادار گردشگری کشاورزی، ارائه‌دهندگان (جامعه محلی) تعامل بیشتری با بازدیدکنندگان خود ایجاد می‌کنند، این افراد می‌توانند تجربه عمیق‌تری کسب و رابطه‌ای قوی با مزرعه برقرار کنند. چنین تجربیاتی اغلب به سود بیشتر منجر می‌شود (Grillini et al., 2025).

نتایج مطالعه مارتینوس^۳ و همکارانش (۲۰۲۴) در زمینه گردشگری کشاورزی در نواحی روستایی استرالیا نشان می‌دهد که یک تجربه عمیق‌تر گردشگری کشاورزی می‌تواند مزایای مشترک متعددی را برای بازدیدکننده، ارائه‌دهنده و یک اجتماع منطقه‌ای وسیع‌تر ایجاد کند که تحت تأثیر آن فضای جغرافیایی که تجربه در آن قرار می‌گیرد نیز هستند. این مزایا عبارت‌اند از: ۱- سود یا پس‌انداز مالی، ۲- ارتباط بین مناطق و جوامع منطقه‌ای، مناظر کشاورزی و جهان خارج، ۳- ایجاد درک متقابل از فرهنگ‌ها، علایق و سبک‌های زندگی مختلف. همچنین از دیدگاه محلی، شواهدی از نقش مثبت گردشگری کشاورزی در توسعه اقتصادی یک منطقه و همین‌طور انسجام اجتماعی جامعه نیز وجود داشت (Martinus et al., 2024).

شیلینگ^۴ و همکارانش (۲۰۱۲) معتقدند گردشگری کشاورزی یک استراتژی رشد اقتصادی و متنوع‌سازی جذاب است، زیرا به کشاورزان امکان می‌دهد درآمد اضافی از دارایی‌های موجود مزرعه (زمین، نیروی کار و ماشین‌آلات) که ممکن است برای مدت زیادی بیکار بودند یا استفاده نمی‌شدند، به دست آورند، در عین حال نوسانات فصلی در جریان پول نقد مزرعه را تعدیل می‌کند و

¹ Community-Based Tourism

² Community-Based Agritourism

³ Martinus

⁴ Schilling

فرصت‌های شغلی در مزرعه را برای اعضای خانواده گسترش می‌دهد (Schilling et al., 2012). مزایای دیگر آن شامل افزایش حیات اقتصادی، مزارع خانوادگی، حفظ منابع طبیعی و فرهنگی در مناطق روستایی، تسریع فرایندهای اداری مزرعه‌ای، ایجاد زیبایی در محیط اطراف، رشد اقتصادی، احیای جوامع روستایی و... است (Santeramo & Barbieri, 2017). این نوع گردشگری به‌طور معمول در مزارع خانوادگی سنتی انجام می‌شود که مجبور می‌شوند چند منبع کشاورزی و غیر کشاورزی را برای بهبود درآمدهایشان ترکیب کنند (Arru et al., 2019) و بیشتر سود حاصل از فعالیت‌ها، مانند فعالیت‌های کشاورزی و اقامتگاه‌ها، به صاحبان مزارع تعلق می‌گیرد و به ارزش‌داری و درآمد مزرعه افزوده می‌شود. علاوه بر این، تأثیر مثبت گردشگری کشاورزی ممکن است به درآمد فروش جامعه محلی، مالیات فروش و اشتغال، از طریق تحریک کسب‌وکارهای محلی مانند رستوران‌ها و مغازه‌ها نیز کمک کند (Brinkley, 2012; Tew, 2010).

طبق مطالعه جزمیک^۱ و همکارانش (۲۰۱۵) در لهستان در ارتباط با مزایای گردشگری کشاورزی، نتایج نشان می‌دهد گردشگری کشاورزی می‌تواند محرک اقتصادی قوی در توسعه روستایی باشد. فعالیت‌های گردشگری کشاورزی به تنوع مزارع و فعالیت‌ها در مناطق روستایی منجر می‌شود. در واقع متنوع‌سازی مزرعه اغلب انگیزه‌ای است برای بسیاری از کشاورزان، به‌ویژه آنهایی که مالکان مزارع کوچک هستند. بخشی از این تنوع در محصولات گردشگری مناطق خاص دیده می‌شود. افزون بر این، گردشگری کشاورزی به جنبه‌های فرهنگی و اقتصادی مناطق روستایی که به تنوع بیشتر منجر می‌شود، کمک می‌کند (Jeczmyk et al., 2015). باربیری (۲۰۱۶) نیز معتقد است گردشگری کشاورزی به این دلیل پیشنهاد می‌شود که تنوع اقتصاد محلی و توسعه روستایی را تقویت کند، زیرا بازدیدکنندگان به‌طور معمول در خارج از مقاصد طبیعی خود به فعالیت‌های تفریحی و خرید می‌پردازند، همچنین گردشگری کشاورزی پیشنهاد می‌شود، زیرا ظرفیت لازم برای گسترش مزایای زیست‌محیطی (مانند، حفظ و نگهداری از منابع طبیعی) و مزایای اجتماعی - فرهنگی (مانند، اسکان مجدد نواحی روستایی) برای جوامع محلی دارد (Barbieri et al., 2016). مطالعات دانشگاهی در زمینه گردشگری، به‌طور معمول جامعه محلی^۲ یا جوامع^۳ را با عناوین زیر ارجاع می‌دهند: میزبانان^۴، مردم بومی^۵، بومیان^۶، ساکنان^۷ و مردم محلی^۸. در واقع واژه جامعه محلی به گروهی از مردم اشاره می‌کند که در یک محدوده مشخص از منطقه مقصد گردشگری، همراه با عناصر طبیعی و فرهنگی زندگی می‌کنند؛ جایی که تجربه گردشگر قرار گرفته، محصول گردشگری در آن تولید شده و افرادی وجود دارند که به‌طور بالقوه تحت تأثیر اثرات مثبت و منفی توسعه گردشگری هستند (حبیب‌الهی، ۲۰۱۷). دلیل اصلی معرفی گردشگری مبتنی بر جامعه محلی بر مبنای رویکردی جایگزین برای گردشگری انبوه است و برای کمک بیشتر به توسعه جامعه محلی، به فعالیت‌های گردشگری نیاز است (مانند بهبود معیشت فقرا و تولید مزایای متعدد در یک جامعه محلی). CBT شامل مشارکت فعال جامعه محلی است، همچنین ابزاری برای توسعه شناخته می‌شود (Jugmohan, 2015). گردشگری مبتنی بر جامعه، رویکردی به گردشگری است که در آن جامعه محلی کنترل اساسی‌تری بر فعالیت‌ها دارد و در مدیریت و توسعه گردشگری مشارکت می‌کند، بنابراین سهم قابل‌توجهی از منافع در جامعه باقی می‌ماند (Ramezanzadeh Lasboyee & Khazaei Poul, 2023)؛ تأکید گردشگری مبتنی بر اجتماع محلی، بر نقش مرکزی جوامع محلی در گردشگری و همبستگی بیشتر با توسعه جامعه نسبت به سایر انواع گردشگری است. مدیریت صحیح CBT توانایی ظرفیت بررسی و توجه به هر سه جنبه پایداری را دارد: اقتصاد، جامعه و محیط زیست (Tolkach, 2013).

