

# طراحی و تبیین الگوی توسعه کارآفرینی روستایی با ارائه یک راهبرد جدید بر اساس گردشگری کشاورزی: رویکرد داده بنیاد مطالعه موردی (روستاهای شاخص استان یزد)

مجید فتوحی

دانشجوی دکتری گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

غلامحسین حسینی نیا<sup>۱</sup>

دانشیار گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

سید مجتبی سجادی

دانشیار گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۲/۳۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۶/۵

## چکیده

امروزه توسعه کارآفرینی از سازنده ترین راهکارهای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مناطق محروم و روستاها به حساب می آید و به دلیل تسلط بخش کشاورزی در اغلب مناطق روستایی، تاکید عمده بر کارآفرینی روستایی است. توسعه کارآفرینی روستایی قابلیت برای کمک به تنوع بخشی درآمد و میزان تولیدات کشاورزی و غیر کشاورزی روستائیان محسوب و فرصتهای مناسبی را برای کاهش خطر معیشتی و افزایش امنیت غذایی پایدار در مناطق روستایی فراهم می نماید. در این راستا، گردشگری کشاورزی (آگروتوریسم) تجربه بسیار مناسبی را برای بازدید کنندگان که به دنبال کار در مزرعه، باغ، دسترسی به طبیعت، گشت و گذار و تجارب فرهنگی هستند فراهم و از طرف دیگر به کشاورزان کمک می کند تا پویایی و دوام کشاورزی را حفظ و اقتصاد خود را تنوع ببخشند. بررسی ها حاکی از آن است که گردشگری کشاورزی از مسیرهای متفاوتی می تواند به توسعه کارآفرینی روستایی کمک نماید. پژوهش حاضر در پی طراحی الگوی توسعه کارآفرینی روستایی مبتنی بر گردشگری کشاورزی می باشد. این پژوهش در چارچوب رویکرد کیفی و با به کارگیری روش تحقیق داده بنیاد انجام و ابزار جمع آوری داده ها، مصاحبه های نیمه ساختار یافته بوده و به منظور گردآوری اطلاعات، با به کارگیری روش نمونه گیری هدفمند با 30 نفر از خبرگان آشنا به مباحث گردشگری روستایی، کارآفرینی روستایی، مسئولان محلی و صاحب نظران فرا محلی مصاحبه انجام گرفته است. تجزیه و تحلیل داده ها در سه مرحله کد گذاری باز، محوری و انتخابی انجام و بر اساس آن، مدل کیفی پژوهش طراحی گردید. یافته های پژوهش، نشان دهنده استخراج بالغ بر 546 مفهوم اولیه و 158 کد باز از مصاحبه ها و نیز احصاء 25 مقوله که در قالب مدل پارادایمی، شامل گردشگری کشاورزی به عنوان مقوله محوری و شرایط علی (ارکان و کالبد محیطی و زیست بومهای طبیعی)، عوامل زمینه ای (اثرات زیست محیطی، آموزش پایه، صنایع دستی و روستایی و زیر ساخت های ملموس)، شرایط مداخله گر (اثرات انگیزشی، زیر ساخت های ناملموس و فرهنگ و آئین ها)، راهبردها (توسعه و تحول، شاخص ها، آموزشهای کاربردی و ایجاد کارگاههای مشارکتی) و پیامد های آن (رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، توسعه فرهنگ کارآفرینی) قرار گرفت.

**واژگان کلیدی:** گردشگر، توسعه، گردشگری کشاورزی، کارآفرینی روستایی، روستاهای شاخص استان یزد

## مقدمه

روستا، اولین سکونت گاه دائمی انسان، محل فعالیتهای کشاورزی و نیز محیط کار، تلاش، تولید و دیگر کوشش‌های بهره‌وری انسان از زمین است. (Papoli Yazdi, 2016) توسعه روستایی، پدیده‌ای چند بعدی به شمار می‌رود که امروزه نیازمند سیاست‌گذاری برای تمرکز بر توسعه ایده‌های نوآورانه و طرح‌های ابتکاری کسب و کار در مناطق روستایی است. (Harpa et al, 2015, Verma 2018, 20). شواهد بسیار متعدد نشان می‌دهد در اقتصادهای کم‌درآمد و همچنین در کشورهای در حال توسعه به ویژه در مناطق روستایی، توسعه پایدار می‌تواند به بهترین شکل از طریق فعالیتهای کارآفرینانه و گردشگری روستایی تقویت شده و بهبود یابد. (Doh, et al, 2015). گردشگری حاوی ظرفیت‌های پویا برای اشتغال و کارآفرینی روستایی است. (Heidari et al, 2020). مقوله کارآفرینی به عنوان یکی از ضرورت‌های برنامه‌های توسعه روستایی، جایگاه و اعتبار ویژه‌ای یافته است. همچنین پژوهشگران و دولت‌مردان کشورهای مختلف، بر الزام سیاست‌گذاری هدفمند و برنامه‌ریزی اندیشمندانه برای توسعه کارآفرینی در بخش روستایی به طور فزاینده‌ای تاکید کرده‌اند. (Hosseini 2017). اما نکته‌ای که می‌باید به آن توجه نمود، بحث فراگیربودن کارآفرینی در بین گروه‌های مختلف است، به این معنا که کارآفرینی فقط مختص شهرها نمی‌باشد بلکه اگر می‌خواهیم جامعه به توسعه مناسبی دست یابد، باید تک‌تک اجزا جامعه را با هم در نظر گرفت و همه ارکان جامعه به خصوص روستاها و روستاییان را نیز تحت پوشش خود درآورد. (Rezvani, 2017). رونق گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند به توانمندسازی روستاییان، تنوع بخشی فعالیتهای اقتصادی و ایجاد فرصتهای شغلی جدید کمک نماید. (Heidari, 2018). بنابراین گردشگری کشاورزی (آگروتوریسم یا آگروتوریسمیا) اغلب به عنوان یک گزینه توسعه پایدار برای احیای اقتصاد روستایی و تنوع بخشی به منابع درآمد پیشنهاد شده است. (Hatley 2009, Doh et al, 2017). با بررسی پتانسیل‌های موجود در فعالیتهای کشاورزی و گردشگری، با تلفیق این دو عنصر تحت عنوان گردشگری کشاورزی می‌توان آن را در راستای نظریه گردشگری پایدار و راهبردی نوین در جهت توسعه مناطق روستایی ارائه کرد. (Fakhim zadeh & Khatibi, 2016; Motiei langaroodi et al, 2020) که می‌تواند به عنوان عاملی برای توسعه پایدار کشاورزی و روستایی باشد. (Rezvani et al, 2017). از دیدگاه کشاورزی، گردشگری کشاورزی به معنی گسترش عملیات مزرعه، استفاده از محصولات مبتنی بر کشاورزی در راه‌های جدید و نوآورانه، بهبود جریان درآمد مزرعه و توسعه بازارهای جدید مصرف‌شناخته می‌شود. در نتیجه آگاهی از محصولات کشاورزی محلی و اهمیت حفظ زمین‌های کشاورزی از طریق گردشگری کشاورزی افزایش می‌یابد. (Samani, 2018)

گردشگری کشاورزی به عنوان یک فعالیت، خلاصه‌ای از چهار عامل زیر است.

- ترکیبی از عناصر ضروری صنعت گردشگری کشاورزی

- جذب مردم برای بازدید از عملیات کشاورزی

- راهی برای افزایش درآمد مزرعه

- ارائه تفریح، سرگرمی و یا تجارب آموزشی برای بازدیدکنندگان. (Pittman, 2006, Hatley, 2009)

اجزاء اصلی گردشگری کشاورزی شامل مشارکت در فعالیتهای سنتی کشاورزی بدون آسیب رساندن به اکوسیستم یا منطقه بهره وری، حمایت از فعالیتهای کشاورزی در طول بازدید، چیدن میوه و سبزیجات، اسب سواری، خرید سوغاتی از غرفه های صنایع دستی روستایی، شرکت در جشنواره ها، رویداد ها در مزرعه که در آن مسافران با خانواده کشاورز به طور مستقیم ارتباط برقرار می کنند. (Doh et al, 2015, 2010, Hen 2019) هدف از گردشگری کشاورزی علاوه بر فراهم آوری یک مکان توریستی طبیعی زیبا برای داشتن لحظات خوش منحصر به فرد و آرامش روانی شهر نشینان در اوقات فراغت می تواند باعث پرورش یک درک عمیق از اصول و فرایندهای مربوط به کشاورزی از طریق آموزش به گردشگران و به خصوص فرزندان و دست به دست شدن تجربیات کشاورزان و روستاییان به افراد علاقه مند باشد. (Lyson, 2017)

ایران از لحاظ جاذبه های توریستی یکی از مهمترین کشورهای دنیا می باشد، اما به لحاظ استفاده و سود آوری از این نعمات خداوندی متأسفانه جایگاه مناسبی در دنیا ندارد (Saleh 2020). با توجه به کاهش میزان بارندگی در ایران و به خطر افتادن حیات جوامع روستایی در کشور ما و پنهان ماندن این رکن اقتصاد کارآفرین، یکی از بهترین رهیافت ها توسعه گردشگری کشاورزی در روستا ها می باشد. (Ghanian, 2012) در استان یزد که به عنوان کم بارش ترین استان ایران در چند سال اخیر شناخته شده است و کاهش آب در مناطق روستایی و در نتیجه کاهش درآمد روستاییان این استان را به دنبال داشته است، لزوم توجه به رویکرد گردشگری کشاورزی را در روستاهای این استان آشکار می سازد و ضمن اشتغال زایی و افزایش درآمد و ارتقاء سطح زندگی آنها به حفظ بافت سنتی روستاها کمک کرده و همچنین از مهاجرت و کوچ بی مورد آنها به شهرها جلوگیری می نماید. (Agricultural Jihad of Yazd Province, 2019). در بین روستاهای استان یزد با توجه به تنوع آب و هوا و مناطق مختلف روستایی، میتوان الگویی جهت توسعه کارآفرینی روستایی بر اساس گردشگری کشاورزی را مطالعه و تدوین نمود، زیرا پژوهشهای کیفی گردشگری کشاورزی که به دست محققان داخلی انجام گرفته اندک بوده و این خلاء در مورد استان یزد بسیار زیاد و در مورد تدوین چنین الگویی جهت روستاهای یک استان با قابلیت گردشگری تا به حال پژوهشی صورت نگرفته است. قرار گرفتن این استان در مرکز ایران و تنوع آب و هوایی و زیست محیطی و وجود مناطق کویری و کوهستانی با انواع محصولات کشاورزی منحصر به فرد، پرورش حیوانات اهلی، گیاهان دارویی، زعفران، عسل، صنایع دستی، ایستگاههای زیست محیطی حیوانات وحشی مانند بز و آهو و گوزن زرد ایرانی و مهمتر از همه یوزپلنگ آسیایی از جنبه های بی شمار گردشگری کشاورزی است که میتواند عاملی جهت جلب گردشگر و توریسم کشاورزی گردد.

#### مبانی نظری، ادبیات و پیشینه تحقیق

پژوهش حاضر در صدد است تا با استفاده از گردشگری کشاورزی یا آگروتوریسم که خود از زیر شاخه های گردشگری روستایی می باشد، مدل توسعه کارآفرینی روستایی را برای اولین بار در روستاهای شاخص استان یزد تدوین و تشریح نماید. در ادبیات نوین کارآفرینی، مفهوم جامع توسعه کارآفرینی روستایی جزء لاینفک تحقیقات حوزه کارآفرینی است. مفهومی که همه عوامل موثر بر برنامه های توسعه روستایی را مد نظر قرار می دهد

