فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دهم، شماره چهارم (پیاپی ۳۸)، زمستان ۱۴۰۰
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۱۴۰-۱۱۷

مدل‌سازی مفهومی عوامل تأثیرگذار بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی با رویکرد سیستمی مورد: روستاهای شهرستان محلات

کبریا مرادی؛ دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
حمداله سجاسی‌قیداری*؛ دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
حمید شایان؛ استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.
امیدعلی خوارزمی؛ استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۵/۲۳ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۰۳/۱۴

چکیده

امروزه اغلب برنامه‌ریزان توسعه روستایی به این نتیجه رسیده‌اند که مناسب‌ترین راهبرد پاسخگویی به چالش-های اقتصادی در مناطق روستایی تشویق روستاییان به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. یکی از حوزه‌های شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی، گردشگری کشاورزی است که تحت تأثیر عوامل و نیروهای متعددی می‌باشند. لذا هدف از پژوهش حاضر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی و مدل سازی مفهومی این عوامل در قالب رویکرد سیستمی می‌باشد. بنابراین پژوهش حاضر از نظر هدف یک پژوهش کاربردی و از نظر نتیجه یک پژوهش اکتشافی و با روش کیفی- کمی است. به منظور بررسی میزان تأثیر هر یک از متغیرها در مدل عوامل علی، تعداد ۳۰ پرسشنامه در اختیار نخبگان اجرایی و دانشگاهی قرار گرفت. برای ترسیم مدل مفهومی علی و معلولی بر اساس مدلسازی سیستم پویا از نرم افزار **Vensim** و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی (تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن) در نرم افزار **SPSS** استفاده شده است. نتایج پژوهش بر اساس آزمون **t** نشان می‌دهد که تأثیر عامل سیاست گذاری بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی دارای رتبه اول می‌باشد و عامل امکانات و خدمات گردشگری، عوامل فرهنگی- اجتماعی، مهارت‌های فردی و ظرفیت‌های محلی کشاورزی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، گردشگری کشاورزی، کسب و کارهای کارآفرینانه، توسعه روستایی، شهرستان محلات.