موفقیت توسعه گردشگری در مناطق روستایی به توانایی جوامع محلی و مقصد برای جذب هرچه بیشتر گردشگر و حفظ منابع برای آینده بستگی دارد. بر این اساس می‌توان گفت گردشگری‌ای می‌تواند در مناطق روستایی توسعه یابد که مردم آن اهمیت گردشگری را دریابند (Stetic, 2010)، همچنین یکی دیگر از شروط لازم برای توسعه گردشگری در این نواحی، وجود زیرساخت‌های

¹ Jeczmyk

² community

³ communities

⁴ hosts

⁵ indigenous people

⁶ natives

⁷ residents

⁸ local

توسعه مانند وسایل حمل و نقل و ارتباطات، آب، برق و گاز، مراکز پذیرایی، مراکز خرید و پزشکی و... است (Paresishvili et al., 2017)؛ در همین راستا لاگو^۱ (۲۰۱۷) معتقد است در بخش عرضه برای گردشگری کشاورزی عواملی مانند نقش و اهمیت زیرساخت‌ها، خدمات و سازمان‌هایی مانند حمل و نقل، مسکن، واسطه‌ها، هماهنگ‌کننده‌ها، جاذبه‌ها و... تأثیرگذارند، همچنین شامل مشخصات مالکان مزرعه و عرضه کشاورزی در راستای اولویت‌های گردشگران است (Abdon Lago, 2017). در رابطه با عرضه گردشگری کشاورزی، مطالعه چانگ^۲ و همکارانش (۲۰۱۹) در تایوان نشان می‌دهد کشاورزی در کشورهای آسیای شرقی از جمله ژاپن، کره جنوبی و تایوان، کاهش اندازه مزرعه و کاهش سهم در خروجی یک کشور، توسط مالکان کوچک مشخص می‌شود. با این حال، به دلیل افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان برای اوقات فراغت و کاهش ارزش محصولات کشاورزی، گردشگری کشاورزی، فرصتی اساسی برای کارآفرینی در کسب و کار شناخته می‌شود (Chang et al., 2019).

در سال‌های اخیر محققان نام‌های مختلفی به انواع گردشگری مبتنی بر جامعه که در جوامع مختلف انجام می‌شود، داده‌اند. در این میان گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه، نوع جدید و نوظهوری از گردشگری مبتنی بر جامعه به‌شمار می‌رود، اما در حال حاضر به مفهومی مهم در توسعه روستایی تبدیل شده است (Bhatta & Ohe, 2019). ویدایاتی^۳ و همکارانش (۲۰۲۴) نیز در زمینه گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی، دیدگاه‌های جوامع محلی در مورد ایجاد یک باغ گیاهان دارویی به‌عنوان وسیله‌ای برای ترویج گردشگری کشاورزی با هدف دستیابی به پایداری بلندمدت، مزایای اقتصادی و سایر پیامدهای مثبت را بررسی می‌کنند که نتایج حاصل، تمایل بالای جامعه محلی به ادغام یکپارچه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی با زندگی روزمره آنها را نشان می‌دهد و به درآمد بیشتر برای آنها منجر می‌شود (Widayati et al., 2024).

طبق مطالعه مورا^۴ و همکارش (۲۰۱۸) بهره‌برداری از ظرفیت مناطق روستایی، کلید بهبود کسب و کارهای روستایی است. توسعه مناطق روستایی به فعالیت‌های اقتصادی که در مناطق مختلف انجام می‌شود بستگی دارد. یکی از امکانات توسعه منطقه‌ای، ترویج زمینه‌های خاص گردشگری، مانند گردشگری روستایی و گردشگری کشاورزی است. اجرای فعالیت‌های جدید نه تنها به تسریع فعالیت‌های تجاری، بلکه به افزایش رشد اقتصادی، افزایش شمول اجتماعی و توسعه فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی نیز کمک می‌کند. این عوامل تعیین‌کننده، اساس توسعه منطقه‌ای هستند (Mura & Ključnikov, 2018).

نتایج مطالعات صورت گرفته در زمینه گردشگری کشاورزی تأیید بر این موضوع است که فعالیت کشاورزی که اشتغال عمده جوامع روستایی را تشکیل می‌دهد، به‌عنوان یک جاذبه حائز اهمیت می‌تواند نقش بسزایی در توسعه کسب و کارهای روستایی داشته و به دنبال آن اقتصاد روستا را تحت تأثیر قرار دهد، اما طرح این مسئله که جایگاه جامعه محلی در این بین کجاست، مطالعات کمی به‌خصوص در داخل کشور به آن پرداخته‌اند، همچنین سایر مطالعات در زمینه گردشگری مبتنی بر جامعه محلی و گردشگری کشاورزی به‌صورت مستقل در رابطه با ابعاد توسعه پرداخته‌اند، بر همین اساس پژوهش حاضر تلاش دارد که با در نظر گرفتن این شکاف مطالعاتی به نقش جامعه محلی در ارتباط با گردشگری کشاورزی و توسعه کسب و کار روستایی بپردازد.

روش‌شناسی تحقیق

روش پژوهش به لحاظ هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت، توصیفی - تحلیلی است و اطلاعات مورد نیاز با استفاده از شیوه کتابخانه‌ای و میدانی و از طریق ابزار پرسشنامه جمع‌آوری شده است. برای طراحی ابزار پژوهش ابتدا مقالات منتشرشده در پایگاه‌های علمی معتبر مورد واکاوی قرار گرفت و پس از استخراج مؤلفه‌های کلان و نیز خروجی مصاحبه با خبرگان محلی، اقدام به عملیاتی شده شاخص‌های مرتبط با موضوع پژوهش شد که در قالب پرسشنامه محقق‌ساخت تنظیم و در اختیار جامعه نمونه قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش را کشاورزان ساکن در نواحی روستایی شهرستان تنکابن تشکیل می‌دهند. حجم نمونه محاسبه‌شده برابر با ۴۰۲ نفر بوده است. به این صورت که تعداد خانوارهای نمونه در منطقه مورد مطالعه، با توجه به تعداد کل

¹ Lago

² Chang

³ Widayati

⁴ Mura

خانوار در هر دهستان و براساس فرمول نسبت، ۳۷۱ خانوار محاسبه شده است که برای اطمینان از مخدوش شدن احتمالی برخی از پرسشنامه‌ها، سهم کم برخی روستاها (اعتبار آماری) و قابل فهم نبودن، تعداد ۴۲۰ پرسشنامه در اختیار جامعه نمونه قرار داده شد و در نهایت ۴۰۲ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت (جدول ۱). اطلاعات جمع‌آوری شده با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است، همچنین بر اساس هدف پژوهش و به منظور تحلیل و استنتاج داده‌ها، بسته به نوع داده و مقیاس متغیرها، از روش آماری توصیفی نظیر میانگین پاسخ‌ها و روش‌های تحلیل آماری نظیر همبستگی و رگرسیون استفاده شده است.