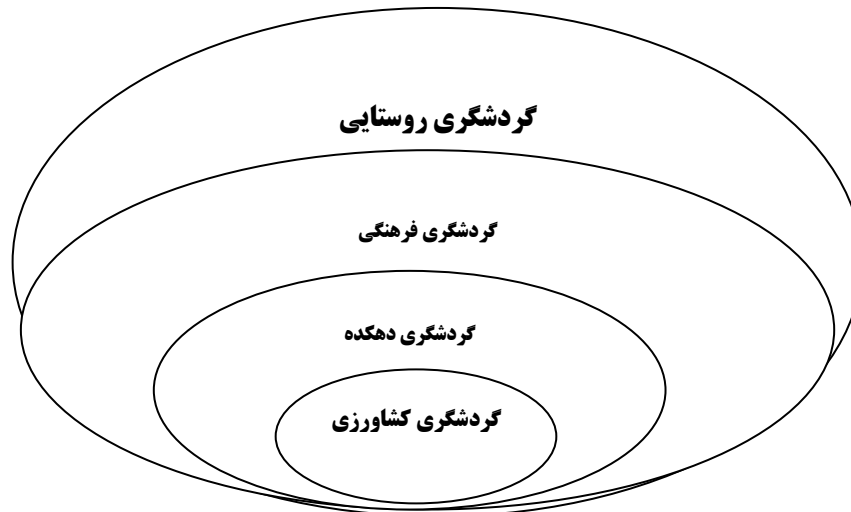
(Mahalianaarachchi, Motiei Langroudi, 2017). برنامه های توسعه روستایی، جزئی از برنامه های توسعه هر کشور محسوب می شود و کارآفرینی روستایی از طریق کشف فرصت های مطلوب در روستاها و ترغیب روستاییان به راه اندازی کسب و کارهای نوپا و یا از طریق گردشگری کشاورزی، منجر به رقابتی شدن محیط کسب و کارهای کارآفرینانه روستایی می گردد و از این طریق موجبات سرمایه گذاری بهینه در منابع روستایی را فراهم آورده و به توسعه منتهی می شود. (Fallah, 2017) امروزه توسعه گردشگری در نواحی روستایی و جوامع محلی تحت تاثیر نهضت جهانی شدن، اهمیت روزافزونی یافته است. در شرایط کنونی توجه به توسعه و تنوع بخشی فعالیتهای اقتصادی در جوامع روستایی نظیر صنایع روستایی، صنایع تکمیلی و گردشگری کشاورزی ضروری است. این فعالیتهای با وجود اینکه تمرکز کمتری بر منابع طبیعی تولید دارند، می توانند به پایداری و رشد اقتصادی جوامع روستایی کمک نمایند. (Jalalian et al. 2015). در اقتصاد ایران نیز گردشگری روستایی می تواند با توجه به گوناگونی محیطی و مزیت های نسبی موجود در این حوزه، به عنوان یکی از عرصه های تنوع بخشی به اقتصاد روستایی مد نظر قرار گیرد، به گونه ای که در شرایطی که بسیاری از فعالیت های اقتصاد روستایی و سطح درآمد کشاورزی، طی دهه های اخیر دچار افول شدید شده و افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و تحصیل کرده از جامعه روستایی، توسعه روستاها را به مخاطره انداخته است، توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری و بروز خلاقیت و کارآفرینی در نواحی روستایی می تواند تا حدودی این مناطق را از رکود و انزوا خارج کند و موجب تنوع فرهنگی و توسعه روستایی گردد (Motiei, Langaroodi & Nosrati. 2012) بر این مبنا کشاورزان به شیوه های مختلف می توانند درآمدی مکمل از گردشگری به دست آورند و به بیان دیگر از گردشگری کشاورزی به عنوان مناسب ترین استراتژی برای حفظ دوام کسب و کار مزرعه بهره بگیرند. (Phelan and Sharpley. 2002). استان یزد به عنوان یکی از مستعد ترین مناطق برای توسعه گردشگری روستایی و خصوصا گردشگری کشاورزی، نمونه بارزی از ضعف بهره گیری مطلوب از ظرفیت های منطقه ای موجود در کشور است. این استان از لحاظ برخورداری از جاذبه های گردشگری، تاریخی، چهار فصل بودن آن، در بین استان های کشور از جایگاه ویژه ای برخوردار است، اما به لحاظ بهره برداری از فرصت های گردشگری روستایی و کشاورزی، از توفیق چندانی برخوردار نبوده است. محدود برنامه ها و اقدامات صورت گرفته استان نیز با محدود شدن به معرفی و شناساندن اُروستای هدف گردشگری و کم توجهی به توانمندی ها و پتانسیل های گردشگری در سایر روستاها، نتوانسته اند گردشگری روستایی خصوصا گردشگری کشاورزی را با توجه به قابلیت های فراوانی که در ابعاد مختلف دارد به جایگاه شایسته آن برسانند. بدین منظور در این پژوهش سعی در تدوین مدل توسعه کارآفرینی روستایی می باشد.

### مروری بر ادبیات و پیشینه موضوع

**گردشگر:** توریست یا گردشگر به کسی اطلاق می شود که صرف نظر از کنجکاوی به قصد تفریح و سفر می کند. در جایی دیگر به کسی که برای خشنودی خود و لذت بردن مسافرت می کند، توریست گفته شده است. توریست، فردی است که بیش از یک روز و کمتر از یک سال در محلی غیر از زیستگاه دائمی خود بماند.

(Mahalianaarachchi, Motiei Langroudi, 2017) گردشگری: گردشگری به مجموعه فعالیتی اطلاق می شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می افتد. این فرایند شامل هر فعالیتی از قبیل برنامه ریزی سفر، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات آن نیز می شود. همچنین فعالیت هایی را که گردشگر به عنوان بخشی از سفر انجام می دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و مهمان را نیز در بر می گیرد. (Amiri, 2016) **روستا:** کوچک ترین واحد اجتماعی در هر جامعه و مکانی برای زندگی و تولید از طریق کشاورزی و یا صنایع وابسته به آن می باشد. (Sajadi 2017). **گردشگری روستایی:** گردشگری روستایی شامل هر نوع فعالیت تفریحی و گذراندن اوقات فراغت با دریافت خدماتی از قبیل غذا، محل اقامت و محصولات محلی از ساکنان محلی و در مکانی که از نظر قوانین و مقررات جاری کشور از نظر ماهیت، اقتصادی و فرهنگی محسوب می شود. (Papoli 2016)

گردشگری روستایی تنها گردشگری وابسته به مزرعه نیست بلکه فعالیت هایی نظیر گردشگری طبیعی (اکوتوریسم)، پیاده روی، کوه نوردی، اسب سواری، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری ورزشی، گردشگری سلامت، شکار، ماهیگیری، گردشگری آموزشی، فرهنگی، تاریخی و در برخی روستاها گردشگری قومی و نژاد شناسی را نیز در بر می گیرد. (Wang, 2017. Verma, 2018)



شکل-۱- Petrovic. et. al. 2017. Source: Inference from

**انواع گردشگری روستایی:** در این مساله نیز مانند تعریف گردشگری روستایی، اتفاق نظری وجود ندارد اما با توجه به شکل شماره یک انواع زیر قابل ارائه هستند. **گردشگری فرهنگی:** گردشگری فرهنگی در روستاها با فرهنگ، تاریخ و میراث فرهنگی و باستانی مردم روستایی مرتبط است. **گردشگری دهکده:** در این نوع گردشگری، گردشگران در روستاها اقامت کرده و بعضاً در فعالیتهای اقتصادی و اجتماعی آنها مشارکت می کنند. آنها درباره ی فضای روستایی ونحوه زندگی روستاییان بسیار کنجکاو و دوبرای رهایی از تنشهای روزمره زندگی شهری برای مدتی در

روستاها اقامت می‌گزینند. گردشگری کشاورزی (آگروتوریسم): این نوع گردشگری به عنوان گردشگری کشاورزی نیز شناخته می‌شود. گردشگری کشاورزی، 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 می‌کند. به علاوه گردشگری کشاورزی ابزاری نیز برای حفاظت از چشم‌اندازهای سنتی یک روستا به حساب می‌آید. (Petrovic et al. 2017).

#### - آگروتوریسم (گردشگری کشاورزی)

اگری یا آگروتوریسم به معنای گردشگری مبتنی بر کشاورزی است. ترکیب پیشوند agri با واژه tourism کلمه جدیدی است به معنای فعالیت گردشگری فرد با هدف آشنایی با فعالیتهای کشاورزی و تفریحی که در یک محیط کشاورزی خلق می‌کند. (Rezaei, 2015); در واقع گردشگری کشاورزی ترکیبی است از دو کلمه Agriculture به معنای «کشاورزی» و Tourism به معنای «گردشگری»، و یکی از اشکال گردشگری روستایی محسوب می‌شود. (Qaraghozlo & Islami, 2017). گردشگری کشاورزی فعالیتی است که افقهای جدیدی را در توسعه روستایی می‌گشاید. (Lupi, 2017) و عاملی است که گردشگران را به حومه‌های روستایی جذب می‌نماید. (Mahalianaarachchi, 2017)

نکته‌ی مهم در مفهوم گردشگری کشاورزی این است که در مزرعه خدمات گردشگری ارائه و گردشگری کشاورزی از جمله راهبردهایی است که برای متنوع ساختن منابع درآمدی کشاورزان، توسعه اجتماعی - اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مدنظر بوده (Su, 2016) و آن یکی از منابع اصلی برای درآمد زایی کشورها محسوب می‌شود. (Kai, et al, 2019). انواع گردشگران کشاورزی:

گردشگران کشاورزی را می‌توان با توجه به زمان اقامت در مزرعه یا مرتع یا محل زندگی کشاورز و همچنین هدف بازدیدشان به پنج دسته تقسیم بندی نمود: گردشگران کشاورزی لحظه‌ای: گردشگران یک روزه: گردشگران کشاورزی شب اقامت: گردشگران کشاورزی آخر هفته و گردشگران تعطیلات، که سه دسته آخر از گردشگران واقعی می‌باشند. (Mahalianaarachchi, Motiei Langroudi, 2017)

**کارآفرینی روستایی:** از دیدگاه پترین کارآفرینی روستایی همان به کارگیری نوآورانه منابع وامکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب و کار است (Fallah, 2017). کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد کسب و کار با بهره‌گیری از فرصت‌های محلی همراه با نوآوری و تلاش و پشتکار زیاد و پذیرش خطرهای مالی و روحی و اجتماعی که با انگیزه‌های مختلفی از جمله توفیق طلبی، رضایت بخشی، استقلال و کسب سود مالی انجام می‌شود (Khattoon Abadi, 2008, Hosseininia 2017)

موسسه‌های توسعه، کارآفرینی روستایی را قابلیت‌هایی برای ایجاد فرصت‌های شغلی تلقی می‌کنند، سیاست‌مداران آن را به عنوان راه‌حلی مهم برای پیشگیری از آشفته‌گی روستا می‌شناسند، کشاورزان کارآفرینی را ابزاری برای بهبود درآمدهای کشاورزی در نظر می‌گیرند و زنان آن را به عنوان امکان‌کار در مجاورت منازلشان تلقی می‌کنند. البته

برای تمامی این گروه ها، کارآفرینی واشتغال وسیله ای برای بهبود کیفیت زندگی افراد و خانواده ها و اجتماع به شمار می رود که نتیجه تعامل آن، ایجاد محیط اقتصاد سالم است... (Passeban,2004.Hosseininia2017)

**توسعه پایدار و توسعه پایدار روستایی:** توسعه پایدار را توسعه ای می دانند که نیازهای نسل حاضر را بدون تضعیف توان نسل آینده در تامین نیازهای خود برطرف سازد. توسعه پایدار این ایده را ترویج می دهد که پیشرفت های اجتماعی-فرهنگی، محیطی و اقتصادی در محدوده منابع طبیعی زمین ما، قابل دستیابی است.. Motiei (Langroudi,2012). منظور از توسعه روستایی، عموماً فرایند ارتقای کیفیت زندگی و وضعیت اقتصادی مردمیست که در نواحی نسبتاً منزوی و با تراکم جمعیت کم زندگی می کنند. به طور سنتی توسعه روستایی بر بهره گیری از منابع طبیعی سرزمینی نظیر کشاورزی و جنگلداری متمرکز بوده است. (Poor gafar et al,2012)

**پیشینه پژوهش:** بررسی پژوهشهای انجام شده در دو بخش داخلی و خارجی نشان داد که موضوعی مشابه این پژوهش انجام نگرفته، هرچند در خصوص بحث گردشگری کشاورزی و توسعه روستایی تحقیقات گستردهای انجام پذیرفته است. بر این اساس تلاش شد تا نزدیکترین موضوعات هم راستای پژوهش پیش رو در این قسمت ذکر شود.

جدول ۱- پیشینه پژوهش های داخلی.

| محقق (سال)                              | عنوان تحقیق  | نتایج  |
|---|--|--|
| غنیان و همکاران (۱۳۹۰)                  | ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی، مطالعه موردی: منطقه اورامان                         | بیشترین سطح مشارکت گردشگری در منطقه را افراد دارای تحصیلات دانشگاهی داشته اند و همچنین عواملی چون علاقمندی به تاسیس نگاه های اقتصادی مرتبط با گردشگری و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی، در قیاس با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی، اهمیت بالاتری داشت. |
| پورجعفر و همکاران ۱۳۹۱                  | فرا تحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تاکید بر تحلیل عوامل راهبردی (SWOT)   | اینکه کارآمد ترین نحوه مداخله در ساختار روستایی در رویکرد راهبردی ممکن می شود. زیرا می تواند با برخورداری از نگاه همه جانبه وانعطاف پذیر به متغیرها ومولفه های گردشگری روستایی پیشینه کارآمدی در حوزه برنامه ریزی، طرح ریزی واجرا در توسعه گردشگری روستایی فراهم آورد.                                   |
| سعید کریمی ۱۳۹۳                         | کارآفرینی گردشگری کشاورزی راهبردی نوین برای توسعه روستایی                                      | وی نتیجه می گیرد که نقش دولت به عنوان توسعه گر، سرمایه گذار و بازار یاب بسیار مهم بوده وچالشهایی همچو روستاییان فاقد مهارت-دانش-منابع مالی وانسانی لازم برای راه اندازی و مدیریت جاذبه های گردشگری می باشند و نیازمند برنامه ریزی، دریافت حمایت های مالی وآموزشی از دولت هستند.                          |
| امیری و همکاران ۱۳۹۵                    | ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تاثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی                    | نتایج به دست آمده نشان داد که گردشگری کشاورزی شامل چهار بعد روستا، کشاورز، مزرعه و گردشگر از طریق اثرات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی وزیست محیطی بر توسعه کارآفرینی روستایی اثر گذار است.  |
| حسینی نیا و فلاخی ۱۳۹۶                  | عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (مناطق روستایی شهرستان منوجان)                           | در این پژوهش عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی روستایی را فردی، فرهنگی اجتماعی، زیر ساختی، طبیعی وبوم شناختی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی نام برده شده است.   |
| مسعود یزدان پناه ۱۳۹۷                   | پارادیم کشاورزی (چند کارکردی) گردشگری روستایی، کلیدی برای توسعه اشتغال پایدار در مناطق روستایی | نامبرده نتیجه می گیرد که پذیرش الگوی چند کار کردی در بخش کشاورزی توسط سیاست گذاران یک ابتکار عمل برای ترویج فضای کارآفرینی در مناطق روستایی وتغییر نگرش در کشاورزان است.   |
| آبادی و خاک زند ۱۳۹۷                    | آگروتوریسم رویکردی در راستای توسعه پایدار روستایی (سایت گردشگری کشاورزی شمال تایلند)           | نتیجه اینکه آگروتوریسم با داشتن نگاه کل گرایانه (ابعاد زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی، کالبدی، سیاسی و کشاورزی)به توسعه گردشگری تاثیر مثبتی در توسعه پایدار روستایی ایجاد می کند.  |
| رستمی و همکاران ۱۳۹۸                    | پیش رانهای توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی   | نتیجه اینکه نظارت مداوم و دوره ای براقامتگاه ها توسط بهداشت و اماکن ودر محور فرصت های اقلیمی و بسترهای مناسب و کدهای باز فرهنگ بالای مردم در پذیرش گردشگر روستایی در محور گروه های پشتیبان مهم ترین عوامل در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی بودند.  |
| سید حسن مطعی لنگرودی ومحمودی چناری ۱۳۹۸ | سنتجش ظرفیت محیط روستاهای شهرستان ماسال برای توسعه گردشگری کشاورزی                             | در این مقاله با توجه به ظرفیت بالای گردشگری در روستاهای این شهرستان، جاذبه های طبیعی وانسانی، زیر ساخت ها، جاذبه های فرهنگی، خدمات اقامتی ومیزان گردشگرپذیری مکان و محیط روستا از عوامل مهم نام برده شده است.  |
| علیقلی فیروزیجایی ۱۳۹۸                  | اثرات توسعه گردشگری روستایی بر بخش کشاورزی(روستاهای جلگه ای دهستان میان بند شهرستان نور)       | نتیجه اینکه توسعه گردشگری روستایی باعث افزایش میزان تولیدات کشاورزی، اشتغال، افزایش انگیزه کشاورزان، ارزش افزوده و سود زیاد وافزایش اثرات اقتصادی می شود.  |

در جدول ۲ به مهم ترین پژوهش های خارجی مرتبط با موضوع اشاره شده است.