* Ssojasi@um.ac.ir

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

۱) مقدمه

امروزه ساختار اقتصادی دنیا با گذشته به طور اساسی تفاوت دارد. توسعه اقتصادی دنیای امروز بر پایه نوآوری و خلاقیت و استفاده از دانش استوار است. بنابراین یکی از ویژگی‌های بارز اقتصادی امروز، تغییرات سریع است. لذا کشورهایی می‌توانند در چنین اقتصادی موفق باشند که قابلیت تطبیق با این تغییرات را داشته باشند. نگاهی به سیر تاریخی نظریات توسعه اقتصادی نشان می‌دهد که جدیدترین آن-ها تأکید دارند که توسعه صنعت و پیشرفت در اقتصاد یک جامعه مبتنی بر تغییر ایده‌ها و خلق نورآوری-ها است و بدون قرار گرفتن در صف پیشروان علم و نوآوری، هیچ کشوری در پیمودن سریع مسیر توسعه موفق نخواهد بود. براین اساس اکثر کشورها در سرتاسر جهان برنامه‌هایی اتخاذ کرده‌اند تا از کارآفرینی در جوامع خود حمایت کنند (Obaji & Olugu, 2014: 109). امروزه در کشورهای در حال توسعه، فعالیت‌های کارآفرینانه محور به عنوان ابراز کلیدی و اساسی جهت تغییر ساختار جامعه می‌باشد که طی چند دهه گذشته، زمینه ایجاد فرصت‌های شغلی، تحرک اجتماعی، انعطاف پذیری اقتصادی و ترویج نوآوری را موجب شده است (سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۵۵). در این راستا صاحب نظران بین المللی بر این باورند که جدا از سیاست‌ها و استراتژی‌های کلان توسعه و توسعه‌ی اقتصادی، باید به طور ویژه به امر توسعه‌ی روستاها و ریشه‌کنی فقر گسترده‌ی حاکم برآن‌ها نیز پرداخت. بدون تردید روستاهای عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده‌ای روبرو هستند. لذا کشورهای مختلف استراتژی‌های متنوعی را با توجه شرایط و امکانات موجود در این زمینه بکار گرفته‌اند که یکی از مهمترین این استراتژی‌ها، توسعه‌ی فعالیت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی است (کرد و آبتین، ۱۳۹۲: ۱۱). بنابراین کارآفرینی نقش بسیار کلیدی در رشد و توسعه‌ی اقتصادی جوامع دارد و با توجه به این که توسعه‌ی روستایی نقش بسیار مهمی در توسعه جوامع ایفا می‌کند، به همین جهت امروزه اغلب برنامه ریزان توسعه روستایی به این نتیجه رسیده‌اند که مناسب‌ترین راهبرد پاسخگویی به چالش‌های اقتصادی در مناطق روستایی تشویق روستاییان به فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. یکی از مشکلات اساسی کشور نیز در چند دهه اخیر، بیکاری روستاییان و مهاجرت آنان به شهرها بوده که باعث شده بسیاری از روستاهای کشور دچار کاهش جمعیت شوند (کریمی، ۱۳۹۳: ۱۰۴). بنابراین شناخت دقیق مسائل مربوط به روستاها از اهمیت بسیار برخوردار است. زیرا ریشه تمامی مشکلات و مسائل عقب ماندگی، مثل فقر گسترده، نابرابری در حال رشد، رشد سریع جمعیت و بیکاری فزاینده، در مناطق روستایی قرار دارد. لذا آینده نگری و برنامه ریزی جامع توسعه روستایی از ضروریات است. لذا کارآفرینی عنصری ضروری برای رشد و بهروری مناطق روستایی محسوب می‌شود (برقی و همکاران، ۱۳۹۷: ۵۵). در روستاها ظرفیت‌های ناشناخته‌ای جهت راه اندازی فعالیت‌های کارآفرینانه وجود دارد که با شناسایی آن‌ها می‌توان در جهت برنامه‌ریزی بهتر، اشتغالزایی و کارآفرینی از آن‌ها استفاده نمود. به جهت وسعت فعالیت‌های متنوع در مناطق روستایی، کسب و کارهای متنوعی در حوزه کشاورزی امکان شکل‌گیری دارند که یکی از آن‌ها در حوزه گردشگری‌کشاورزی است. در مناطق روستایی، کسب و کارهای کوچک پایه و اساس گردشگری هستند؛ زیرا فرصت‌های کسب تجارب گردشگری را برای گردشگران فراهم کرده و منطقه را جذاب می‌سازند.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