جدول ۱. جامعه آماری و حجم نمونه (منبع: نگارندگان، ۱۴۰۴)

ردیف	نام دهستان	تعداد روستا	تعداد روستاهای نمونه	تعداد خانوار	تعداد نمونه خانوار
۱	میرشمس‌الدین	۸	۲	۲۸۴۹	۱۲
۲	گلیجان	۷۰	۶	۸۲۱۵	۱۱۵
۳	تمشکل	۲۴	۲	۳۷۵۲	۶۴
۴	کترا	۱۸	۲	۲۸۵۲	۳۶
۵	بلده	۶۱	۴	۸۸۳۶	۱۲۱
۶	دو هزار	۱۸	۳	۸۷۹	۱۳
۷	سه هزار	۲۴	۲	۴۷۸	۱۰
	کل	۲۲۳	۲۱	۲۷۸۶۱	۳۷۱

متغیرها و شاخص‌های مورد استفاده در این پژوهش که با مطالعه و بررسی مقالات و پایان‌نامه‌های مرتبط در زمینه گردشگری کشاورزی، گردشگری مبتنی بر جامعه محلی و نیز اقتصاد و کسب‌وکار روستایی، به دست آمده‌اند، در جدول زیر بیان شده است (جدول ۲).

جدول ۲. متغیرهای مورد استفاده در پژوهش (منبع: نگارنده، ۱۴۰۴)

متغیر	نحوه عملیاتی کردن	منبع
گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی	میزان مشارکت روستاییان در انتخاب مدیران محلی چقدر است؟ / میزان احساس مسئولیت و نظارت مردم بر عملکرد مدیران اجرایی به خصوص شورا و دهیاری چقدر است؟ / تا چه میزان تمایل دارید که در برابر محیط زیست خود مسئول باشید؟ / تا چه میزان تمایل دارید که درباره حفاظت از منابع طبیعی اطراف خود، آگاهی کسب کنید؟ / تا چه میزان نسبت به محل زندگی خود احساس غرور می‌کنید؟ / تا چه میزان زنان در فعالیتهای اجتماعی و اقتصادی روستا دخالت می‌کنند؟ / تا چه میزان در موارد خاص با دیگر اهالی روستا تعامل دارید؟ / تا چه میزان تمایل دارید از مسائل و حساسیت‌های زیست‌محیطی آگاهی پیدا کنید؟ / تا چه میزان در سال‌های اخیر فرهنگ‌های سنتی شما احیا شده است؟ / میزان رضایتمندی شما از میراث فرهنگی ملموس و ناملموس به چه میزان است؟ / از وضعیت عدالت و ثبات اقتصادی تا چه میزان رضایت دارید؟ / تا چه میزان تولیدات محلی خود را بفروش می‌رسانید؟	(سوانسری ^۱ ، ۲۰۰۳)، (پوکایاودوم ^۲ ، ۲۰۱۵)، (گودوین و سانتیلی ^۳ ، ۲۰۰۹)، (آلدکوا ^۴ ، ۲۰۱۰)، (ارناواتی ^۵ ، ۲۰۱۵) و مصاحبه با خبرنگار محلی

¹ Suansri

² Pookaiyaudom

³ Goodwin & Santilli

⁴ Aldecua

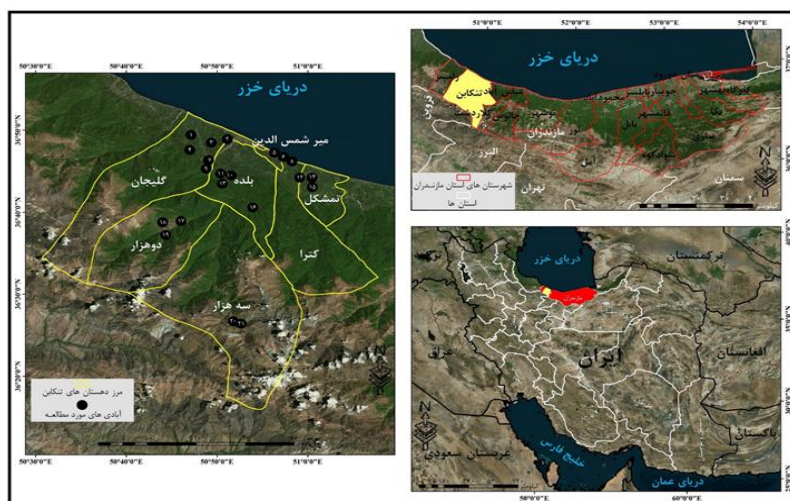
⁵ Ernawati

کسب و کار
روستایی

تا چه میزان تمایل دارید که علاوه بر تولیدات کشاورزی از طریق گردشگری در مزارع و باغها درآمد داشته باشید؟ / تا چه میزان تمایل دارید که فعالیت‌های متنوع در مزرعه داشته باشید؟ / اهمیت سرمایه‌گذاری در تسهیلات و با خدمات جدید در کسب و کار گردشگری کشاورزی / میزان اهمیت دسترسی به شبکه‌های کارآفرینان گردشگری کشاورزی در داخل کشور / میزان اهمیت دسترسی به شبکه‌های کارآفرینان گردشگری کشاورزی در خارج کشور / اهمیت وجود مشتریان کلیدی برای محصولات و خدمات گردشگری / اهمیت دسترسی و سهولت گردشگران به محصولات و خدمات مرتبط با کشاورزی / اهمیت آگاهی نسبت به بازارهای هدف و نیازهای گردشگران کشاورزی / اهمیت استفاده از تبلیغات برای ارائه خدمات و فروش محصولات به گردشگران / اهمیت آگاهی نسبت به محصولات و خدمات رقبا در روستاهای منطقه / اهمیت امکانات زیرساختی مورد نیاز برای رونق کسب و کار گردشگری کشاورزی در روستا / اهمیت سرمایه‌گذاری برای توسعه کسب و کار گردشگری کشاورزی در روستا / گردشگری تا چه میزان موجب تنوع اقتصادی و شغلی در روستا شده است؟ / تا چه میزان از میزان درآمد خود رضایت دارید؟ / در سال‌های اخیر آیا کسب و کارهای کوچک و جدید در نواحی روستایی اتفاق افتاده است؟ / تا چه میزان گردشگری موجب ورود سرمایه از خارج روستا به روستا شده است؟