جدول ۲- پیشینه پژوهش های خارجی.

| محقق (سال)                 | عنوان تحقیق   | نتایج   |
|----------------------------|---|---|
| Singh (2010)               | کارآفرینی گردشگری کشاورزی، ابزاری برای توسعه پایدار روستایی                         | گردشگری کشاورزی علاوه بر ایجاد اشتغال برای مردان، خانواده های آن هارا نیز در کسب و کار ناشی از وجود آمدن گردشگری کشاورزی درگیر کرده است. همچنین آشکار شد که از مهم ترین دلایل نبود تمایل به شروع گردشگری کشاورزی، نبود آموزش در میان کشاورزان و مزرعه داران وعدم حمایت بخش دولتی در تأمین سرمایه زیرساخت ها بوده است. |
| Songkhla (2012)            | نقش گردشگری کشاورزی بر افزایش اشتغال روستاییان در تایلند                            | میزان درآمدی که کشاورزان از بخش گردش گری کشاورزی از مزرعه به دست آورده اند بیشتر از درآمدی است که از همان مزرعه، بابت فروش محصولات کشاورزی نصیبشان شده است.   |
| Olya and et al. (2014)     | بروز گردشگری کارآفرینی از طریق اجرای گردشگری کشاورزی                                | نتایج حاکی از تأثیر گردشگری کشاورزی بر ایجاد شغل، کاهش مهاجرت، پایداری زیست محیطی و حفاظت از محیط است. همچنین این پژوهش نشان داد که اگر سیاست های بخش دولتی در راستای توسعه گردشگری کشاورزی باشد، رفاه در مناطق محروم مرز نشین افزایش خواهد داشت.   |
| Wang (2017)                | بررسی توسعه آگروتوریسم در استان ونجیانگ   | وی دولت را عامل توسعه آگروتوریسم دانسته و همچنین پیشنهاد می نماید که از قبل گردشگرها اطلاعات اولیه از منطقه مورد نظر خود داشته و در آخر هم برای آنها سرگرمی و هم دانایی آنها افزایش داشته باشد. شناخت داروهای گیاهی محلی و تماشای گلها هم از پیشنهادات او می باشد.  |
| Kürüm & Sadic (2017)       | نقش معماری سنتی در توسعه گردشگری روستایی در ترکیه                                   | آنها در این مقاله نقش سنت ها و معماری سنتی و صنایع دستی را در جذب گردشگر اساسی دانسته، همچنین ایجاد کلبه های روستایی سنتی، نساجی سنتی و فرش بافی سنتی را از عوامل مهم توسعه گردشگر می دانند.  |
| Verma(2018)                | گردشگری روستایی در هند. فرصتها و چالشها   | وی در این مقاله با بررسی کلی فرصتها و چالشهای گردشگری روستایی در مناطق هند، بازگشت از زندگی شهری به زندگی روستایی را بازگشتی به طبیعت، توسعه فرهنگ سنتی، افزایش درآمد روستاییان و کلا باعث رشد اقتصادی واجتماعی آن مناطق خواهد گردید.   |
| Kim & Ki Lee (2019)        | تأثیر آگروتوریسم بر الگوی مصرف غذایی آیندگان  | نتایج حاکی از آن است که تجارب گردشگری روستایی به طور قابل ملاحظه ای الگوی مصرف افراد را تغییر داده و آنها را به استفاده بیشتر از غلات، سبزیجات، میوه وماهی سوق می دهد.  |
| Ciolac&Adamov (2019)       | آگروتوریسم فاکتوری برای توسعه و افزایش سلامتی در مناطق روستایی(کوههای آپسنی رومانی) | در این مقاله محققین با بررسی این مناطق در چند سال تمایل گردشگران را برای سفر به مناطق کوهستانی و روستایی را بررسی و افزایش حضور آنها را با توجه به عواملی چون استفاده از غذاهای محلی، آب وهوا، دور بودن از زندگی شهری و تأثیر در سالم بودن آنها بررسی شده است.  |
| Evgrafova&Ismailova (2020) | گردشگری کشاورزی به عنوان یک فاکتور تاب آوری توسعه روستایی                           | در این مقاله نویسنده فرصتها و چالشهای گردشگری کشاورزی را در روسیه یادآوری و به عواملی مانند زیر ساخت، حمایت های مردمی و دولتی، حمایت مسئولین محلی، معرفی مکان ها جهت گردشگران، هدف گذاری برای آینده برنامه ریزی اشاره دارد.   |

Source: Research finding, 2020

با توجه به روش شناسی، این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی توسعه ای و در چار چوب رویکرد کیفی و با به کار گیری روش تحقیق داده بنیاد انجام گرفته است. حجم نمونه به وسیله روش گلوله برفی تعیین و ابزار جمع آوری داده ها، مصاحبه های نیمه ساختار یافته بوده و به منظور گردآوری اطلاعات، با به کار گیری روش نمونه گیری هدفمند با 30 نفر از خبرگان آشنا به مباحث گردشگری روستایی، کارآفرینی روستایی، مسئولان محلی و صاحب نظران فرا محلی (به منظورافزایش اعتبار پژوهش از استادان دانشگاه و مدیران اجرایی مطلع در حوزه گردشگری روستایی و کشاورزی) مصاحبه انجام و خبرگان مورد رجوع در سه گروه متفاوت قرار داشتند. گروه اول شامل ده نفر از خبرگان آشنا به مباحث گردشگری و گردشگری روستایی و کشاورزی که سهم هر شهر از استان یزد یک نفر و گروه دوم شامل پانزده نفر از دهیاران و مسئولین محلی هر کدام از روستاهای هدف گردشگری و گروه سوم پنج نفر از اساتید دانشگاه و مدیران اجرایی مطلع در این زمینه بودند. در این مطالعه، تعیین نمونه ها از ابتدا میسر نبود، بلکه پس از آغاز نمونه گیری و سئوالات، گسترش آن تا رسیدن به مرحله اشباع ادامه یافت، مصاحبه ها به صورت



حضوری صورت گرفت و هر یک از آنها بین ۸۰ تا ۱۲۰ دقیقه طول کشید، این پژوهش بر اساس یکی از مشهورترین روش های کد گذاری به نام استراوس و کوربین انجام گرفته است، تجزیه و تحلیل داده ها در سه مرحله کد گذاری باز، محوری و انتخابی انجام گرفت. و بر اساس آن، مدل کیفی پژوهش طراحی شد، اندازه گیری روایی کیفی تحقیق از روایی صوری و اندازه گیری روایی محتوا از نظر متخصصین و خبرگان استفاده شده است.

#### معرفی منطقه مورد مطالعه



شکل ۲: نقشه موقعیت جغرافیایی شهرستانهای استان یزد

Source: Zaminvar.ir.2020

استان یزد با داشتن ۷۴۷۸۱ کیلومتر مربع مساحت ۱۰ شهرستان و ۲۱ شهر، ۲۱ بخش، تعداد آبادی ۱۱۲۷ و تعداد ۳۳۷ روستای بالای ۲۰ خانوار و جمعیت یک میلیون دویست هزار نفر و جمعیت روستایی ۱۷۲۷۰۷ نفر و نسبت روستا نشینی ۱۴/۳ درصد به لحاظ شرایط مناسب جغرافیایی و اقلیمی و نزدیکی به کویر از یک سو و نزدیکی به رشته کوه های شیر کوه از سوی دیگر از تنوع زیستی، موهبت های طبیعی و جاذبه های اکو توریستی بی نظیری برخوردار است و هر ساله گردشگران زیادی را به خود جذب مینماید. همچنین بر اساس آمارها امروزه گرایش این گردشگران بیشتر به سمت گردشگری در طبیعت و روستاها میباشد. علیرغم بخش گردشگری، این استان به لحاظ اقلیم مناسب برای کشاورزی بعضی از محصولات کم آب خواه و تولید بعضی از گیاهان دارویی بسیار مناسب بوده و با تلفیق و استفاده از این دو موضوع گردشگری و کشاورزی میتوان پتانسیل بالقوه توسعه منطقه و توسعه پایدار را در آن بالفعل نمود.

- اقلیم:

استان یزد از نظر اقلیمی به تمامی در منطقه خشک قرار گرفته است، با تابستان های گرم و خشک و زمستان های سرد و خشک. جهت بادهای غالب در یزد در شش ماه اول سال از شمال غرب و از آبان تا بهمن در جهت جنوب شرق و در دو ماه اسفند و مهر از غرب می باشد. متوسط بارندگی دوره آماری در شهر یزد ۶۵ میلیمتر و در سطح استان ۱۰۸ میلیمتر می باشد. درجه حرارت ماکزیمم ۴۷ و مینیمم ۲۰- درجه سانتیگراد بوده و معدل ساعات آفتابی استان در طول سال ۳۳۶۹ ساعت برآورد شده است. وجود گستره های کویری و فضا های کوهستانی سبب گوناگونی اقلیم در

استان یزد شده است. نواحی مرتفع و کوهستانی به علت پدیده اوروگرافیک، باران بیشتری دریافت می‌دارند. همچنین ارتفاع زیاد باعث کاهش دمای آن شده به همین جهت فضاهای مذکور دارای اقلیم های نیمه خشک، نیمه مرطوب می‌باشند.

#### - زمین‌شناسی

از نظر زمین‌شناسی استان یزد دارای قدیمی‌ترین تشکیلات زمین‌شناسی (پرکامبرین) تا جوان‌ترین آن هولوسن می‌باشد و بخشی از ایران مرکزی بوده و دارای ویژگی‌های مختلفی است محدود به بسیار کوچکی از قسمت جنوبی استان در جنوب هرات جزء منطقه زاگرس است. وجود بیش از ۵۲ کانسار معدنی، ۳۵ غار طبیعی و پدیده‌های ژئومورفولوژیکی متعدد ناشی از خصوصیات زمین‌شناسی استان است که می‌تواند در رابطه با توسعه فعالیت‌های صنعتی و معدنی، گردشگری و ... موثر باشد.

#### - پوشش گیاهی

حدود ۹۵ درصد مساحت استان را عرصه منابع طبیعی تشکیل می‌دهد که شامل بیش از ۶/۴ میلیون هکتار بیابان، ماسه‌زار و کویر، ۵/۵ میلیون هکتار مراتع با درجات مختلف پوشش گیاهی و قریب ۴۲۶ هزار هکتار جنگل‌های طبیعی و دست‌کاشت می‌باشد. وضعیت متنوعی به لحاظ نوع پوشش گیاهی در استان وجود دارد. در دشت‌های پست و کم ارتفاع با اقلیم گرم و خشک، گونه‌هایی نظیر انواع شور، اشنان، تاغ، گز و اسکمبیل و در شرایط مساعدتر همراه با تنوع گیاهی زیاده‌تر درمنه، قیچ، پرند، ریش بز و کاهوی وحشی مجال رویش می‌یابند. در مناطق مستعد استان شاهد رویش گیاهان با ارزشی نظیر چوبک، گون و کلاه میرحسین هستیم که از گونه‌های شاخص مراتع استان به‌شمار می‌رود. بعضی از این گونه‌ها مثل انگوزه، گون و وشاء، جزء گیاهان دارویی و صنعتی محسوب می‌شوند.

فرهنگ:

سرزمین یزد جلوه‌هایی از باشکوه‌ترین و درخشانترین میراث فرهنگی و تمدن کهن ادوار مختلف تاریخی ایران را در خود جای داده است. تاریخ سکونت انسان در این خطه از هزاره سوم پیش از میلاد فراتر رفته است، مهم‌ترین مراکز اسکان اولیه این سرزمین به مهرپادین (مهریز) فهرشان، پهره (فهرج)، خورمیش، ادر (اردکان)، شواز، قلاع موبدان (میبد)، طرنج، عقدا و اشکذرمی‌توان اشاره کرد. شهر یزد به عنوان محلی پاک و مقدس در رأس تمام آبادی‌های مزبور قرار داشته است. دره‌های سرسبز و مناطق بیلاقی، چشمه سارها، ارتفاعات و قله‌ها، غارها، حیات وحش و شکارگاهها و به‌ویژه جاذبه‌های کویری از خصوصیات جالب توجه طبیعت یزد است که برخی از آنها جزء تفرجگاههای مهم مردم استان به‌شمار می‌آید. استان یزد از لحاظ کنش‌های فرهنگی نیز جالب توجه است. این منطقه از لحاظ رفتارهای فرهنگی مردم کانون گوناگونی‌هاست و در این بین خصوصیات فرهنگی زرتشتیان از پیشینه تاریخی درخشانی برخوردار است. زرتشتیان طبق آئین زرتشت مراسم ویژه‌ای را در روزهای معینی از سال برگزار می‌کنند که از دیدگاه جهانگردی برای افراد مسلمان و پیروان سایر ادیان جالب توجه و دیدنی است Agricultural .