گردشگری اغلب به مثابه یکی از بهترین فعالیت‌هایی قلمداد می‌شود که منجر به احیای مجدد ساختار اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی و جوامع آنها می‌شود (Pato & Kastenholz, 2017: 1). لذا توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در گردشگری به طور عام و در گردشگری‌کشاورزی به طور خاص می‌تواند به عنوان پیش‌شرط رشد و توسعه اقتصادی جوامع روستایی باشد. گردشگری‌کشاورزی می‌تواند نیازهای روز افزون عموم مردم به فعالیت‌های بیرون از خانه و در طبیعت آزاد را برآورده کرده و در عین حال ابزاری اقتصادی برای کشاورزان فراهم کند تا بتوانند چشم اندازهای طبیعی و زمین‌های کشاورزی را حفظ کنند (Dragoi & etal., 2017: 8). در واقع می‌توان گفت گردشگری‌کشاورزی یک کسب و کار خانوادگی ابداعی است که در مناطق روستایی شکل می‌گیرد و مبتنی بر ارائه مجموعه پیچیده‌تری از خدمات است و هدف آن ارائه تجارب روستایی به منظور برآوردن نیازهای طبیعی، اجتماعی و فرهنگی مشتریان است. در کل می‌توان گفت که گردشگری کشاورزی یک رویکرد استراتژیک برای غلبه بر رکود اقتصادی در مناطق روستایی است (Kenebayeva, 2014: 29). همچنین توجه به فعالیت‌های کارآفرینانه در گردشگری کشاورزی، ایجاد و توسعه آن گام مثبتی در جهت ایجاد فضای مناسب جهت توسعه مناطق روستایی، کاهش نرخ بیکاری، تعادل ساختاری و توسعه در شهرها و روستاها خواهد بود. جذابیت روز افزون گردشگری‌کشاورزی در سالهای اخیر و فرصت‌های کسب و کار ناشی از آن (کارآفرینی و تولید درآمد در عین حفظ محیط زیست) باعث شده است که گردشگری‌کشاورزی به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی در مناطق روستایی و یکی از روش‌های حمایت از توسعه ماندگار محلی شود. لذا گردشگری‌کشاورزی می‌تواند به کاهش مهاجرت جمعیت جوان به مناطق شهری کمک کند و مانع از خالی شدن فضاهای روستایی گردد و در عین حال فرصت‌های شغلی برای زنان فراهم کند. علاوه بر این باعث بهبود کیفیت زندگی در مناطق روستایی، توسعه یک سبک زندگی روستایی لذت بخش و مفرح شده و زمینه تنوع بخشی به فعالیت‌های کشاورزی را نیز فراهم می‌سازد (Dragoi & etal., 2017: 8). از آنجایی که در گردشگری‌کشاورزی، خدمات و محصولات در یک بسته پیچیده ترکیب می‌شوند تا یک تجربه روستایی کلی ایجاد کنند و در نهایت نیازهای تفریحی، اجتماعی و فرهنگی گردشگران کشاورزی را برآورده کنند لذا باید توجه داشت که عوامل و نیروهای متعددی در شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی تأثیرگذار می‌باشند و برای نیل به این هدف باید بستر و زمینه اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مناسبی وجود داشته باشد. به عبارت دیگر برخورداری از سطوح بالای فعالیت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی مستلزم ایجاد و توسعه زمینه‌های آن است. در مجموع می‌توان گفت در صورت مهیا بودن شرایط اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی لازم در مناطق روستایی و در صورتی که توانمندی‌ها و مهارت‌های کارآفرینانه در افراد وجود داشته باشد، افراد به سوی ایجاد و راه اندازی یک کسب و کار کشیده خواهند شد. همچنین باتوجه به اینکه کارآفرینی در همه حوزه‌ها از جمله گردشگری کشاورزی مظهر یک پدیده پیچیده می‌باشد و گردشگری کشاورزی نیز بعنوان یک سیستم پیچیده، دربرگیرنده‌ی گستره‌ی بزرگی از تعاملات میان عناصر اقتصادی، زیست محیطی، اجتماعی، تکنیکی و مالی است (Jakulin, 2016: 5). با توجه به اینکه توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

کشاورزی در چارچوب عواملی قرار می‌گیرد که محیط یک سیستم را تشکیل می‌دهد. بنابراین باید تمام این عوامل مورد بررسی قرار گیرند. زیرا این عوامل به گونه‌ای با هم مرتبط هستند و به طور مستقیم و غیر مستقیم بر یگدیگر تأثیر گذار می‌باشند. لذا تفکر سیستمی به عنوان یک روش برای درک مکانیسم-های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی مناسب است.

مناطق روستایی شهرستان محلات به دلیل برخورداری از جاذبه‌های زیبا و کم‌نظیر کشاورزی از جمله مزارع و باغات پرورش گل و گیاه زینتی، کوچه باغ‌های زیبا، وجود آداب و رسوم، غذاهای محلی پتانسیل و توانمندی قابل توجه‌ای در زمینه‌ی توسعه‌ی کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری‌کشاورزی دارد. ولی در سال‌های اخیر به دلیل افت فعالیت‌های کشاورزی در منطقه مورد مطالعه، بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی روستا و سطح درآمد کشاورزان دچار افول شده و افزایش بیکاری منجر به مهاجرفرستی شده است. از سوی دیگر در منطقه مورد مطالعه توسعه‌ی گردشگری‌کشاورزی به علت وجود تقاضاهای جدید گردشگران و نیاز به تنوع محصولات و خدمات گردشگری‌کشاورزی می‌تواند زمینه‌ای برای توسعه‌ی کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی فراهم آورد. در این راستا شناسایی عوامل و مؤلفه‌های کلیدی در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه به عنوان یک سیستم پیچیده می‌تواند به احیای مناطق روستایی این منطقه کمک نموده و در تحقق اهداف کارآفرینی در مناطق روستایی مؤثر می‌باشد.