(دزولا، ۲۰۱۷)،
سایولاک^۲ و همکاران،
۲۰۱۹،
(چیانگ^۳، ۲۰۱۳)،
(ناسرز^۴، ۲۰۰۹)،
(انجلین^۵، ۲۰۱۵)،
(آمارال^۶، ۲۰۰۹)،
(سوانسری، ۲۰۰۳)،
تاسی^۷ و همکاران،
۲۰۱۳ و
مصاحبه با خبرگان
محلی

منطقه مورد مطالعه پژوهش، نواحی روستایی شهرستان تنکابن است. این شهرستان از سمت شمال به دریای مازندران، از طرف غرب به شهرستان رامسر و از سمت شرق به شهرستان عباس‌آباد محدود شده و جنوب آن را به ترتیب جلگه و روستا، جنگل و سپس ارتفاعات البرز در بر گرفته است. شهرستان تنکابن دارای هفت دهستان (میر شمس‌الدین، گلجان، تمشکل، بلده، کترا، دو هزار و سه هزار) و تعداد ۲۲۳ روستای دارای خانوار با تعداد ۸۱۲۹۴ نفر جمعیت است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). پراکندگی این نواحی به گونه‌ای است که در سه اکوسیستم کوهستان، جلگه و ساحل واقع شده‌اند. نواحی روستایی مورد مطالعه دارای مزارع چای، برنج، کیوی، مرکبات، گل و گیاه زینتی و... است و جمعیت زیادی از ساکنان محلی به فعالیت‌های کشاورزی شامل دامداری، زراعت، باغداری، ماهیگیری اشتغال دارند و در کنار کشاورزی، جمعیت زیادی به‌عنوان گردشگر سالانه از این منطقه بازدید می‌کنند، بر همین اساس نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه دارای ظرفیت‌ها و جاذبه‌های بسیاری به‌منظور ایجاد و توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی است (شکل ۱).



شکل ۱. نقشه روستاهای منطقه مورد مطالعه (منبع: نگارنده، ۱۴۰۴)

- 1 Dasola
- 2 Ciolac
- 3 Chiang
- 4 Nasers
- 5 Anglin
- 6 Amaral
- 7 Tasci

یافته‌های پژوهش

در جدول زیر مشخصات فردی افراد پاسخگو نشان داده شده است، این یافته‌ها بیانگر درصد جنسیت، تأهل و سطح سواد پاسخگویان است، همچنین میانگین سنی این افراد را نشان می‌دهد (جدول ۳).

جدول ۳. مشخصات فردی پاسخگویان (منبع: یافته‌های میدانی)

مشخصات فردی	درصد
جنس	
زنان	۴۶/۵
مردان	۵۳/۵
تأهل	
مجرد	۹/۲
متأهل	۹۰/۸
سطح سواد	
بی‌سواد	۵/۷
راهنمایی	۲/۷
دیپلم	۲۱/۶
لیسانس	۵۱/۲
فوق‌لیسانس و بالاتر	۱۳/۷
میانگین سن	۴۵/۴۲

در ادامه به بررسی سایر خروجی‌های نرم‌افزار آماري SPSS از نظرات پاسخگویان در ارتباط با متغیرهای به‌کاررفته در پژوهش که در جداول زیر بیان شده است، پرداخته می‌شود:

در رابطه با متغیر گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی با توجه به نتایج به‌دست‌آمده، میانگین تمام گویه‌ها بالاتر از میانه متوسط پاسخ‌ها است که از وجود ظرفیت بالای گردشگری کشاورزی در نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه حکایت دارد و طبق نظر افراد پاسخگو (جامعه محلی) تمایل، مشارکت و حمایت آنها از ایجاد و توسعه این نوع گردشگری بالاست (جدول ۴).

جدول ۴. گویه‌های مرتبط با گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی (منبع: یافته‌های میدانی)

گویه‌ها	خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم	انحراف معیار	میانگین
میزان مشارکت روستاییان در انتخاب مدیران محلی چقدر است؟	۲۳/۴	۴۸/۸	۲۴/۱	۳	۰/۷	۰/۸۱۰	۳/۹۱
میزان احساس مسئولیت و نظارت مردم بر عملکرد مدیران اجرایی به‌خصوص شورا و دهیاری چقدر است؟	۲۵/۴	۳۷/۶	۲۱/۶	۹/۷	۵/۷	۱/۱۲۶	۳/۶۷
تا چه میزان تمایل دارید که در برابر محیط زیست خود مسئول باشید؟	۳۴/۳	۳۶/۱	۲۴/۱	۴/۵	۱	۰/۹۲۵	۳/۹۸
تا چه میزان تمایل دارید درباره حفاظت از منابع طبیعی اطراف خود آگاهی کسب کنید؟	۳۶/۱	۳۶/۳	۲۰/۶	۷	-	۰/۹۲۱	۴/۰۱
تا چه میزان نسبت به محل زندگی خود احساس غرور می‌کنید؟	۳۳/۳	۳۱/۸	۲۶/۱	۶/۲	۲/۵	۱/۰۲۶	۳/۸۷
تا چه میزان زنان در فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی روستا دخالت می‌کنند؟	۳۰/۳	۲۹/۱	۲۶/۶	۱۰	۴	۱/۱۱۸	۳/۷۲
تا چه میزان در موارد خاص با دیگر اهالی روستا تعامل دارید؟	۲۸/۶	۴۳/۳	۱۹/۷	۷	۱/۵	۰/۹۴۳	۳/۹۱
تا چه میزان تمایل دارید از مسائل و حساسیت‌های زیست‌محیطی آگاهی پیدا کنید؟	۲۹/۶	۳۹/۶	۱۷/۲	۱۲/۲	۱/۵	۱/۰۳۲	۳/۸۴
تا چه میزان در سال‌های اخیر فرهنگ‌های سنتی شما احیا شده است؟	۳۴/۸	۳۴/۳	۲۰/۶	۹/۵	۰/۷	۰/۹۹۹	۳/۹۳
میزان رضایتمندی شما از میراث فرهنگی ملموس و ناملموس به چقدر است؟	۲۳/۹	۴۰/۵	۲۶/۱	۸/۷	۰/۷	۰/۹۳۳	۳/۷۸
از وضعیت عدالت و ثبات اقتصادی تا چه میزان رضایت دارید؟	۳۳/۳	۳۰/۱	۲۲/۶	۸/۵	۵/۵	۱/۱۵۹	۳/۷۷
تا چه میزان تولیدات محلی خود را به فروش می‌رسانید؟	۳۴/۶	۴۴/۳	۱۷/۴	۳/۷	-	۰/۸۱۳	۴/۱۰