(Jihad of Yazd Province, 2019)

معرفی روستاهای شاخص و هدف گردشگری و پتانسیل های مناطق مورد نظر در جدول زیر مشخصات روستاهای هدف گردشگری با تعداد جمعیت و محصولات و مزایای خاص آنها جهت گردشگری کشاورزی معرفی می شوند.

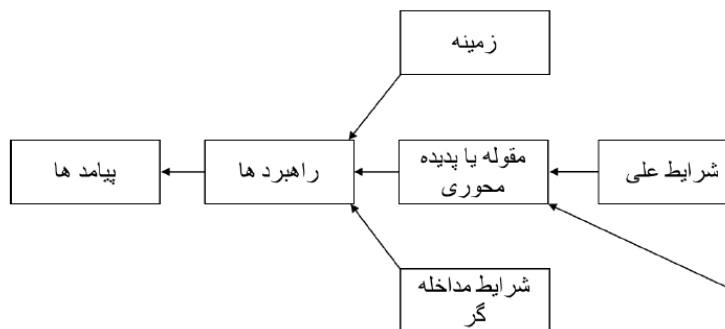
جدول ۳: مشخصات روستاهای هدف گردشگری

| ردیف | نام شهرستان | نام روستا                 | جمعیت       | محصولات                   | مزایای خاص جهت روستای هدف گردشگری   |
|------|-------------|---------------------------|-------------|---------------------------|---|
| ۱    | ابركوه      | فراغه<br>هارونی           | ۱۲۵۹<br>۵۲۱ | زردآلو                    | قطب محصول زردآلوی کشور و برگزاری جشنواره برداشت زردآلو  |
| ۲    | اردكان      | زرچوع<br>خرائق            | ۵۱۲<br>۴۲۷  | روناس<br>زردك (هویج زرد)  | تنها مركز كاشت گیاه داروئی روناس (طلای سرخ) در ایران<br>بزرگترین قطب تولید زردك در ایران- قطب نجوم و رصد ستارگان- محل بزرگترین زیارتگاه زرتشتیان جهان |
| ۳    | باق         | قطرم                      | ۱۶۱         | محصولات گرمسیری و سردسیری | معروف به ماسوله یزد با قدمت ۵۰۰۰ سال روستایی که هم محصولات گرمسیری (خرما) و هم سردسیری (گردو و بادام) دارد  |
| ۴    | بهباد       | آسفیج                     | ۷۱۹         | زعفران                    | دومین تولید کننده زعفران ایران بعد از خراسان رضوی   |
| ۵    | تفت         | ده بالا و طررجان          | ۷۸۰         | آلبالو و گلاب گیری        | از بزرگترین تولید کنندگان آلبالو و برگزاری جشنواره آلبالو و دارای بزرگترین یخچال طبیعی ایران  |
|      |             | بنادكوك                   | ۱۳۷۹        | عسل                       | قطب برداشت عسل یزد و برگزاری جشنواره عسل  |
|      |             | چم و مباركه               | ۳۸          | انار                      | برگزاری جشنواره انارستان به نام مهردانه و جشن سده   |
| ۶    | خاتم        | چنارناز                   | ۶۸۵         | انگور                     | بزرگترین تولیدکننده انگور در جنوب کشور وجود پرنده هو بره و گوزن زرد ایرانی در جنگلهای باغ شادی و باغ معدن   |
| ۷    | صدوق        | اشكذر و خضرآباد<br>وندوشن | ۱۰۸۳        | گندم، جو و انار           | قطب پرورش مزارع اسب ایران و قطب تولید پتیر استان  |
| ۸    | مهریز       | سربزد                     | ۵۳۱         | انجیر                     | بزرگترین تولید کننده انجیر در جنوب کشور   |
|      |             | بهادران                   | ۱۳۳۶        | پسته                      | قطب پسته یزد و بزرگترین پارک حیات وحش آهو و یوز ایرانی  |
| ۹    | مبید        | مزرعه كلانتر              | ۹۴          | انار و پسته               | روستای اکوتوریستی و هم زیستی یزد- با برگزاری جشنواره انارستان   |
|      |             | درین                      | ۲۰۷         | انار و پسته               | قطب کار آفرینی روستایی یزد  |
| ۱۰   | یزد         | فهرج                      | ۲۹۳۸        | خیارسبز گلخانه ای         | بزرگترین مرکز گشت گلخانه ای خیارسبز در ایران  |
|      |             | گردفرامرز                 | ۱۸۵۰        | انار- کرم ابریشم          | مرکز پرورش کم ابریشم و جشنواره انار محلی  |

Source: Yazd city.ir, 2019

یافته ها و تجزیه و تحلیل داده های پژوهش: پس از انجام مصاحبه ها و جمع آوری اطلاعات از جامعه مورد مطالعه، به بررسی و تحلیل مطالب پرداخته و پس از چندین بار مرور، موارد مشابه، نکات اضافه، زائد و بدون ارتباط با موضوع تحقیق، حذف و گویه های کلیدی در یافته های پژوهش، سه مرحله اصلی کد گذاری باز، کد گذاری محوری، کد گذاری انتخابی انجام و در نهایت نظریه مدل پارادایمی پژوهش ارائه شده است. - کدگذاری باز: طی این فرآیند، بالغ بر ۵۶۶ کد یا مفهوم اولیه از مصاحبه ها و نیز احصاء ۱۵۸ کد باز ۱۲ مقوله اصلی و ۱۳ مقوله فرعی شناسایی شد. کدگذاری محوری: در کدگذاری محوری، مقوله های جدا از هم در چهارچوبی معنادار در کنار یکدیگر قرار می گیرند و روابط میان آنها، به ویژه رابطه مقوله محوری با سایر مقوله ها، مشخص می شود. در این تحقیق برای کدگذاری محوری از پارادایم استرواس و کوربین استفاده شد؛ زیرا در آن عوامل علی و زمینه ای که موجب روی آوردن کنشگر، به فعالیتی خاص، که همان مقوله محوری است می شود، راهبردهایی که برای مدیریت وضعیت پیش آمده و تحقق بخشیدن به مقوله محوری اتخاذ می شود، عوامل مداخله گری که تسهیل گر یا مانع تأثیرگذاری عوامل علی و زمینه ای بر مقوله محوری می شود، و پیامدهایی ناشی از راهبردها اتخاذی نشان داده

می‌شود. هدف از این مرحله از کدگذاری، برقراری رابطه بین طبقه‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است، این عمل بر اساس مدل پارادایم انجام می‌شود و به نظریه پرداز کمک می‌کند که فرآیند ایجاد نظریه را به آسانی انجام دهد. (StraussT, Corbin, J. (2008)



شکل ۳: مدل پارادایمی کدگذاری محوری با الهام از استراوس و کوربین ۲۰۰۸ Source: Iranian Academy of Statistical Analysis

از این رو، در این پژوهش، بر اساس ابعاد پارادایم کدگذاری، تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، تبیین می‌شود.

جدول ۴: کدگذاری محوری و انتخابی

| کدهای باز   | کدگذاری محوری          | کدگذاری انتخابی        |                    |                    |
|---|------------------------|------------------------|--------------------|--------------------|
| ۱. ایجاد اشتغال و توسعه کسب و کار و کاهش بی‌کاری          | پیامد ها               | پیامد ها               |                    |                    |
| ۲. افزایش کار زنان روستا برای صنایع دستی                  |                        |                        |                    |                    |
| ۳. ایجاد امنیت شغلی                                       |                        |                        |                    |                    |
| ۴. درآمدزایی خانه‌های بوم‌گردی روستایی                    |                        |                        |                    |                    |
| ۵. افزایش درآمد و کاهش فقر روستائیان و ارتقاء کیفیت زندگی |                        |                        |                    |                    |
| ۶. روحیه گرم میهمان‌نوازی داشتن                           | شرایط مداخله گر        | شرایط مداخله گر        |                    |                    |
| ۷. ارزان بودن محصولات                                     |                        |                        |                    |                    |
| ۸. تمدد اعصاب در محیطی آرام، دلنشین، دور از هیاهوی شهری   |                        |                        |                    |                    |
| ۹. مشارکت دادن گردشگر در فعالیت‌های روستا و کشاورزی       |                        |                        |                    |                    |
| ۱۰. ایجاد تمایل به بازگشت مجدد در گردشگر                  |                        |                        |                    |                    |
| ۱۱. نحوه‌پذیرایی از گردشگران                              |                        |                        |                    |                    |
| ۱۲. بهره‌مندی از هوای پاکیزه                              |                        |                        |                    |                    |
| ۱۳. فراهم نمودن علایق بازدیدکنندگان                       |                        |                        |                    |                    |
| ۱۴. دور هم بودن با خانواده                                |                        |                        |                    |                    |
| ۱۵. ویژگی‌های مقصد انتخاب شده                             |                        |                        |                    |                    |
| ۱۶. ماجراجویی یا تعامل اجتماعی                            | اثرات انگیزشی گردشگران | اثرات انگیزشی گردشگران |                    |                    |
| ۱۷. اخلاق و برخورد خوب روستائیان                          |                        |                        |                    |                    |
| ۱۸. ایجاد جاذبه و ایجاد انگیزه                            |                        |                        |                    |                    |
| ۱۹. خلاقیت در حوزه گردشگری                                |                        |                        |                    |                    |
| ۲۰. زندگی در دوران کودکی در روستا و حس نوستالژیک          |                        |                        |                    |                    |
| ۲۱. حفظ و نگهداری آب و خاک و محیط زیست                    |                        |                        | زمینه یا بستر حاکم | زمینه یا بستر حاکم |
| ۲۲. عدم استفاده از ظروف پلاستیکی و یکبار مصرف در حد زیاد  |                        |                        |                    |                    |
| ۲۳. کاهش آلودگی در محیط روستا                             |                        |                        |                    |                    |
| ۲۴. حفظ آثار تاریخی                                       |                        |                        |                    |                    |
| ۲۵. جلوگیری از قطع بی‌رویه درختان                         |                        |                        |                    |                    |
|   | اثرات زیست محیطی       | اثرات زیست محیطی       |                    |                    |
|   |                        |                        |                    |                    |
|   |                        |                        |                    |                    |

|   |  |                                 |
|---|--|---------------------------------|
| ۲۶. اطلاع رسانی و راهنمایی مروجین کشاورزی                 |  |                                 |
| ۲۷. مدارس   |  |                                 |
| ۲۸. آموزش و دانش دهیاران و مسئولین محلی                   |  |                                 |
| ۲۹. آموزش مهارت های کارآفرینی به روستائیان و خانواده آنها |  |                                 |
| ۳۰. ایجاد واحدهای خدمات مشاوره ای مناسب                   |  |                                 |
| ۳۱. آموزش نحوه پذیرای و برخورد با گردشگران و بهداشت فردی  |  | زمینه یا بستر حاکم              |
| ۳۲. آشنایی با قوانین و مقررات محیط زیست                   |  | آموزش یا ارائه تعلیمی           |
| ۳۳. آموزش روش های نوین کشاورزی                            |  |                                 |
| ۳۴. تحصیلات مردم روستا                                    |  |                                 |
| ۳۵. میزان مطالعه  |  |                                 |
| ۳۶. آموزش مراحل کاری و بومی در روستا به گردشگر            |  |                                 |
| ۳۷. حیوانات وحشی و گیاهان منحصر به فرد                    |  |                                 |
| ۳۸. اقلیم و آب و هوا                                      |  | ارکان                           |
| ۳۹. زیبا سازی روستا                                       |  |                                 |
| ۴۰. جاذبه های مذهبی و امامزاده ها                         |  |                                 |
| ۴۱. آثار تاریخی، معماری                                   |  | شرایط علی                       |
| ۴۲. شناخت ساختار و کالبد و محیط روستا                     |  | روستا و کالبد محیطی             |
| ۴۳. شناخت مردم منطقه                                      |  |                                 |
| ۴۴. شناسایی نقاط ضعف و قوت روستا                          |  |                                 |
| ۴۵. تعریف و شناخت روستا                                   |  |                                 |
| ۴۶. شناسایی تعداد خانوار                                  |  |                                 |
| ۴۷. جاذبه های طبیعی روستا و بوم گردی                      |  |                                 |
| ۴۸. گلخانه کشاورزی  |  | راهبرد                          |
| ۴۹. ایجاد تعاونی ها و تشکل ها                             |  |                                 |
| ۵۰. تولید خشکبار و تولید لبنیات محلی                      |  |                                 |
| ۵۱. محصولات کشاورزی فرآوری شده                            |  |                                 |
| ۵۲. تولید گیاهان دارویی                                   |  |                                 |
| ۵۳. سبزی و صیفی کاری                                      |  |                                 |
| ۵۴. ساخت و ساز  |  | صنایع دستی و کارگاه های مشارکتی |
| ۵۵. شیلات   |  |                                 |
| ۵۶. حمل و نقل   |  |                                 |
| ۵۷. حصیر بافی و صنایع دستی                                |  |                                 |
| ۵۸. کشت میوه های با کیفیت محلی                            |  |                                 |
| ۵۹. تولید عسل طبیعی                                       |  |                                 |
| ۶۰. تعریف و شناخت کشاورز                                  |  | کشاورز                          |
| ۶۱. شناسایی محصولات کشاورزی                               |  |                                 |
| ۶۲. رضایتمندی گردشگر                                      |  |                                 |
| ۶۳. توانایی مالی گردشگران                                 |  | گردشگر                          |
| ۶۴. گردشگر اعم از خارجی یا داخلی                          |  |                                 |
| ۶۵. کشت محصولات خاص و متنوع کشاورزی                       |  |                                 |
| ۶۶. کسب و کارهای محلی                                     |  | مزرعه، باغ و محل کسب            |
| ۶۷. نحوه کشاورزی  |  |                                 |
| ۶۸. مغازه های محلی  |  | شرایط علی                       |