بنابراین شکل‌گیری کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری کشاورزی نیازمند اتخاذ رویکرد سیستمی و بررسی عوامل علی مؤثر برآن می‌باشد. لذا در این پژوهش سعی بر آن خواهد شد که با تعیین ابعاد و مؤلفه‌های کسب و کارهای کار آفرینانه و با توجه به چارچوب‌ها و مدل‌های مطالعه شده، ابعاد و مؤلفه‌های پیشنهادی برای توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری کشاورزی مشخص شود و مدل نظری توسعه کسب و کار های کارآفرینانه در گردشگری کشاورزی براساس مدل علیت ارائه شود. در این راستا سئوالات کلیدی پژوهش را بدین صورت می‌توان شکل بندی کرد: عوامل کلیدی و میزان اثرگذاری هر عامل بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی روستایی کدامند؟ و مدل مفهومی علی کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی بر اساس روابط بین عوامل با رویکرد سیستمی چگونه است؟

۲) مبانی نظری

گردشگری اساس توسعه‌ی اقتصادی و فرهنگی است و پس از اواسط قرن بیستم بود که شروع به رشد مداوم کرد و اکنون به یکی از بخش‌های اصلی در اقتصاد جهان تبدیل شده است (Chronopoulou, 2013: 7). رشد فزاینده شهرنشینی در دهه‌های اخیر سبب شده است که توجه به صنعت توریسم به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین صنعت و نیز به عنوان هدفی قابل حصول در فرآیند توسعه پایدار، مورد توجه قرار گیرد (بزم آرا بلشتی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۶). گردشگری با همه مضامین علمی و فلسفی‌ای که در آن نهفته است، یک عمل اقتصادی است و پیش بینی می‌شود که یکی از بزرگ‌ترین محرکه‌های

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

اقتصادی قرن حاضر باشد. از این رو از گردشگری به عنوان صنعت هزاره سوم یاد می‌کنند که همه جوامع به دنبال بالا بردن سهم خود از آن هستند (نوری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲۴۱). در واقع گردشگری در مناطق روستایی بعنوان نوشدارویی حل مشکلاتی است که ساکنین روستا با آنها مواجه هستند، زیرا به دلیل افت اقتصاد روستایی طی چند دهه اخیر و توجه قابل ملاحظه دولت‌ها به منافع اقتصادی حاصل از گردشگری به خصوص در مناطق روستایی به علت همگامی و سازگاری با شتاب اقتصادی جهانی و بدین علت که گردشگری روستایی پویایی جهان را که براثر جهان‌سازی در حال بین رفتن است حفظ کرده و به فضای غم بار حاصل از اجبار جهانی‌سازی دنیا رنگ تازه می‌بخشد؛ پیش از پیش مورد توجه صاحب نظران توسعه روستایی قرار گرفته است (Okech & etal., 2012: 37). حال با توجه به اینکه گردشگری روستایی در اشکال مختلفی ظاهر شده. یکی از گونه‌های گردشگری روستایی که موجب جذب گردشگر در مناطق روستایی می‌شود گردشگری‌کشاورزی می‌باشد که در سال‌های اخیر در کشورهای مختلف به عنوان عامل کلیدی برای توسعه‌ی محلی به ویژه برای مناطق حاشیه‌ای و روستایی و مکان‌هایی که میراث زیست محیطی و فرهنگی دارند، معرفی شده است (Dragoi & etal., 2017: 8).