بر اساس نتایج مستخرج از پرسشنامه در ارتباط با متغیر کسب و کار روستایی، میانگین‌های محاسبه شده برای تمام گویه‌ها مقداری بالاتر از میانه متوسط پاسخ‌ها را نشان می‌دهد، به طوری که گویه «سرمایه‌گذاری در تسهیلات/ خدمات جدید در کسب و کار گردشگری کشاورزی بسیار مهم است»، با میانگین (۴/۱۸) بالاترین مقدار و گویه «تا چه میزان تمایل دارید فعالیت‌های متنوع در مزرعه داشته باشید»، با میانگین (۳/۸۲) کمترین مقدار را به دست آورده است که این مقادیر بیانگر وضعیت مطلوب تمامی گویه‌های مرتبط با کسب و کار گردشگری کشاورزی در روستاهای شهرستان تنکابن است (جدول ۵).

جدول ۵. گویه‌های مرتبط با کسب و کار روستایی (منبع: یافته‌های میدانی، ۱۴۰۳)

گویه‌ها	خیلی زیاد	زیاد	تا حدی	کم	خیلی کم	انحراف معیار	میانگین
تا چه میزان تمایل دارید که علاوه بر تولیدات کشاورزی از طریق گردشگری درآمد داشته باشید؟	۲۲/۴	۵۱/۵	۱۶/۹	۷/۵	۱/۷	۰/۹۱۰	۳/۸۵
تا چه میزان تمایل دارید که فعالیت‌های متنوع در مزرعه داشته باشید؟	۲۶/۴	۳۷/۱	۲۹/۶	۶/۲	۰/۷	۰/۹۲۰	۳/۸۲
سرمایه‌گذاری در تسهیلات/ خدمات جدید (نوآوری در محصولات و فرایندها) در کسب و کار گردشگری کشاورزی بسیار مهم است.	۳۲/۳	۵۵/۵	۱۰	۲/۲	-	۰/۶۹۴	۴/۱۸
دسترسی به شبکه‌های کارآفرینان گردشگری کشاورزی در داخل کشور تا چه میزان اهمیت دارد؟	۲۸/۱	۵۰/۵	۱۹/۹	۰/۷	۰/۷	۰/۷۵۹	۴/۰۴
دسترسی به شبکه‌های کارآفرینان گردشگری کشاورزی در خارج کشور تا چه میزان اهمیت دارد؟	۲۸/۴	۳۹/۸	۲۲/۶	۹/۲	-	۰/۹۳۰	۳/۸۷
وجود مشتریان کلیدی برای محصولات و خدمات گردشگری چقدر مهم است؟	۴۱/۸	۳۷/۸	۱۵/۲	۴/۵	۰/۷	۰/۸۹۱	۴/۱۵
دسترسی و سهولت گردشگران به محصولات و خدمات مرتبط با کشاورزی تا چه میزان اهمیت دارد؟	۳۵/۳	۴۲/۸	۱۸/۲	۲/۲	۱/۵	۰/۸۶۸	۴/۰۸
آگاهی نسبت به بازارهای هدف و نیازهای گردشگران کشاورزی اهمیت دارد.	۳۷/۶	۴۳	۱۴/۲	۴/۵	۰/۷	۰/۸۶۶	۴/۱۲
میزان استفاده از تبلیغات برای ارائه خدمات و فروش محصولات به گردشگران، در توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی اهمیت دارد.	۳۹/۳	۳۴/۱	۱۸/۲	۸/۵	-	۰/۹۵۶	۴/۰۴
میزان آگاهی نسبت به محصولات و خدمات رقبا در روستاهای منطقه اهمیت دارد.	۳۰/۱	۴۶	۱۵/۷	۸/۲	-	۰/۸۸۷	۳/۹۸
امکانات زیرساختی مورد نیاز برای رونق کسب و کار گردشگری کشاورزی در روستا مهم است.	۴۲/۸	۳۰/۸	۱۷/۹	۷/۷	۰/۷	۰/۹۹۰	۴/۰۷
سرمایه‌گذاری برای توسعه کسب و کار گردشگری کشاورزی در روستا اهمیت دارد.	۳۲/۸	۴۰/۵	۱۷/۷	۸/۲	۰/۷	۰/۹۴۹	۳/۹۷
گردشگری تا چه میزان موجب تنوع اقتصادی و شغلی در روستا شده است؟	۳۱/۶	۴۱/۵	۱۹/۲	۵/۵	۲/۲	۰/۹۶۳	۳/۹۵
تا چه میزان از میزان درآمد خود رضایت دارید؟	۳۸/۶	۳۸/۳	۱۶/۲	۴/۷	۲/۲	۰/۹۶۸	۴/۰۶
در سال‌های اخیر آیا کسب و کارهای کوچک و جدید در نواحی روستایی اتفاق افتاده است؟	۲۹/۶	۳۴/۱	۲۶/۱	۷	۳/۲	۱/۰۴۴	۳/۸۰
تا چه میزان گردشگری موجب ورود سرمایه به روستا شده است؟	۳۴/۸	۳۹/۳	۱۸/۲	۴/۷	۳	۰/۹۹۵	۳/۹۸

برای استفاده از آزمون T تک‌نمونه‌ای، ابتدا تمام گویه‌های مربوط به متغیرهای اصلی پژوهش با یکدیگر ترکیب و به صورت میانگین درآمده است و از هر کدام آزمون گرفته شده است. در ارتباط با متغیر گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی، یافته‌ها بیانگر آن است که میانگین محاسبه شده (۳/۸۷) برای کل گویه‌ها، در مقایسه با میانه پاسخ‌ها (۳) رقم بالاتری را نشان می‌دهد،

همچنین سطح معناداری به‌دست‌آمده برابر با (۰/۰۰۰) است از آنجایی که خطای محاسبه شده کمتر از ۰/۰۵ است، بیانگر معنادار بودن یافته‌ها و توافق معنادار بین نظرات جامعه پاسخگو است. در رابطه با متغیر کسب‌وکار روستایی نیز یافته‌های به‌دست‌آمده از آزمون T تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد که میانگین محاسبه‌شده برای کل گویه‌ها (۳/۹۹)، از میانه پاسخ‌ها (۳) بیشتر است که بیانگر وضعیت مطلوب کسب‌وکارهای روستایی و حمایت جامعه محلی از این کسب‌وکارها که در نتیجه ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی در نواحی روستایی شکل می‌گیرد، است (جدول ۶).