|  |  |                             |                        |
|--|--|-----------------------------|------------------------|
| ۶۹. تعریف و شناخت مزرعه                          |  |                             |                        |
| ۷۰. مزارع و باغات در دسترس گردشگر                |  |                             |                        |
| ۷۱. مهاجرت معکوس                                 |  |                             | راهبردها               |
| ۷۲. جلوگیری از مهاجرت به شهر                     |  |                             |                        |
| ۷۳. کشت محصولات جدید                             |  | توسعه و تحول                |                        |
| ۷۴. توسعه پایدار روستا                           |  |                             |                        |
| ۷۵. مناسبات اعتقادی و آئین‌های مذهبی             |  | زیرساخت (غیر قابل مشاهده)   | شرایط مداخله گر        |
| ۷۶. اعتقادات مذهبی                               |  | ارزشها و عقاید مذهبی        |                        |
| ۷۷. پاکیزگی محیط زیست و بهداشت روستا             |  |                             |                        |
| ۷۸. پزشکی  |  |                             |                        |
| ۷۹. نظافت محل فروش محصولات                       |  |                             |                        |
| ۸۰. خانه بهداشت و درمانگاه و اورژانس             |  | بهداشت و سلامت              | زمینه ای               |
| ۸۱. داروخانه شبانه روزی                          |  |                             |                        |
| ۸۲. محلی برای دفن بهداشتی زباله ها               |  |                             |                        |
| ۸۳. سلامت و بهداشت تولیدات و محصولات روستایی     |  |                             |                        |
| ۸۴. شبکه های بهداشت                              |  |                             |                        |
| ۸۵. فناوری به روز                                |  |                             |                        |
| ۸۶. رستوران مناسب                                |  |                             |                        |
| ۸۷. بانک و خودپرداز                              |  |                             |                        |
| ۸۸. احداث پارکینگ مناسب گردشگران                 |  |                             |                        |
| ۸۹. هتل های مناسب                                |  |                             |                        |
| ۹۰. ابزار و ماشین آلات کشاورزی                   |  |                             | زمینه ای               |
| ۹۱. سردخانه ها و مراکز مکانیزه بسته بندی         |  |                             |                        |
| ۹۲. خدمات حمل و نقل عمومی                        |  |                             |                        |
| ۹۳. سرویس های بهداشتی مناسب                      |  | زیربنایی و عمرانی           | زیرساخت ( قابل مشاهده) |
| ۹۴. ایجاد خانه های بوم گردی گردشگری              |  |                             |                        |
| ۹۵. جاده و پل های مناسب روستایی                  |  |                             |                        |
| ۹۶. شبکه آب لوله کشی                             |  |                             |                        |
| ۹۷. مخابرات و اینترنت                            |  |                             |                        |
| ۹۸. خانه های روستایی قابل سکونت گردشگر           |  |                             |                        |
| ۹۹. گازرسانی                                     |  |                             |                        |
| ۱۰۰. شبکه برق                                    |  |                             |                        |
| ۱۰۱. غذاهای محلی                                 |  |                             |                        |
| ۱۰۲. جشنواره های محلی و برداشت محصول             |  |                             |                        |
| ۱۰۳. تأثیر متقابل گردشگر با روستایی              |  |                             |                        |
| ۱۰۴. زبان های محلی                               |  |                             |                        |
| ۱۰۵. ساخت کتابخانه                               |  | هنر و فرهنگ                 | شرایط مداخله گر        |
| ۱۰۶. حذف واسطه گری و دلالتی در روستاها           |  |                             |                        |
| ۱۰۷. جاذبه های فرهنگی                            |  |                             |                        |
| ۱۰۸. مناسبات فرهنگی و اعتقادی                    |  |                             |                        |
| ۱۰۹. فرهنگ های بومی و سنت و پیشینه تاریخی        |  |                             |                        |
| ۱۱۰. ایجاد فرهنگ کار گروهی و تیمی                |  |                             |                        |
| ۱۱۱. شناسایی راه های درآمد زایی                  |  | شاخص ها                     |                        |
| ۱۱۲. سازمان میراث فرهنگی                         |  |                             |                        |
| ۱۱۳. ثبات سیاسی                                  |  | ارگان های مدیریتی و ذی صلاح | راهبرد                 |
| ۱۱۴. بکارگیری کشاورز و روستایی در کارهای گردشگری |  |                             |                        |

|  |                           |
|--|---------------------------|
| ۱۱۵. تعاونی ها و تشکل ها   |                           |
| ۱۱۶. سیاست گذاری دولت درباره برنامه جامع کارآفرینی روستایی           |                           |
| ۱۱۷. مراکز تحقیقاتی مناسب  |                           |
| ۱۱۸. ایجاد مراکزی جهت مرحله آغاز سرمایه گذاری برای کارآفرینان در روس |                           |
| ۱۱۹. هدف گذاری برای کسب درآمد  | راهبرد                    |
| ۱۲۰. برنامه ریزی و سیاست داخلی دولت برای توسعه گردشگران              | شاخص ها(عوامل نهادی)      |
| ۱۲۱. ایجاد امنیت برای گردشگران در روستا                              |                           |
| ۱۲۲. ثبات اقتصادی  |                           |
| ۱۲۳. ثبات مدیریت   |                           |
| ۱۲۴. نقش نظارت و حاکمیتی دولت  |                           |
| ۱۲۵. رفع نقاط ضعف روستا  |                           |
| ۱۲۶. تعامل بخشی و همگرایی ارگان ها                                   |                           |
| ۱۲۷. حمایت دولت از دهیاری  |                           |
| ۱۲۸. اعطای وام های بلندمدت با سود اندک                               |                           |
| ۱۲۹. سهولت قوانین دولتی مربوط به روستاها                             |                           |
| ۱۳۰. عدم دخالت دولت در امور اجرایی روستا                             | انعطاف پذیری و حمایت دولت |
| ۱۳۱. ایجاد و تسهیل بیمه های روستایی                                  |                           |
| ۱۳۲. معافیت های مالیاتی  |                           |
| ۱۳۳. میزان همکاری مسئولین محلی و دولتی                               |                           |
| ۱۳۴. ارتقا نقاط قوت روستا  |                           |
| ۱۳۵. کمک دولت به رفع کمبودهای زیرساختی                               |                           |
| ۱۳۶. بازاریابی و بازاریابی در گردشگری                                |                           |
| ۱۳۷. مشتری مداری   |                           |
| ۱۳۸. شبکه های اجتماعی  |                           |
| ۱۳۹. نقش گردشگر در بازاریابی   |                           |
| ۱۴۰. نقش مسئولین دولتی در بازاریابی                                  |                           |
| ۱۴۱. نقش مسئولین بوم گردی در بازاریابی                               |                           |
| ۱۴۲. اطلاع رسانی برای ادارات و سازمان ها توسط روابط عمومی            |                           |
| ۱۴۳. تبلیغات دهان به دهان  |                           |
| ۱۴۴. تبلیغات در سایت های گردشگری                                     |                           |
| ۱۴۵. تبلیغات در شبکه تلگرام  | بازاریابی گردشگری         |
| ۱۴۶. تبلیغات روزنامه های محلی  |                           |
| ۱۴۷. تبلیغات در اینستاگرام   |                           |
| ۱۴۸. پیلبورد جاده ای   |                           |
| ۱۴۹. تبلیغات از طریق رسانه ها  |                           |
| ۱۵۰. جشنواره و همایش های منطقه ای - ملی                              |                           |
| ۱۵۱. تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب محیطی                               |                           |
| ۱۵۲. بازاریاب های محلی   |                           |
| ۱۵۳. خدمات راهنمایی و مشاوره به گردشگران                             |                           |
| ۱۵۴. مطالعه روی بازاریابی گردشگری                                    |                           |
| ۱۵۵. حرکت گردشگری به سمت تخصص گرایی                                  | پدیده محوری               |
| ۱۵۶. توسعه مبحث گردشگری کشاورزی                                      | گردشگری کشاورزی           |
| ۱۵۷. کشاورزی فشرده و گسترده  |                           |
| ۱۵۸. شناخت جاذبه های گردشگری   |                           |

### - پایایی مدل

به منظور سنجش پایایی مدل طراحی شده از شاخص کاپا<sup>۱</sup> استفاده شده است. بدین طریق که، شخص دیگری (از نخبگان این رشته) بدون اطلاع از نحوه ادغام کدها و مفاهیم ایجاد شده توسط محقق، اقدام به دسته بندی کدها در مفاهیم کرده است. سپس مفاهیم ارائه شده توسط محقق با مفاهیم ارائه شده توسط این فرد مقایسه شده است. در نهایت با توجه به تعداد مفاهیم ایجاد شده مشابه و مفاهیم ایجاد شده متفاوت، شاخص کاپا محاسبه شده است. همانطور که در جدول ۴-۳ مشاهده می گردد، محقق ۲۱ مفهوم و فرد دیگر ۱۹ مفهوم ایجاد کرده اند که از این تعداد ۱۸ مفهوم مشترک هستند.

جدول ۵- وضعیت تبدیل کدها به مفاهیم توسط محقق و فرد دیگر

| نظر محقق | نظر فرد دیگر |         |
|----------|--------------|---------|
|          | بله          | خیر     |
| مجموع    | ۱۹           | ۱۸A=    |
| بله      | ۱۹           | ۱۸A=    |
| خیر      | ۳            | ۳C= D=0 |
| مجموع    | ۲۲           | ۲۱      |

Source: Research findings

$$= \frac{A+D}{N} = \frac{18}{22} = 0.818 \text{ شده مشاهده}$$

$$= \frac{A+B}{N} \times \frac{A+C}{N} \times \frac{C+D}{N} \times \frac{B+D}{N} = \frac{19}{22} \times \frac{21}{22} \times \frac{3}{22} \times \frac{1}{22} = 0.005 \text{ توافقات شانسی}$$

$$K = \frac{\text{توافقات شانسی} - \text{توافقات مشاهده شده}}{1 - \text{توافقات شانسی}} = \frac{0/818 - 0/005}{1 - 0/005} = 0.817$$

جدول ۶- وضعیت شاخص کاپا

| مقدار عددی شاخص کاپا | وضعیت توافق |
|----------------------|-------------|
| کمتر از صفر          | ضعیف        |
| بین ۰ تا ۰,۲         | بی اهمیت    |
| بین ۰,۲۱ تا ۰,۴      | متوسط       |
| بین ۰,۴۱ تا ۰,۶      | مناسب       |
| بین ۰,۶۱ تا ۰,۸      | معتبر       |
| بین ۰,۸۱ تا ۱        | عالی        |

Source: Research findings

همانطور که دیده می شود مقدار شاخص کاپا برابر با ۰/۸۱۷ محاسبه شد که با توجه به جدول ۶ در سطح توافق عالی قرار گرفته است.

### - تشریح «مقولات» بدست آمده در روش داده بنیاد

تعریف و تشریح مقولات در روش داده بنیاد ناظر به مفاهیم و نکات کلیدی زیرمجموعه آنها صورت می پذیرد. به عبارت دیگر از آنجا که اتکای اصلی این روش به داده های دست اول بوده و در مسیر استقراء از نکات کلیدی

<sup>۱</sup> kappa



کدگذاری باز، «مفاهیم» انتزاعی و سپس «مقولات» انتزاعی تر ساخته می‌شوند، لذا تعریف هر کدام از مفاهیم و مقولات با توجه به مسیر طی شده تا شکل‌گیری و ظهور آنها صورت می‌پذیرد.