لذا در دهه‌های اخیر رشد بین المللی گردشگری‌کشاورزی در اقتصادهای روستایی، شماری از مباحث مهم مرتبط با سیاست برای برنامه‌ریزی توسعه محلی را مطرح ساخته است که مهمترین این مباحث مربوط به توسعه تولید و حمایت از کارآفرینی در گردشگری‌کشاورزی می‌باشد. گردشگری‌کشاورزی به عنوان زیرمجموعه‌ی گردشگری روستایی، دربرگیرنده‌ی تجارب تفریحی از جمله بازدید مکان‌های روستایی یا محیط‌های روستایی با هدف شرکت کردن و یا تجربه کردن آن فعالیت‌ها، رویدادها و یا جاذبه‌هایی است که در مناطق شهرنشین شده در دسترس نمی‌باشند (Rogerson & Rogerson, 2014: 96). به عبارتی دیگر گردشگری‌کشاورزی بخشی از گردشگری روستایی است که منبع آن مناطق حومه و روستاها بوده و به مناطقی مربوط می‌شود که شهرنشینان از آن به عنوان مکانی آرام و تفریحی استفاده می‌کنند که در تماس مستقیم با طبیعت باشد و مستقیما در فعالیت‌های کشاورزی مثل غذا دادن به حیوانات، چیدن میوه و محصولات از روی زمین، مشارکت در فرایند سازندگی و غیره شرکت کند (Kenebayeva, 2014: 29). در واقع می‌توان گفت گردشگری کشاورزی مجموعه مدل‌های کسب و کار است که تولیدات کشاورزی را با ارائه خدمات میزبانی در هم آمیخته و جدای از اهمیت اقتصادی این مقوله برای بخش کشاورزی و گردشگری به جهت تحقق مدل‌های کسب و کار و کمک به بهبود اقتصاد محلی، ابزار بسیار مهمی برای کارآفرینان شده است (Gregorio, 2017: 120). در واقع گردشگری کشاورزی حلقه گمشده‌ای است در یک سیستم زراعی با کیفیت که منابع کشاورزی، گردشگری، محیطی، فرهنگی و تاریخی را به هم پیوند می‌دهد. همچنین می‌تواند معرف مهمترین نوآوری در بخش تولید باشد که همیشه دغدغه کشاورزی ملی بوده است و با دیگر اشکال سنتی زمین‌های کشاورزی متفاوت است. گردشگری‌کشاورزی، درضمن پاسخگویی به نیازهای گردشگران، فرصت‌های خوبی را برای کار و اشتغال، حفظ و توسعه چشم اندازهای روستایی و تنوع زیستی ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر گردشگری‌کشاورزی نوع خاصی از ابداع و نوآوری در مدل سنتی کسب و کار است (Broccardo & et

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

al., 2017: 2). همچنین با توجه به اینکه اکثر ارائه کنندگان خدمات گردشگری‌کشاورزی، کسب و کارهای خرد و خانگی هستند که بر مبنای ابتکارات فردی و با دانش اندک از نیازهای بازار و مهارت‌های کسب و کار فعالیت می‌کنند؛ ارائه خدمات تجربی مستلزم دانستن نیازهای فردی مشتری‌ها و آشنایی با رفتارهای آنهاست. لذا مفهوم گردشگری خلاق[1] به عنوان یک استراتژی موفق با استفاده نوآورانه و خلاقانه از دارایی‌های یک مقصد گردشگری می‌تواند موجب افزایش تجارب گردشگران و تبدیل آنها به تجارب خلاقانه و ارزش آفرین برای مشتریان شود. در این راستا می‌توان از این رویکرد در مقاصد گردشگری-کشاورزی استفاده کرد. زیرا مهارت‌های خلاقانه برای ارائه دهندگان خدمات محلی لازم است و به آنها کمک می‌کند تا محتوای تجارب کشاورزی ارائه شده را بهبود داده و خدمات جدید و رقابتی‌تری را به گردشگران ارائه دهند (Kenebayeva, 2014: 31). در واقع می‌توان گفت گردشگری‌کشاورزی در مناطق روستایی، نقش راهبردی در توسعه اقتصادی آن‌ها دارد که هم دارای تأثیرات مستقیم (ایجاد شغل‌های جدید) و هم پیامدهای غیر مستقیم (حمایت از صنایع مربوطه مانند کشاورزی و فرآوری مواد غذایی، حمل و نقل و تجارت) می‌باشد. علاوه بر این کارآفرینی در گردشگری کشاورزی، ویژگی کارآفرینی را نیز به فعالیت‌های گردشگری کشاورزی اضافه کرده است که از آن میان می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: استفاده از فرصت‌های موجود در بازار، سازگاری با تغییرات از طریق استفاده از رویکردهای انعطاف پذیر، استفاده از ابداع و نوآوری‌ها و در نظر گرفتن ریسک‌های سرمایه گذاری در زمینه کسب و کارهای جدید در مناطق روستایی (Dragoi & etal., 2017: 8). لذا گردشگری‌کشاورزی منافع زیادی برای جوامع به همراه داشته و نسبت به سایر اشکال کارآفرینی، کشاورزی پایدار را در حجم گسترده‌تری نمایش می‌دهد (Gao & etal., 2013: 365). گردشگری کشاورزی یک مفهوم ترکیبی است که مؤلفه‌های دو صنعت پیچیده فرهنگ کشاورزی و گردشگری از طریق رویکرد کارآفرینانه در آن با هم ادغام شده است تا برای میزبان، بازارهای پر سود جدیدی با ارائه محصولات و خدمات ایجاد کرده و تجربه‌های سودمندی از سفرها را برای گردشگران فراهم کند. بنابراین اگر مؤلفه‌های مختلف به صورت استادانه و ماهرانه با هم ترکیب شوند و گردشگری کشاورزی به روش جدیدی پیاده و اجرا شود، کارآفرینان این حرفه می توانند به مزیت رقابتی دست یافته و از طریق ایجاد تجارب به یاد ماندنی برای مشتری‌های هدف، ارزش خلق کنند (Kenebayeva, 2014: 32). با توجه به مزایای بیشمار توسعه گردشگری‌کشاورزی در مناطق روستایی همچون: ایجاد درآمد ثانویه برای کشاورزان، توسعه بازارهای جدید مصرف و افزایش آگاهی نسبت به محصولات محلی، حفظ چشم اندازهای کشاورزی، توسعه گردشگری کشاورزی باعث جذب کسب و کارها و صنایع کوچک خواهد شد، ایجاد زیرساخت‌های خاص، کمک به آموزش مشتریان و گردشگران درباره کشاورزی و میراث مناطق روستایی، تقویت هویت جوامع روستایی و تأکید بر اهمیت گردشگری کشاورزی در جوامع محلی و کمک به ایجاد برند سازی برای خدمات و محصولات گردشگری-کشاورزی را شکل خواهد داد (Barbieri, 2013: 256). اما نکته‌ای که در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گرشگری‌کشاورزی باید مورد توجه قرار گیرد عوامل تأثیر گذار در تسهیل آن و