جدول ۶. نتایج آزمون T در ارتباط با گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و کسب‌وکار روستایی (منبع: یافته‌های میدانی)

مؤلفه	تعداد	t	ارزش t	میانگین	انحراف معیار	خطای استاندارد از میانگین	سطح معناداری	اختلاف میانگین
گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی	۴۰۲	۲۴/۷۳	۳	۳/۸۷	۰/۷۰۸	۰/۳۵۳۶	۰/۰۰۰	۰/۸۷۴۵
کسب‌وکار روستایی	۴۰۲	۳۴/۳۷	۳	۳/۹۹	۰/۵۸۰۱	۰/۰۲۸۹	۰/۰۰۰	۰/۹۹۴۵

در مورد رابطه بین دو متغیر گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی و کسب‌وکار روستایی، یافته‌های محاسبه شده از آزمون همبستگی پیرسون با مقدار همبستگی (۰/۷۸۱) و نیز سطح معناداری به‌دست‌آمده برابر با (۰/۰۰۰)، نشان می‌دهد که دو متغیر در سطح ۹۹ درصد دارای رابطه مستقیم و معنادار هستند. در واقع هر اندازه میزان رشد و توسعه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی با مالکیت و به نفع جامعه محلی بیشتر باشد، کسب‌وکارهای روستایی مرتبط با این فعالیت‌ها، رشد و در نهایت توسعه بیشتری را در پی خواهند داشت (جدول ۷).

جدول ۷. رابطه همبستگی میان متغیرهای پژوهش (منبع: یافته‌های میدانی)

شرح	کسب‌وکار روستایی
میزان همبستگی	۰/۷۸۱**
سطح معناداری	۰/۰۰۰
تعداد پاسخگویان	۴۰۲

بحث و نتیجه‌گیری

گردشگری کشاورزی از جمله فعالیت‌هایی است که در چند دهه اخیر در پاسخ به کاهش سطح کیفی اقتصاد روستاییان و ضرورت حفظ و پایداری محیط زیست، همچنین رونق کشاورزی، مورد توجه قرار گرفته است و اغلب به‌عنوان یک گزینه توسعه پایدار برای احیای اقتصاد روستایی و تنوع منابع درآمدی مطرح شده و به‌طور عمده با توجه به ظرفیت‌های رشد درون‌زا شکل می‌گیرد، اگرچه بدون حمایت، مشارکت، مدیریت و مالکیت جامعه محلی، این فعالیت‌ها از ماندگاری و پایداری چندانی برخوردار نخواهند بود، زیرا وجود منافع و حس تعلق خاطر به هر فعالیتی، حس مسئولیت‌پذیری را تقویت می‌کند که در این حوزه نیز جامعه محلی از این قاعده مستثنا نیست. بر همین اساس بسیاری از جوامع روستایی و نیز افراد شاغل در بخش کشاورزی، برای بهبود وضع معیشت خود، با حرکت به سمت گردشگری، اقدام به متنوع‌سازی اقتصاد محلی خود کرده‌اند، همچنین سعی در ورود به حوزه گردشگری داشته‌اند و درهای مزارع خود را به روی مهمانانی که به دنبال سرگرمی و فعالیت‌های آموزشی هستند، باز کرده‌اند. این نوع گردشگری به‌عنوان گردشگری کشاورزی شناخته شده است، به‌طوری که وزارت کشاورزی می‌سی‌سی‌پی گردشگری کشاورزی را «کسب‌وکاری در مزرعه، دامداری، یا دیگر بخش‌های کشاورزی می‌داند که علاوه بر تجربه آموزشی و سرگرم‌کننده برای بازدیدکنندگان، تولید درآمد اضافی را برای مالکان اراضی در پی خواهد داشت».

با توجه به مطالب گفته‌شده، پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین گردشگری کشاورزی مبتنی بر اجتماع محلی و کسب‌وکارهای روستایی پرداخت که میانگین‌های به‌دست‌آمده از نظرات پاسخگویان برای هر دو متغیر - که بالاتر از حد میانه پاسخ‌ها است - بیان‌کننده وضعیت مطلوب گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی است که نشان از ظرفیت بالای منطقه مورد مطالعه برای

ایجاد و توسعه این فعالیت‌ها و نیز حمایت و تمایل جامعه محلی برای مشارکت در این نوع گردشگری دارد، به طوری که گویند «تا چه میزان تولیدات محلی خود را به فروش می‌رسانید؟» با میانگین ۴/۱۰ مبین این ادعا است که این یافته منطبق است با مطالعه ویدایاتی و همکارانش (۲۰۲۴) که در زمینه گردشگری کشاورزی مبتنی بر جامعه محلی، دیدگاه‌های جوامع محلی در مورد ایجاد یک باغ گیاهان دارویی به عنوان وسیله‌ای برای ترویج گردشگری کشاورزی با هدف دستیابی به پایداری بلندمدت، مزایای اقتصادی و سایر پیامدهای مثبت را بررسی کرده‌اند. نتایج حاصل، تمایل بالای جامعه محلی به ادغام یکپارچه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی با زندگی روزمره آنها را نشان می‌دهد که به درآمد بیشتر برای آنها منجر می‌شود، همچنین در ارتباط با گویند «گردشگری تا چه میزان موجب تنوع اقتصادی و شغلی در روستا شده است؟» میانگین محاسبه شده ۳/۹۵ که بالاتر از میانگین پاسخ‌ها است با مطالعه جزمیک و همکارانش (۲۰۱۵) انطباق دارد. این مطالعه در لهستان و در ارتباط با مزایای گردشگری کشاورزی انجام شده است، نتایج نشان می‌دهد فعالیت‌های گردشگری کشاورزی، تنوع مزارع و فعالیت‌ها در مناطق روستایی را به همراه دارد.