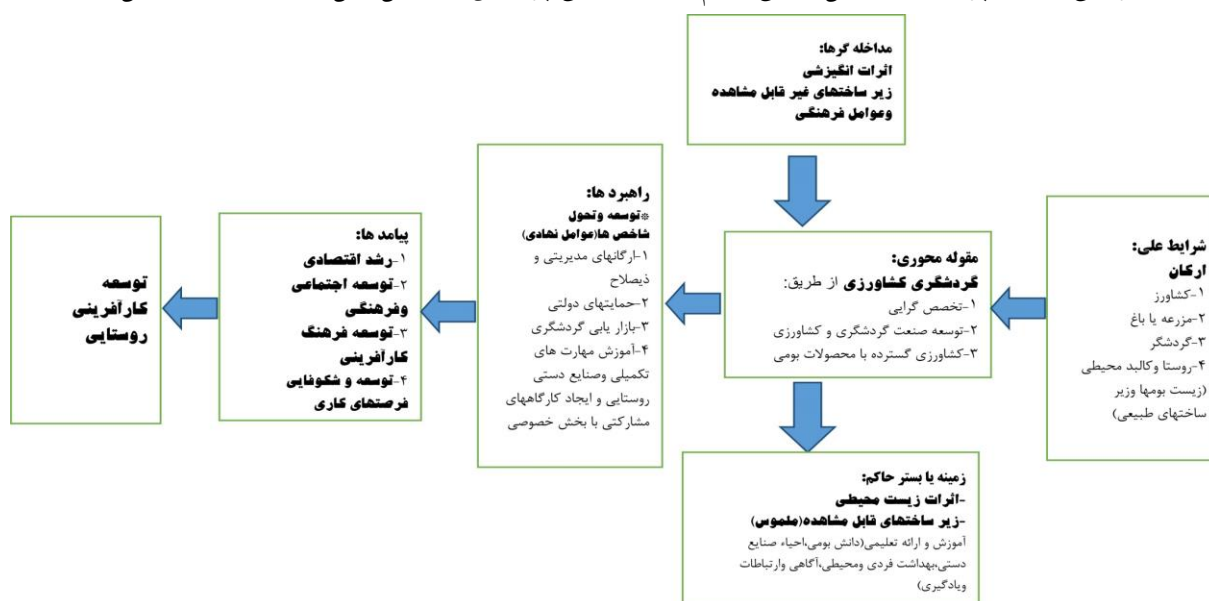
مقوله محوری، همان پدیده اصلی مورد نظر این پژوهش یعنی گردشگری کشاورزی است که اساس و محور فرایندی است که تمام مقوله‌های اصلی دیگر به آن ربط داده شده‌اند، زیرا رد پای آن در بخش‌های مختلف داده‌ها وجود داشته و نقشی محوری را داراست و با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان از عوامل تاثیرگذار بر این پدیده و راهبردهایی بر آمده از آن و در ادامه پیامدهای و نتایج حاصل از این راهبردها سخن گفت. مقوله محوری در این تحقیق بر اساس نظر مصاحبه‌شوندگان، گردشگری کشاورزی بوده است. زیرا می‌تواند به عنوان شیوه تحریک‌کننده رکود اقتصادی و مهاجرت معکوس در نواحی روستایی باشد و روستا را به سمت توسعه کارآفرینی روستایی سوق دهد. بهبود قابلیت‌های گردشگری کشاورزی منوط به اجرای چهار گام اصلی است: اولین گام حرکت گردشگری کشاورزی به سمت تخصص‌گرایی است، یعنی در روستاها باید با بهره‌گیری از نظر خبرگان و صاحب‌نظران در هر منطقه با توجه به قابلیت‌ها و مواهب طبیعی و اقلیمی گردشگری را به سمت تخصصی شدن منطقه‌ای گرایش داد. گام دوم توسعه مبحث گردشگری و گام سوم کشاورزی گسترده و با تولید محصولات بومی و منحصر به فرد هر منطقه و گام آخر شناخت جاذبه‌های گردشگری هر روستا است که این شناخت با بهره‌گیری از تبلیغات و برگزاری جشنواره‌ها محقق می‌گردد. شرایط علی، شامل مواردی از مقولات است که مستقیماً بر پدیده محوری تاثیرگذار است یا به گونه‌ای ایجادکننده و توسعه‌دهنده این پدیده هستند که اغلب می‌توان با نگاهی منظم به داده‌ها و بازبینی حوادث آنها را پیدا کرد. شرایط علی بر روی بعد ارکان و کالبد محیطی و زیست بومها، تاکید نموده است. به بیان دیگر برای شکل‌گیری بستر فعالیتهای گردشگری کشاورزی، باید چهار عامل (روستا، گردشگر(داخلی و خارجی)، مزرعه یا باغ و کشاورز) وجود داشته باشد، یعنی فعالیتهای گردشگری کشاورزی با ارکان و زیرساخت‌های اولیه با ابعاد محیطی طبیعی (کیفیت و جغرافیای خاص هر منطقه) شکل می‌گیرد. شرایط زمینه‌ای، به طور کلی عوامل خاصی هستند که سازمانها نمی‌توانند آنها را کنترل کنند اما راهبردهای ما از آن بستر متاثر هستند. در رابطه با این عوامل طی مصاحبه‌های انجام شده اکثریت قریب به اتفاق به اثرات زیست محیطی، آموزش و ارائه تعلیمی و احیای صنایع دستی و روستایی و زیرساخت‌های ملموس (قابل مشاهده) مانند بهداشت و سلامت، عمرانی و زیربنایی، مدارس و فناوریهای به کار رفته و آموزشهای اولیه اشاره کرده‌اند، لازم به ذکر است که منظور از ارائه‌های تعلیمی یا همان آموزشهای اولیه، آموزشهای صنایع دستی در حال فراموشی به زنان روستایی جهت احیای آنها، آموزش زبان خارجی به روستاییان مستعد و آموزش رعایت بهداشت فردی و محیطی می‌باشد که نشان می‌دهد چگونه این عوامل راهبردهای اتخاذ شده ما را تسهیل می‌نمایند. راهبردها، همان اقداماتی هستند که در پاسخ به مقوله یا پدیده محوری ارائه می‌شوند، به شکل هدفمندی انتخاب شده و با استفاده از آنها می‌توان به پدیده محوری جامعه عمل پوشاند. راهبردهایی که مصاحبه‌شوندگان این پژوهش بر آنها تاکید داشتند توسعه و تحول، شاخص‌ها (عوامل نهادی) مانند ارگانهای مدیریتی، بازار یابی گردشگری، آموزش مهارتهای تکمیلی و صنایع دستی روستایی و

ایجاد کارگاه‌های مشارکتی با بخش خصوصی بودند. شرایط مداخله گر، که به تعدیل شرایط علی می‌پردازد و بر راهبردها تاثیر می‌گذارد. طی مصاحبه‌های انجام شده، اثرات انگیزشی گردشگران وزیر ساختهای ناملموس و عوامل فرهنگی تاکید شده است. منظور از زیر ساختهای ناملموس یا غیر قابل مشاهده همان امنیت، آرامش محیطی، صمیمیت و شایستگی‌ها می‌باشد. پیامدها و نتایج، از اتخاذ راهبردهایی نشات می‌گیرد که در حالت موفقیت آمیز، تحقق آنها موجب تحقق مقوله محوری می‌شود. به عنوان نتیجه، مصاحبه‌شوندگان این پژوهش از طریق گردشگری کشاورزی و راهبردهای پیشنهادی رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، توسعه فرهنگ کارآفرینی و توسعه و شکوفایی فرصتهای کاری را به عنوان پیامد و از عوامل توسعه کارآفرینی روستایی معرفی کرده‌اند.

### کد گذاری گزینشی (انتخابی)

کدگذاری انتخابی، فرایند یکپارچه سازی و تصفیه‌ی نظریه‌ی است (StraussT, Corbin, J2008) در انتها در مرحله‌ی کدگذاری انتخابی با توجه به نتایج گامهای قبلی کدگذاری، مقوله‌ی اصلی انتخاب شده و به شکلی نظام مند به سایر مقوله‌ها مرتبط شد، ارتباطات اعتبار بخشیده شده و مقوله‌هایی که نیاز به اصلاح و توسعه‌ی بیشتر داشتند، بهبود یافتند. در این مرحله یک بار دیگر از تعدادی از خبرگان مشارکت کننده در این پژوهش خواسته شد که در مورد فرایند تدوین مدل و مدل نهایی نظرات خود را ارائه دهند که بیشتر آن‌ها مدل به دست آمده را تایید کردند و بعضی از آن‌ها نظرات اصلاحی نیز داشتند که در فرایندی رفت و برگشتی اصلاحات اعمال شد و نظر نهایی خبرگان بر تایید مدل نیز گرفته شد.

برای یکپارچه سازی و ارائه مدل توسعه کارآفرینی روستایی مبتنی بر آگروتوریسم (توریسم کشاورزی) پس از شناسایی مقوله محوری و ربط دادن سایر مقوله‌ها در قالب پارادایم نظام مند نظریه سازی داده بنیاد، به پالایش الگوی طراحی شده و پروراندن عوامل اصلی اقدام و مدل نهایی پژوهش به شکل ذیل به دست آمد (شکل ۴)



شکل ۴- مدل کیفی پژوهش در طراحی الگوی توسعه کارآفرینی روستایی با ارائه یک راهبرد جدید مبتنی بر گردشگری کشاورزی در روستاهای استان یزد مبتنی

### نتیجه گیری و دستاوردهای علمی و پژوهشی

بر اساس یافته ها، مقوله محوری، همان پدیده اصلی مورد نظر این پژوهش، گردشگری کشاورزی است که اساس و محور فرایندی است که تمام مقوله های اصلی دیگر به آن ربط داده شده اند، زیرا رد پای آن در بخش های مختلف داده ها وجود داشته و نقشی محوری را داراست و با توجه به یافته های پژوهش می توان از عوامل تاثیرگذار بر این پدیده و راهبردهایی بر آمده از آن و در ادامه پیامدهای و نتایج حاصل از این راهبردها سخن گفت. مقوله محوری این پژوهش بر اساس نظر مصاحبه شوندگان، گردشگری کشاورزی است و حاوی ظرفیتهای پویا برای اشتغال و کارآفرینی روستایی است. اکثریت خبرگان صاحب نظران موضوع مشترکی را مد نظر داشتند و آن اینکه گردشگری کشاورزی ترکیبی از عناصر زندگی در مزرعه و فعالیتهای گردشگری است و در روستاهای مورد نظر قابلیت اجرایی بالایی را داشته و این با مطالعات (Poor jafar2012, Amiri, 2016, Maarachchi & Motiei 2017) مطابقت دارد. گردشگری کشاورزی در این روستاهای شاخص گردشگری نوعی عمل بازاریابی مستقیم به شمار می رود که ممکن است فرصت های ویژه ای را برای تولید کنندگان روستایی در جهت کاهش خطرات مرتبط با اراضی زراعی از طریق تنوع بخشی در یک محیط اقتصاد رقابتی شهری فراهم کند و با تاثیر گذاری بر دیگر عوامل و شاخص ها و با مدیریت صحیح محلی و فرا محلی بتواند باعث توسعه فرهنگ کارآفرینی و توسعه و شکوفایی فرصتهای کاری در این مناطق گردد. بهبود قابلیت های گردشگری کشاورزی منوط به اجرای چهار گام اصلی است: اولین گام حرکت گردشگری کشاورزی به سمت تخصص گرایی است، یعنی در اکثر این روستاها باید با بهره گیری از نظر خبرگان و صاحب نظران در آن منطقه و با توجه به قابلیت ها و مواهب طبیعی و اقلیمی گردشگری را به سمت تخصصی شدن منطقه ای گرایش داد. در این خصوص روستاهای هدف گردشگری مناطق شرقی یزد مانند بافق و بهاباد و شمالی یزد مانند خرائق از اولویت بیشتری برخوردار بوده و به علت آب و هوای این مناطق می تواند هر چهار فصل به عنوان قطب تخصصی گردشگری کشاورزی معرفی گردند. در فصل بهار برداشت گیاهان دارویی در این مناطق، فصل تابستان برداشت میوه های مختلف و در ادامه آن فصل پاییز برداشت زعفران و خرما و هم زمان گردو و بادام در مناطق شرقی و برداشت محصول زردک در روستای خرائق و محصول زرد آلو در فراغه ابرکوه و انار در چم و مبارکه از تخصصی شدن منطقه ای برخوردار هستند. گام دوم، توسعه مبحث گردشگری و ایجاد فرهنگ گردشگر پذیری می باشد، تامین و تخصیص منابع جهت معرفی خدمات گردشگری توسط سازمان میراث فرهنگی استان یزد و اطلاع رسانی مناسب توسط نهاد های مسئول، خصوصا دهیاری ها و نقش آنها در توسعه اقتصادی و اجتماعی روستاها و توانمند سازی جوامع محلی در راستای فرهنگ گردشگر پذیری از عوامل مهم توسعه مبحث گردشگری است. گام سوم، کشاورزی گسترده و محصولات بومی و منحصر به فرد هر منطقه و ایجاد بستر بسیار مناسب در توسعه کشاورزی با محصولات محلی و ارگانیک، کم آبخواه می باشد تا تجربه ای را برای گردشگران فراهم سازد، بنا براین توسعه بیشتر کشت زعفران در بهاباد، زیر کشت بردن مناطق بیشتری جهت کاشت گیاه روناس در روستاهای اردکان و محصولات گلخانه ای مانند توت فرنگی و خیار در فهرج یزد و پسته در روستای بهادران، اطلاع رسانی در

این خصوص و ایجاد مراکز تحقیقاتی و تخصصی کشاورزی از دیگر دستاوردهای باشد. گام آخر شناخت جاذبه های گردشگری هر روستا است که این شناخت با بهره گیری از تبلیغات و برگزاری جشنواره ها مانند برگزاری جشنواره ادبی و فیلم زعفران، جشن برداشت انگور، جشنواره بزرگ مهر دانه انار، جشنواره بزرگ هویج زرد (زردک)، برگزاری جشنواره های منطقه ای و پخش رسانه ای قابلیت های منطقه و انتشار بروشور و مقالات در راستای شناساندن هر روستای شاخص به گردشگران محقق می گردد، زیرا شناسایی بخش اهداف خاص مشتری می تواند فرصت های خوبی را برای جذب گردشگران در این روستاها ایجاد نماید. شرایط علی، در این پژوهش، بعد ارکان و کالبد محیطی یعنی زیست بومها و زیر ساخت های طبیعی است، که وجه تمایز محیط روستایی از محیط شهری محسوب میشود و این با یافته های (Hosseini, 2017, Doh, 2017) مطابق است. به بیان دیگر برای شکل گیری بستر فعالیتهای گردشگری کشاورزی، باید عامل ارکان یعنی (روستا، گردشگر (داخلی و خارجی)، مزرعه یا باغ و کشاورز) وجود داشته باشد، یعنی فعالیتهای گردشگری کشاورزی با ارکان و زیر ساخت های اولیه با کالبد محیطی طبیعی (کیفیت و جغرافیای خاص هر منطقه) شکل می گیرد. ارکان عبارتند از:

- کشاورز: از میهمانان پذیرایی می کند و در مزرعه یا باغ به کار کشاورزی و پرورش محصولات می پردازد و خدمات مورد نیاز را به گردشگران ارائه می دهد، البته ضعف عدم آموزش کشاورزان در اکثر مصاحبه ها مشهود بود و با توجه به نظر اکثر خبرگان و کارشناسان ضروری است آموزشهای اولیه جهت تقویت خود کارآمدی توسط دهیاران و مروجین کشاورزی روستاهای استان برای خدمات رسانی گردشگران به او و خانواده اش داده شود.

- مزرعه، باغ: ویژگی و جذابیت های خاص هر منطقه را داشته و نحوه کشاورزی و باغداری با توجه به محصولات بومی و منحصر به فرد هر روستا مشخص می گردد. با توجه به مصاحبه ها، کشت محصولات خاص و اصلاح آنها، مسیر های دسترسی مناسب جهت گردشگران و حتی حمل و نقل کالسه ای بین باغات و مزارع و سهولت رفت و آمد گردشگران بین مزارع و باغات توصیه گردیده است.

- روستا: غالباً با شهرها فاصله داشته و ممکن است فاقد تسهیلات شهری باشد، اما از لحاظ تنوع زیستی کشاورزی بسیار غنی است. (Amiri, 2016). ابعاد محیطی و زیست بومهای طبیعی و مزارع و چشم اندازهای زیبای کویری یزد این روستاها را هدف گردشگری نموده، بنا براین استفاده موثر از قابلیت ها و ظرفیتهای گردشگری هر روستا، ایجاد مراکز اقامتی و باز سازی منازل روستایی خصوصاً در روستاهای شرقی استان (بافق و بهاباد)، ایجاد موزه ادوات کشاورزی در هر منطقه، زیبا سازی آنها، شناسایی ساختار و کالبد و محیط روستا، شناسایی نقاط قوت و ضعف روستاها و جاذبه های طبیعی و مذهبی آنها از نتایج این پژوهش می باشد.