[1]- Creative tourism

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

تبیین مدلی جامع است که بر مبنای آن سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان، اقدام به تعیین راهبردهای مؤثر برای توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری کشاورزی و توسعه مناطق روستایی کنند. از آنجایی که دنیای ما درگیر پیچیدگی‌های بسیاری است درک سیستم‌ها و فهم روابط در هم تنیده حاکم بر آن ها همواره کار ساده و شفافی نیست این پیچیدگی می‌تواند ترکیبی باشد از روابط، تعداد و گستره عناصر این سیستم یا پویایی ناشی از جنبه‌های پویای عناصر و در نتیجه رفتار برخلاف شهود در طی زمان است (Chaker & etal., 2015: 29). در واقع تفکر سیستمی یک روش تحقیق است که برای درک مکانیسم‌های عامل متغیرها استفاده می‌شود. همچنین شامل یک سیستم کامل برای شناسایی مشکلات آن است که راهبردهای توسعه منجر می‌شود (Choi & etal., 2017: 8). اساس مدل سازی پویایی سیستم نمودار حلقه سببی (CLD)[1] است این نمودار در واقع تصویر گرافیکی روابط و حلقه‌های بازخورد میان عناصر یک سیستم است. در حلقه بازخورد یک جز ممکن است روی جز دیگر اثر گذاشته و تغییر آن را سبب شود. این تأثیر به اجزای دیگر حلقه نیز انتقال یافته و سبب می شود تغییر بار دیگر به جزء اولیه باز گردد علاوه براین زمانی این تغییر در سراسر حلقه عنصر اولیه سبب تقویت حلقه قوی‌تر می‌شود. در غیر این صورت به آن حلقه تعادل می‌گویند. نمودار حلقه سببی قطبیت تأثیر به وجود آمده را نیز پر رنگ‌تر می‌کند. علائم مثبت (+) و منفی (-) کنار هر فلش و نوع تأثیر را نشان می‌دهد. پیوند مثبت به این معناست که چنانچه علت افزایش یابد معلول بالاتر از آنچه در غیر آن به وجود می‌آمد، افزایش می‌یابد. به همین ترتیب پیوند، منفی حاکی از این است که اگر علت افزایش یابد معلول پایین‌تر از آنچه در غیر آن به وجود می‌آید کاهش می‌یابد (Chaker & etal., 2015: 29). روش شناسی استفاده از تمام نظرات بعنوان یک کل را میسر می‌سازد. مزیت اصلی روش شناسی سیستم امکان تجربه سناریوهای مدل در زمانی است که داده‌ی محدودی در دسترس است، که به سیاست‌گذاران اطلاعاتی در رابطه با پاسخ بالقوه‌ی سیستم‌ها به سیاست‌های مختلف قبل از هرنوع تصمیم‌گیری را می‌دهد (Jakulin, 2016: 6). تصمیم‌گیری در گردشگری‌کشاورزی یک فعالیت پیچیده است که نیازمند رویکرد علی برای نتایج مطلوب است. بنابراین روش‌شناسی دینامیک برای فهمیدن سیستم‌های مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی مناسب است.