میانگین‌های محاسبه شده همچنین نشان‌دهنده وضع موجود کسب و کار روستایی وابسته به فعالیت‌های کشاورزی و گردشگری در این نواحی است که با توجه به مقدار به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون (۰/۷۸۱) رابطه مستقیم و معنادار این دو متغیر نیز تأیید می‌شود. این یافته با مطالعه مورا و همکارش (۲۰۱۸) برابری می‌کند که معتقد است بهره‌برداری از ظرفیت مناطق روستایی، کلید بهبود کسب و کارهای روستایی است. توسعه مناطق روستایی به فعالیت‌های اقتصادی که در مناطق مختلف انجام می‌شود، بستگی دارد و یکی از امکانات توسعه منطقه‌ای، ترویج زمینه‌های خاص گردشگری، مانند گردشگری روستایی و گردشگری کشاورزی است. در همین راستا مطالعات و مشاهدات میدانی نگارنده تصدیق می‌کند با توجه به اینکه فعالیت‌های گردشگری کشاورزی هنوز به صورت رسمی و با مجوز بخش‌های مربوطه شکل نگرفته است، اما کسب و کارهای زیادی که مرتبط با این نوع گردشگری هستند، توسط جامعه محلی، بخش خصوصی و سرمایه‌گذاران داخلی گسترش یافته است. برای نمونه وجود کارخانه چای در روستاهای پلطان، شعیب کلایه و قلعه گردن که به عنوان واحدهای صنایع تبدیلی مشغول فعالیت هستند، همچنین کشاورزانی که در فصول مختلف محصولات کشاورزی خود را در اراضی خود یا در دکه‌هایی در مسیر جاده‌های منتهی به مقاصد گردشگری به فروش می‌رسانند (مانند فروش محصول برنج و مرکبات روستاهای جلگه‌ای و کوهپایه‌ای، فروش محصول فندق و لوبیا در روستاهای دهستان دو هزار و سه هزار). فعالیت‌های اقامتی گردشگری کشاورزی نیز در قالب خانه‌های بوم‌گردی که با مجوز اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان در اراضی باغی بنا شده‌اند، به عنوان کسب و کار روستایی با ارائه خدمات مرتبط با گردشگری کشاورزی در کنار کسب درآمد برای صاحبان این مشاغل، احیای معیشت، فرهنگ، آداب و رسوم و در نهایت پایداری محیط زیست و فعالیت‌های کشاورزی را برای نواحی روستایی به همراه خواهد داشت. در همین زمینه گویند «در سال‌های اخیر آیا کسب و کارهای کوچک و جدید در نواحی روستایی اتفاق افتاده است؟» با میانگین ۳/۸۰، وجود این موضوع را تأیید می‌کند و با مطالعه چانگ و همکارانش (۲۰۱۹) در تایوان مبنی بر اینکه گردشگری کشاورزی، فرصتی اساسی برای کارآفرینی در کسب و کار شناخته می‌شود، انطباق دارد.

در رابطه با بحث محیط زیست و حفاظت از منابع طبیعی، از آنجا که گردشگری کشاورزی، فعالیتی منبع پایه است، نیاز است تمام ذی‌نفعان (جامعه میزبان، صاحبان کسب و کارهای گردشگری و گردشگران) در زمینه حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست روستایی کسب آگاهی کنند؛ چراکه لازمه پایداری فعالیت‌های گردشگری کشاورزی، پایداری منابع طبیعی و محیط زیست است و در پی آن توسعه کسب و کارهای روستایی مرتبط با این نوع گردشگری شکل خواهد گرفت. در این ارتباط گویند «تا چه میزان تمایل دارید که درباره حفاظت از منابع طبیعی اطراف خود آگاهی کسب کنید؟» با میانگین محاسبه شده ۴/۰۱، با مطالعه باربیری (۲۰۱۶) مبنی بر اینکه گردشگری کشاورزی پیشنهاد می‌شود، زیرا ظرفیت لازم برای گسترش مزایای زیست‌محیطی (مانند، حفظ و نگهداری از منابع طبیعی) برای جوامع محلی را دارد، منطبق است.

در رابطه با ارائه پیشنهادها در جهت بهبود وضعیت گردشگری در نواحی روستایی شهرستان تنکابن، بر اساس میانگین‌های به دست آمده در زمینه گویند «میزان احساس مسئولیت و نظارت

مردم بر عملکرد مدیران اجرایی به خصوص شورا و دهیاری چقدر است؟» پایین‌ترین میانگین ۳/۶۷ را کسب کرده است که با توجه به آن، پیشنهاد می‌شود که سازمان‌های مربوطه با وضع قوانینی به منظور اعتمادسازی در جهت مشارکت بیشتر جامعه محلی در بخش‌های مختلف مدیریتی، آموزش و آگاهی‌رسانی به جامعه محلی در راستای توسعه کسب‌وکارهای گردشگری در نواحی روستایی و نیز تقویت حس مسئولیت‌پذیری جامعه محلی به واسطه درگیر کردن آنها در فرایند برنامه‌ریزی گردشگری در محل زندگی‌شان، می‌توانند در هدایت جریان توسعه به این نواحی موفق‌تر عمل کنند.

منابع

- Amaral, K. N. (2009). Agricultural communications students' perceptions and knowledge of agritourism. (MASTER OF SCIENCE dissertation, University of Arkansas). *ProQuest Dissertations & Theses*, 1470881.
- Anglin, P. (2016). Improving Business Processes of Jamaican Agritourism Enterprises: Using ICT to Increase Collaboration and Information Sharing. (Doctoral dissertation, University of Manchester, UK).
- Arru, B., Furesi, R., Madau, F. A., & Pulina, P. (2019). Recreational Services Provision and Farm Diversification: A Technical Efficiency Analysis on Italian Agritourism. *Agriculture*, 9(2), 42. <https://doi.org/10.3390/agriculture9020042>
- Barbieri, C., Sotomayor, S., & Aguilar, F. X. (2016). Perceived Benefits of Agritourism: A Comparison between Missouri Metropolitan and Non-Metropolitan Residents. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 59. TTRA International Conference, University of Massachusetts Amherst. <https://hdl.handle.net/20.500.14394/48442>
- Barbieri, C., Stevenson, K. T., & Knollenberg, W. (2018). Broadening the utilitarian epistemology of agritourism research through children and families. *Current Issues in Tourism*, 22(19), 2333–2336. <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1497011>
- Bhatta, K., & Ohe, Y. (2019). Farmers' willingness to establish community-based agritourism: evidence from Phikuri village, Nepal. *International Journal of Tourism Sciences*, 19(2), 128–144. <https://doi.org/10.1080/15980634.2019.1621536>
- Bozarjmehri, Kh., Khatami, S. S., Naderi, M., Sarbarghi, & Moghaddam, T. T. (2016, October). Review of the role of participatory projects in women's empowerment and environmental conservation. Paper presented at the National Conference on Women and Environmental Sustainability in Rural Areas, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran.
- Brinkley, C. (2012). Evaluating the Benefits of Peri-Urban Agriculture. *Journal of Planning Literature*, 27(3), 259-269. <https://doi.org/10.1177/0885412211435172>
- Buaban, M. (2016). Community-based creative tourism management to enhance local sustainable development in Kanchanaburi Province, Thailand. (Doctoral dissertation, University of Exeter, Devon, United Kingdom). <http://hdl.handle.net/10871/24246>
- Chang, H. H., Mishra, A., & Lee, T. H. (2019). A supply-side analysis of agritourism: Evidence from farm-level agriculture census data in Taiwan. *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, 63(3), 521-548. <https://doi.org/10.1111/1467-8489.12304>
- Choenkwan, S., Promkhambut, A., Hayao, F., & Rambo, A. T. (2016). Does Agrotourism Benefit Mountain Farmers? A Case Study in Phu Ruea District, Northeast Thailand. *Mountain Research and Development*, 36(2), 162-172. <https://doi.org/10.1659/MRD-JOURNAL-D-15-00111.1>
- Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C., & Marin, D. (2019). Agritourism - A Sustainable Development Factor for Improving the 'Health' of Rural Settlements: Case Study Apuseni Mountains Area. *Sustainability*, 11(5), 1467. <https://doi.org/10.3390/su11051467>
- Dasola, O. O. (2017). Agritourism Operation among Small and Socially Disadvantaged Farmers in North Carolina. (Master's thesis, North Carolina Agricultural and Technical State University). Retrieved from ProQuest Dissertations & Theses.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2016). Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547–1568. <https://doi.org/10.1080/13683500.2016.1150257>
- Ernawati, N. M. (2015). Producer–market orientation of community-based tourism (CBT) products: A case study in Bali, Indonesia. (Doctoral dissertation, Edith Cowan University, Perth, Australia). Retrieved from <https://ro.ecu.edu.au/theses/1685>
- Goodwin, H. J., & Santilli, R. (2009). Community-Based Tourism: a success? International Centre for Responsible Tourism, Leeds Metropolitan University.