- گردشگران داخلی و خارجی: کسانی که برای اقامت یک روزه، یک شبانه روز و یا هفتگی و یا جهت شرکت در جشنواره ها در روستاها حضور می یابند. البته در روستاهای یزد بیشتر گردشگران استانی در جشنواره ها حضور داشته و گردشگران خارجی بیشتر در جشنواره های آئینی مانند مهردانه انار روستای چم شرکت که با توجه به

مجموعه نظرات دهیاران و دیگر خبرگان، ضرورت تبلیغات بیشتر توسط مراکز مسئول دولتی و موسسات گردشگری و توانایی مالی و رضایت مندی آنها بررسی تا بتوان در برنامه ریزهای آینده از آنها استفاده کرد.

از دیگر شرایط علی با بیشترین تاکید خبرگان، کالبد محیطی و زیر ساختهای اولیه میباشد. که یافته های شمار زیادی از محققان موید این امر است. (Rezvani et al,2017,Skalova2016) متاسفانه در گردشگری کشاورزی کیفیت خدمات بیشتر به صورت موضوعی مطرح شده است، مفهوم کیفیت، با رضایت ارتباطی نزدیک و اجتناب ناپذیر داشته و تاثیر گذاری زیادی بر روند گردشگری کشاورزی دارد. جذابیت و زیبایی های محیطی هر روستا، روشنایی محیطی، دلپذیری مکانی، هماهنگی ساخت و سازهای روستایی (مانند روستای قطرم بافق)، تنوع وزیایی جاذبه های گردشگری، باغات عجین شده با طبیعت (مانند روستای سر یزد مهریز) و ترکیب معماری سنتی با طبیعت (روستای خراتق اردکان) از زیر ساخت ها و کیفیت جغرافیایی خاص مناطق ذکر شده می باشند که تاثیر فراوانی بر فرآیند گردشگری کشاورزی دارند و توجه بیشتری را طلب و شرکتها و موسسات گردشگری نقش مهمی در بازآفرینی این جذابیت ها خواهند داشت همچنین با توجه به تاکید اکثر خبرگان باید با توجه به زیست بومها و زیر ساختهای طبیعی در اکثر این روستاها، دهیاران با مشارکت بخش خصوصی خروج از گردشگری فصلی را در اولویت کاری قرار داده و به صورتی برنامه ریزی نمایند که امکان گردشگری در چهار فصل سال مهیا باشد. شرایط زمینه ای، در رابطه با این عوامل، طی مصاحبه های انجام شده اکثریت قریب به اتفاق به اثرات زیست محیطی، آموزش و ارائه تعلیمی (دانش بومی، احیاء صنایع دستی و روستایی، بهداشت فردی و محیطی، آگاهی و ارتباطات) و زیرساختهای ملموس یا همان عوامل قانونی و آموزشی اشاره کردند که نشان می دهد چگونه این عوامل، راهبردهای اتخاذ شده ما را تسهیل می نمایند. در رابطه با شاخص اثرات زیست محیطی در روستاهای مورد مطالعه تاکید بر افزایش ادراک روستاییان به التزام نگه داشت و حفاظت محیط زیست روستایی و حفاظت از محیط زیست و حیاط وحش و بهبود زیر ساخت های روستایی با پاسداشت محیط زیستی است که با مطالعات و تحقیقات (Hesam,2019. Hosseininia,2017. Borlikar,2015.) تطابق دارد، همچنین جلوگیری از قطع بی رویه درختان، کاهش آلودگی در محیط روستا، عدم استفاده بیش از حد از ظروف پلاستیکی و یکبار مصرف در حد زیاد، آلودگی منابع آب و افزایش زباله توسط گردشگران از دغدغه های مصاحبه شوندگان بود و راه حل ما ارائه آموزشهای اولیه از طریق خانه بهداشت و مروجین کشاورزی به روستاییان و اطلاع رسانی مناسب به گردشگران در این زمینه می باشد. منظور از ارائه های تعلیمی، همان آموزشهای اولیه مانند آموزشهای صنایع دستی در حال فراموشی به زنان روستایی جهت احیای آنها و احساس استقلال آنها بود که هم سو با مطالعات (Rezvani2017) است، آموزش و مشاوره، آموزش زبان خارجی به روستاییان مستعد و آموزش رعایت بهداشت فردی و محیطی و فعال بودن خانه های بهداشت روستایی، آموزش مهارت های کارآفرینی به زنان روستایی و آموزش نحوه پذیرایی و برخورد با گردشگران از دیگر نتایج به دست آمده بود و از زیر ساختهای ملموس همان عوامل قانونی مانند منابع و خدمات و مدارس و سواد روستاییان و خانه بهداشت و درمانگاه و اورژانس و سلامت و بهداشت تولیدات و محصولات

روستایی و در بخش عمرانی گسترش فناوریهای به کار رفته جدید، وجودبانک و خود پرداز، جاده و پل های مناسب، آب لوله کشی، شبکه برق، اینترنت، خانه های روستایی قابل سکونت گردشگر و سرویسهای بهداشتی مناسب بود که در اکثر روستاها نبود و کمبود آنها محسوس و بنا براین پیشنهاد ایجاد و احداث آنها توسط دولت و یا بخش خصوصی از ضروریات می باشد. شرایط مداخله گر، طی مصاحبه های انجام شده، اثرات انگیزشی گردشگران و عوامل فرهنگی وزیر ساختهای ناملموس (غیر قابل مشاهده) است. منظور از زیر ساختهای ناملموس یا غیر قابل مشاهده همان امنیت، آرامش محیطی، صمیمیت و شایستگی ها می باشد. انگیزه را صاحب نظران میل درونی، تمایل باطنی، چراهای رفتاری تعریف نموده اند. اثرات انگیزشی و تمایل باطنی از شرایط اصلی و مداخله گر در مصاحبه ها مطرح که این با مطالعه (Rajaratnam&Nair, 2014) مطابق بوده است. زیرا با توجه به نتایج بدست آمده ارزیابی میزان رضایت مندی و انگیزه گردشگران در انتخاب محل گردشگری روستایی به دهیاران و فعالان گردشگری روستایی کمک می کند تا با نظرات و دید گاه های آنها آشنا و برای ایجاد تجربه های مثبت و برگشت مجدد به مکان های مورد نظر و یا پیشنهاد آن به دیگران موثر باشد. لذا داشتن روحیه گرم میهمان نوازی، اخلاق و برخورد خوب روستاییان، مشارکت دادن گردشگر در فعالیتهای روستا و کشاورزی، خلاقیت در این حوزه و فراهم نمودن علایق بازدید کنندگان، ایجاد تورهای گردشگری مدارس منطقه از راههای اصلی ایجاد انگیزه در گردشگران برای حضور در روستاهای هدف گردشگری می باشد. زیر ساختهای ناملموس و یا ویژگیهای غیر قابل مشاهده که به عنوان شرایط میانجی یا مداخله گر معرفی شده اند را میتوان امنیت، آرامش محیطی، احترام، صمیمیت و هنر و فرهنگ را نام برد. البته منظور از فرهنگ همان فرهنگ های بومی و هنرهای سنتی، آئین های مذهبی و مناسبات اعتقادی، جشنواره ها، جاذبه های فرهنگی، غذاهای محلی می باشد که پیشنهاد ما سازماندهی رویدادهای فرهنگی-کشاورزی مثل جشن برداشت محصول با توجه به فرهنگ بومی هر منطقه، ساخت کتابخانه و احیاء سنتهای فراموش شده، برگزاری جشنواره گردشگری کودکان با محوریت آموزش برداشت سبزیجات محلی، انارو داستان سرایی در مورد محصولات بومی در این روستاها، زندگی مسالمت آمیز زرتشتیان با مسلمانان در یک روستا مانند مزرعه کلانتر میباشد که هر ساله پذیرای گردشگران زیادی است را می باشد. لازم به توضیح است که نقش دولت و مسئولین محلی و دولتی در ایجاد امنیت و احساس آرامش روانی برای گردشگران بسیار حیاتی و ضروری است. راهبردها، همان اقداماتی هستند که در پاسخ به مقوله یا پدیده محوری ارائه می شوند، . راهبردهایی که مصاحبه شوندگان این پژوهش بر آنها تاکید داشتند توسعه و تحول و شاخص ها (عوامل نهادی) بودند. یکی از محاسن گردشگری کشاورزی تحول ساختاری در بحث توسعه روستایی است. با گردشگری کشاورزی که خود از مصادیق کارآفرینی است راهکارهای جدیدی در توسعه برای توانمند سازی و ظرفیت سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر و روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه و تحول در وضعیت اقتصادی روستاییان خصوصا برای بیکاران فصلی در روستاهای یزد ایجاد و باعث اشتغال موقت برای آنها خواهد گردید و باعث مهاجرت معکوس از شهرها به روستاها و کشت محصولات جدید برای جذب گردشگران

بیشتر خواهد شد که پیاده سازی این تجربه نتایج خوبی را در روستاهای بنادکوک و درین میبد داشته است. همچنین توسعه پایدار روستا پیامد الگو و هدف اصلی این پژوهش می باشد که نشان می دهد که این مقوله ها به درستی تعیین گردیده اند. شاخص ها یا همان عوامل نهادی: ارگان های مدیریتی و ذی صلاح، حمایت دولت، بازار یابی شبکه عظیم گردشگری و آموزش مهارت های تکمیلی است که از راهبرد های اصلی در این پژوهش است. بنابراین تقویت سازمان میراث فرهنگی، ثبات سیاسی، ایجاد تعاونی ها و تشکل ها، ایجاد مراکز تحقیقاتی مناسب در زمینه محصولات بومی هر منطقه و روستایی مثلا برای (انار، رونس، زعفران) به کارگیری کشاورزان و خانواده آنها در کارهای گردشگری، ثبات اقتصادی، امنیتی و مدیریتی در این مناطق، معافیت های مالیاتی، اعطای وام های بلند مدت با سود اندک و حمایت دولت از دهیاری ها از این شاخص ها هستند که با نتیجه پژوهش (Motiee L, Hashemi, 2012) هم خوانی دارد و پیشنهاد میگردد حمایت دولت از دهیاری ها، تصویب سهولت قوانین دولتی مربوط به روستاها و همگرایی ارگان ها و تعامل بخشی آنها افزایش یابد و در غیر این صورت نیاز به مشارکت بخش خصوصی در این مناطق می باشد. نقش تبلیغات و شبکه های اجتماعی در بازار یابی و بازار سازی گردشگری مهم و برای روستاییان تعیین کننده است. آموزش مهارت های کارآفرینی به روستاییان و خانواده آنها، آموزش روش های نوین کشاورزی و نحوه پذیرایی از گردشگران و ایجاد کارگاه های مشارکتی در جهت تولیدات صنایع دستی و فرآوری محصولات از مهم ترین این عوامل می باشد.

در نهایت مصاحبه شوندگان این پژوهش پیامد های اصلی و نتایج نهایی را رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، توسعه فرهنگ کارآفرینی و توسعه و شکوفایی فرصت های کاری در نظر گرفته اند. که با نتایج پژوهش های (Stevanovic, 2016. Abadi, 2019. Hen, 2019. Evgravofa, 2020) این پژوهش گران برابری می کند. عوامل و اثرات اقتصادی از مهم ترین پیامدهای این پژوهش بوده و از مصادیق تاثیر گذار بر توسعه کارآفرینی روستایی است. با گردشگری کشاورزی سرمایه های انسانی، اجتماعی، مالی افزایش یافته و با توجه به تقویم کار روستا، تهدیدات بیکاری فصلی در اکثر روستاهای یزد کم رنگ. افزایش میزان درآمد خانوارهای روستایی و کاهش فقر آنها، فروش محصولات کشاورزی و صنایع دستی و ایجاد فرصت های شغلی برابر و در نتیجه بهبود توسعه پروژه های روستایی از نتایج این راهبرد خواهد بود. توسعه فرهنگ کارآفرینی و شکوفایی فرصت های کاری که ناشی از سهولت راه اندازی کسب و کار ها، هدف اصلی این پژوهش است که توسعه کارآفرینی روستایی و در نهایت توسعه پایدار روستایی را به دنبال خواهد داشت و

بررسی اثرات منفی گردشگری کشاورزی در روستاها، شناسایی محدودیتها و شناخت نقاط ضعف و قدرت زیر ساخت های روستایی، آموزش در راستای رفع موانع فرهنگی، ایجاد بانک اطلاعات توریستی در استان، افزایش اعتبار بخش توریسم روستایی در بودجه استانی و مشارکت بیشتر بخش خصوصی در این صنعت، توسعه تاسیسات زیر بنایی و عمرانی در روستاهای گردشگری، شناسایی روستاهای دیگر استان با قابلیت گردشگری کشاورزی، توسعه حمل و نقل و شبکه راههای روستایی، با توجه به نگاه فصلی بودن جاذبه های گردشگری کشاورزی در بعضی از

روستاهای استان وجهت افزایش انگیزه کشاورزان، ارائه تسهیلات سرمایه گذاری جهت احداث جاذبه های غیر طبیعی مانند باغ وحش در مناطق جنگلی خاتم و تله کابین در مناطق روستایی دامنه شیرکوه و افزایش مهارت حرفه ای کشاورزان خصوصا زنان و دختران روستایی جهت ارائه خدمات بهتر به گردشگران از موارد دیگر توصیه شده می باشد.

## References

- Abadi, A. Khak Zand, M. (2019) Agritourism, an approach to sustainable rural development (case study: Agricultural tourism site in northern Thailand). The 4th National Conference on Architecture and Sustainable City. Shahid Rejaee Teacher Training University.(In Persian).
- Ali Gholizadeh,N(2019).Impact of rural tourism development on agriculture sector (Case study: plain rural area of Mianband county in Noor township). *Journal of Tourism Planning and Development*; 8(30): 111-124. .(In Persian).
- Amiri, S, Ehsanifar, T, (2016). Presenting a conceptual model to study the impact of agricultural tourism on entrepreneurial development, *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, Volume 3, Issue 1. .(In Persian).
- Andereck,K.L,and Vogt,C.A.(2000).The relationship between residents,attitudes toward tourism and tourism development options.*Journal of Travel Research*,39(3):27-36
- Borlikar R.R.Y.Venkatrao, (2015). Theory of Agritourism and its Practice in india Zenith. *International Journal of Multidisciplinary Research*, ISSN 2231-5780 Vol.5 (8), August. (2015), pp. 33-41
- 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. *Journal of Sustainability*,11,1467.pp.1-24
- Doh,K,Park,S,Dae,Y,(2017).Antecedents and Consequence of managerial behavior in Agritourism.*Tourism Management*,61,511-522
- Evgrafova,L,V,; A Z Ismailova , A Z and VL Kalinichev,(2020). Agrotourism as a factor of sustainable rural development.IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume 421, Issue 2.pp.115-136
- Fallah, N. (2017). 'Rural Entrepreneurship Development Pyramid Based on the Principles of EU Rural Development Policies', *Entrepreneurship in Agriculture*, 4 (1), pp. 115-131. .(In Persian).
- Fakhimzadeh, H. Khatibi, M.R. (2016). Agritourism, New Horizons in the Development of Tourism and Agriculture. Javid Ealm Publications, Tehran.p.289.(In Persian).
- Ghanian, Mansour, Khani, Fazileh, Baqaei, Leila. (2012). 'Evaluation of Entrepreneurship inRural Tourism (Case Study: Oraman Region)', *Rural Research*, 2 (7), pp. 99-123. .(In Persian).
- Harpa,E,Moica,S,and Dana,R,(2015).A predictive model of innovation in rural entrepreneurship .*Procedia Technology*,19,pp,471-478
- Hatley,L.(2009).The nature of agritourism in the Buffalo City Municipality.Dissertation,Penisula.Second Edition. University of TechnologyPress.468p
- Motiee Langroudi, H .Hashemi, S, Ghadiri M, , Rezvani, M, Moghimi, M. (2012). 'Explaining the Role of Islamic Villages and Councils in the Development of Rural Entrepreneurship (Case Study: Bahabad, Yazd Province)', *Rural Research*, 2 (5), pp. 93-114.(In Persian).
- Hesam;M;2019.Identifying Obstscles to Establishment and Development of Ecotourism Residence in the Rural Areas of Gilan Province;*Journal of Rural Research*;10(3) .(In Persian).
- Heidari, A.A., Rowshan, S.A., & Naderi, N. (2020).[The Effect of Tourism Marketing on the Development of Rural Entrepreneurship in Rijab Region of Kermanshah Province *Journal of Rural Research*,10(4), 582-595. .(In Persian).
- Heydari Sarban,. (2012). 'Analysis of effective barriers to tourism development in Sardabeh village, Ardabil city', *Geography and Environmental Studies*, 1 (1), pp. 68-81.(In Persian)..
- Hen.w.Suet.L(2019), Banghuris Homestay Program In Selangor: A Theoretical Framework ,, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 37, No. 3, pp. 315-343



- Hosseinia, Gh., & Fallai, H. (2017). [Factors Affecting the Development of Rural Entrepreneurship: A Case Study on the Rural Areas of Manoojan County]. *Journal of Rural Research*, 8(1), 22-37. (In Persian).
- Jalalian H, Namdari F, Pashazadeh A. (2015). Effects of Rural Tourism on Rural Development: Hajij Village in Kermanshah. *researches in Geographical Sciences*.; 15 (36):205-228. (In Persian).
- Karimi, Saeed. (2014). 'Agricultural Tourism Entrepreneurship, a New Strategy for Sustainable Rural Development', *Entrepreneurship in Agriculture*, 1 (4), pp. 69-90. (In Persian).
- Kai Wah, Chea, Chiam & Wah, Hen & Wui, Lim & Hen, Kai Wah & Low, Suet Cheng. (2019). Banghuris Homestay Program In Selangor: A Theoretical Framework. *Journal of ResearchGate*. pp316-346.
- Kosmaczewski, J. (2008). The Relationship Between Development Of Agritourism In Poland And Local Community Potential. *Physical Culture And Tourism*, 15(2): 141-148.
- Khatoonabadi, A., Andadeh, Gh. (2008). [Assessing the success of rural entrepreneurs in Isfahan Province using AHP and fac-tor analysis method]. Paper presented at The National Conference on Entrepreneurship Development in Scientific-Applicational Education, Mashhad, Iran, 23-24 December 2008. pp.345-359. (In Persian).
- Kürüm Varolgüneş, Fatma & Doğan, Ebru & Varolgüneş, Sadık. (2017). The Role of Traditional Architecture in the Development of Rural Tourism: The Case of Turkey. *International Journal of Scientific Research*. 5. 10.17354/ijssNov/2017/3
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), 787-798
- Lyson, R. (2017). The economic organization of tourism. *Annals of Tourism Research*. 25(4). 837-859.
- Lupi, C., Giaccio, V., Mastronardi, L., Giannelli, A., Scardera, A. (2017). Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy, *Land Use Policy* 64 . pp383-390.
- Lili Wang (2017). Investigating the development of agritourism in Vingjian province. *Asian Agriculture Research* 2017, 9(4). 6-7
- Mahaliyanaarachchi, R.P. (2017). *Agrotourism Segment of Rural Tourism*, Department of Agribusiness Management, Faculty of Agricultural Sciences, Sabaragamuwa University of Sri Lanka Belihuloya. T.R. by Dr. S.H. Motiee Langroudi. University of Tehran Press
- Mahmoudi Chenari, H., Motiee Langroudi, S.H., Faraji Shabbarbar, H.A., Ghadiri Massoum, M., & Yasoori, M. (2020). [Assessing the Capacity of Masal Rural Environment for the Development of Agritourism (Persian)]. *Journal of Rural Research*, 10(4), 596-613. (In Persian).
- Motiee Langroudi, Seyed Hassan, Nosrati, Mahreh. (2012). 'Feasibility Study of Tourism Development in Rural Areas from the Perspective of Tourists (Karganrood District of Talesh County)', *Geography and Environmental Planning*, 22 (1), pp. 69-84. (In Persian).
- Nair, V.; Munikrishnan, U. T.; Rajaratnam, S. D.; King, N. (2015), Redefining rural tourism in Malaysia: a conceptual perspective, *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, Vol. 23, No. 3, pp. 314-337
- Olya, H., Aand Dalir, S. (2014). An Entrepreneurs Tourism Project through Agro-Tourism Farm In Iran. *Journal of Sustainable Development Studies*. 6:48-63
- Papoli Yazdi, M.; Ebrahimi, M. (2008) *Rural Development Theories*, Tehran, samt. , p306
- Passeban, F. (2004). [The role of women entrepreneur in the rural development in the developing countries]. Paper presented at The Rural Development Conference: Tehran, Iran. (In Persian)
- Petrović, M & Gelbman, A & Demirović, D & Gagić, S. (2017). The examination of the residents' activities and dedication to the local community - an agritourism access to the subject. *Journal of the Geographical Institute Jovan Cvijic, SASA*. 67. pp. 37-52.
- Pittman, H.M. (2006) *Planting the seeds for a new industry in Arkansas: Agritourism*. A National Agricultural Law Center Research Publication. p321
- Poor Jafar, M., Mahmoudi Nejad, H. (2012), A meta-analysis of the evaluation of rural tourism development approaches with emphasis on the analysis of SWOT strategic factors, *Journal of Environmental Science and Technology*, Volume 14, Number 2, pp35-56. (In Persian).
- Qaragoslou, B, Islami .SY, (2017). place in agricultural tourism; case study, Tuscany, 5th. International Congress on Civil Engineering , Architecture and Urban Development 26-28 December 2017, Shahid Beheshti University , Tehran , Iran. (In Persian)..

- Rezaei M. (2015). Feasibility study of the implementation of the plan of agritourism in Nazwan natural park in Isfahan, Master's thesis of geography, Department of Urban Planning, Isfahan University. pp258-274. (In Persian)
- Rezvani, M. R., Faraji Sabokbar, H. A., Darban Astaneh, A., & Karimi, S. H. (2017). [Identification and Validation of Effective Indicators and Factors of Environmental Quality in Branding of Rural Tourism Destinations Using Thematic analysis Method (Case: Ethno-cultural Region of Oramanat in Kurdistan and Kermanshah Provinces)]. *Journal of Rural Research*, 8(2):318-345. (In Persian)
- Rezvani, M. (2017). *Rural Tourism Development with a Sustainable Tourism Approach*. Tehran University Press, Third Edition. 400 pp. (In Persian)
- Rostami F, Ehsanifar, T. (2018). 'Rural Development Entrepreneurship Development Programs', *Entrepreneurship in Agriculture*, 5 (2), pp. 71-82. (In Persian)
- Royackers, H. Hunter. c (2017). A typology for difinning agritourism. *Tourism Managment*. 31(6) pp234-249
- Samani Ghotbabadi, S. Torabi Farsani, N. Shafiei, Z. (2018). Business potentials resulting from agricultural tourism in Jahrom city. *Entrepreneurship Journal in Agriculture*, Winter, Volume 4, Number 4. pp. 118-138. (In Persian)
- Sajjadi, Parisa, Karimpour Reyhan, Majid. (2017). Investigating tourism development strategies in Arvand Free Zone. *Journal of New Attitudes in Human Geography*, 8 (4), 15-28. (In Persian)
- Saleh, Ghafoor, Kordvani, Parviz, Shariat Panahi, Majid Vali. (2020). Rural tourism development planning with IFE and EFE matrix method and QSPM model (case study of Shahu section - Ravansar city). *Journal of New Attitudes in Human Geography*, 11 (4), 237-223. (In Persian)
- Skálová, E., & Peruthová, A. (2016). Quality in rural tourism services. Nitra: Slovak University of Agriculture. doi: 10.15414/isd2016.s13.07
- Singh, A. K. (2010). Agri-tourism entrepreneurship: a tool to rural development. *International Referred Research Journal*, 2, pp. 12-38
- Strauss, A., & Courbin, J. (2008). *Principles of qualitative research methodology, the grounded theory: Procedures and methods* [B. Mohammadi, Persian Trans]. Tehran: Institute for Humanities and Cultural Studies.
- Songkhla, T. N. (2012). Impact of agro-tourism on local agricultural occupation: A case study of Chang Klang district, southern Thailand. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 11(2), 98-109
- Stevanović, M. (2016). The Role of Financial Perspective of Entrepreneurship and Rural Development for the Purpose of Strengthening Serbian Economy. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221, 254-261
- Sharpley, R., (2002), Rural tourism and the challenge of tourism diversification: The case of Cyprus, *Tourism Management*, 23(3):233-244.
- Su, Y., Hammond, J., Villamor, G. B., Grumbine, R. E., Xu, J., Hyde, K., ... & Ma, X. (2016). Tourism leads to wealth but increased vulnerability: a double-edged sword in Lijiang, South-West China. *Water International*, 41(5), 682-697.
- Valdivia, C., and Barbieri, C. (2014). Agritourism as a sustainable adaptation strategy to climate change in the Andean Altiplano. *Tourism Management Perspectives*, 11: 18-25.
- Verma, S. (2018). *Rural Tourism in India-Issues, Challenges and Opportunities*. Govt. PG College, BHEL, Bhopal, India
- Yazdan panah, M. (2018). Multifunctional Agriculture Paradigm ; Rural Tourism a key to sustainable employment development in rural areas. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture* Vol. 5(1), (In Persian)

#### online References

[www.Yazdcity.ir](http://www.Yazdcity.ir)-[www.Yazd.maj.ir](http://www.Yazd.maj.ir)- [Agricultural Jihad of Yazd.ir](http://AgriculturalJihadofYazd.ir) -[zaminvar.ir](http://zaminvar.ir)

**Designing and Explaining the Rural Entrepreneurship Development Model  
Based on Agricultural Tourism: Foundation Database Approach  
Case study (leading villages of Yazd province)**

**Majid Fotoohi**

Ph.D. Student, Department of Entrepreneurship, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin,  
Iran

**Gholam hossein Hosseini nia\***

Associate Professor, Department of New Business, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran,  
Tehran, Iran

**Seyed Mojtaba Sajjadi**

Associate Professor, Department of New Business, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran,  
Tehran, Iran

---

**Abstract**

Today, entrepreneurship development is one of the most constructive strategies for economic, social and cultural development of deprived areas and villages, and due to the dominance of agriculture in most rural areas, the main emphasis is on rural entrepreneurship. In this regard, agricultural tourism (agro tourism) experience It is also very suitable for visitors who are looking for work on the farm, garden, access to nature, sightseeing and cultural experiences, and on the other hand helps farmers maintain the dynamism and sustainability of agriculture and diversify their economy. The present study seeks to design a model of rural entrepreneurship development based on agricultural reversal. This research is a quasi-structured interview in the framework of a qualitative approach and using data research method of the Foundation to collect data and to collect information, with Targeted sampling method has been used with 30 experts familiar with rural tourism, rural entrepreneurship, local officials and meta-local interviews. Environmental body and natural ecosystems), background factors (effect Environmental education, basic education, handicrafts and rural infrastructure and tangible infrastructure), intervening conditions (motivational effects, intangible infrastructure, culture and rituals), strategies (development and transformation, indicators, practical training and creation of participatory workshops) and consequences It was (economic, social and cultural growth, development of entrepreneurial culture).

**Keywords: Tourism, Development, Agricultural Tourism, Rural Entrepreneurship, Leading Villages of Yazd Province**

---

\* (Corresponding author) hosseininia@ut.ac.ir