- Grillini, G., Streifeneder, T., Stotten, R., Schermer, M., & Fischer, Ch. (2025). How tourists change farms: The impact of agritourism on organic farming adoption and local community interaction in the Tyrol-Trentino mountain region. *Journal of Rural Studies*, 114, 103531. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103531>
- Habibollahi, F. (2017). Analyzing the effectiveness of community-based tourism performance (Case study: Dohezar County, Tonekabon, Mazandaran). (MS dissertation, Mazandaran University, Babolsar). (In Persian)
- Hatley, L. (2009). The Nature of Agritourism in the Buffalo City Municipality. (Doctoral dissertation, Cape Peninsula University of Technology), Cape Town, South Africa. Corpus ID: 129956255
- Heydari, Z. (2021). Pattern Design of agritourism development with community-based tourism (CBT) approach (Case study: rural areas of Tonekabon County). (Doctoral dissertation, Tehran University, Tehran). (In Persian)
- Heydari, Z., Badri, S. A., Rezvani, M. R., & Darban Astaneh, A. R. (2022). Analysis of tourists' attitudes and tendencies towards community based Agritourism (Study area: villages of Tonekabon township). *Journal of Tourism Planning and Development*, 11(40), 7-40. (In Persian) <https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.20965.3483>
- Jęczyk, A., Uglis, J., Graja-Zwolińska, S., Maćkowiak, M., Spychała, A., & Sikora, J. (2015). Research Note: Economic Benefits of Agritourism Development in Poland - An Empirical Study. *Tourism Economics*, 21(5), 1120-1126. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0391>
- Jugmohan, S. (2015). Pre-Conditions, Challenges and opportunities for Community-Based Tourism in Mpondoland in the Eastern Cape province of South Africa. (Doctoral dissertation, Cape Peninsula University of Technology, Cape Town, Western Cape, South Africa).
- Khazaei Pul, M., & Ramezanzadeh Lasbooyee, M. (2023). The community-based tourism model of mountain villages with the grounded theory approach (Case study: Kojur District, Nowshahr County). *Journal of Research & Rural Planning*, 12(1), 61-76. <https://doi.org/10.22067/JRRP.V12I1.2212-1068>
- Ladislav, M., & Ključnikov, A. (2018). Small Businesses in Rural Tourism and Agrotourism: Study from Slovakia. *Economics & Sociology*, 11(3), 286-300. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-3/17>
- Lago, N. A. (2017). Tourism demand and agriculture supply: Basis for agritourism development in Quezon Province. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 5(3), 1-9. <http://oaji.net/articles/2017/1543-1536128729>
- Martinus, K., Boruff, B., & Picado, A. N. (2024). Authenticity, interaction, learning and location as curators of experiential agritourism. *Journal of Rural Studies*, 108, 103294. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2024.103294>
- Motiei Langrodi, S., & Heydari, Z. (2013). Explanation Potential of Agritourism on bases tourists attitude (case study: Baladeh County, Tonekabon Township). *Journal of Tourism Planning and Development*, 1(3), 1-23. (In Persian) https://tourismpd.journals.umz.ac.ir/article_458.html?lang=en
- Mura, L., & Ključnikov, A. (2018). Small Businesses in Rural Tourism and Agritourism: Study from Slovakia. *Economics and Sociology*, 11(3), 286-300. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-3/17>
- Nasers, M. (2009). Iowa agritourism consumer profile: demographics, preferences, and participation levels. Thesis for A Master of Science degree, Department of Agricultural Education and Studies, Iowa State University, Iowa. <https://doi.org/10.31274/etd-180810-1249>
- Paresishvili, O., Kvaratskhelia, L., & Mirzaeva, V. (2017). Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities. *Annals of Agrarian Science*, 15(3), 344-348. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.07.008>
- Pookaiyaudom, G. (2015). Relationship between community pride and participation needs in sustainable tourism development of Fishing Village: a case study of Samut Sakhon Province, Thailand. *WIT Transactions on Ecology and The Environment*, 192, 343-354. <https://doi.org/10.2495/ECO150311>
- Prabhakaran, S., Nair, V., & Ramachandran, S. (2014). Community Participation in Rural Tourism: Towards a Conceptual Framework. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 14, 290-295. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.298>

- Ramezanzadeh Lasboyee, M., & Khazaei Poul, M. (2023). Modeling Community-Based Tourism in the Rural Areas of the Mountain Villages of Nowshahr City with the Grounded Theory Approach. *Journal of Sustainable Rural Development*, 7(2), 199-212. <https://doi.org/10.22034/jsrd.2023.375259.1115>
- Rasoolimanesh, S. M., Ringle, Ch. M., Jaafar, M., & Ramayah, T. (2017). Urban vs. Rural Destinations: Residents' Perceptions, Community Participation and Support for Tourism Development. *Tourism Management*, 60, 147-158. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.019>