باتوجه به مسئله پژوهش در ادامه برخی از مطالعات در زمینه گردشگری کشاورزی در ایران و جهان مورد بررسی قرار می‌گیرد.

حیدری و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی تحت عنوان تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری‌کشاورزی، مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن، نشان می‌دهند که متغیرهای اجتماعی، نهادی، اقتصادی و محیطی از دیدگاه ساکنان در راستای ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی در شرایط مطلوبی قرار دارد. عامل اقتصادی مهمترین عامل تأثیرگذار بر مشارکت جامعه در ایجاد و توسعه گردشگری کشاورزی می‌باشد. در این راستا پیشنهاد می‌شود که بانک‌ها و نهادهای دولتی در زمینه‌ی توسعه گردشگری کشاورزی، مشارکت بیشتری داشته باشند.

[1]- Causal Loop Diagrams

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

شمس و همکاران (۱۳۹۵)، در پژوهشی تحت عنوان، تحلیل و ارزیابی کاربرد روش تحلیل سلسله مراتبی فازی در اولویت‌بندی سناریوهای توسعه‌ی گردشگری روستایی (مطالعه موردی: استان مازندران)، یافته‌های این پژوهش به سه سناریو؛ توسعه گردشگری سلامت، گردشگری روستاهای بکر و گردشگری خوراک اشاره دارد و سرمایه‌گذاری در حوزه تحقق این سه سناریو می‌تواند راهکار خوبی برای توسعه گردشگری روستایی باشد.

نوری و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی تحت عنوان تحلیلی بر میزان رضایت‌مندی در زمان‌های اوج ورود به شهرستان محلات، به شناسایی مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر رضایت‌مندی گردشگران گل و گیاه شهرستان محلات با روش تحلیل عاملی اکتشافی پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین رضایت‌مندی گردشگران مربوط به جاذبه‌های گردشگری گل و گیاه و مؤلفه‌های آن و نیز عامل خدماتی و مؤلفه‌های آن است که این دو عامل مجموعاً ۴۵ درصد واریانس متغیر وابسته را توضیح می‌دهند. کمترین رضایت‌مندی گردشگران نیز مربوط به عامل تبلیغات و مؤلفه‌های آن و نیز عامل زیرساختی است که ۱۱ درصد واریانس را تبیین می‌کنند. لذا استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری گل و گیاه منطقه باید روی تقویت جاذبه‌ها و رفع دافعه‌های موجود متمرکز گردد.

سامانی قطب آبادی و همکاران (۱۳۹۶)، در پژوهشی تحت عنوان شناسایی ظرفیت‌های گردشگری کشاورزی در شهرستان جهرم با استفاده از مدل توز، به بررسی پتانسیل‌های گردشگری‌کشاورزی در شهرستان جهرم از دیدگاه مدیریت استراتژیک می‌پردازند، نتایج تجزیه و تحلیل با استفاده از مدل SOWT نشان می‌دهد استراتژی «تهاجمی» و «حفظ و نگهداری» و« تأکید بر توسعه گردشگری به دلیل مطرح بودن شهرستان جهرم به عنوان قطب گردشگری و تقاضای گردشگران جهت بازدید از مزارع و مقاصد گردشگری‌کشاورزی و مصرف محصولات ارگانیک» بهترین راهبرد حمایت از گردشگری کشاورزی است

بودیاسا و آمباراواتی[1](۲۰۱۴)، در پژوهشی تحت عنوان گردشگری‌کشاورزی جامعه محور مدلی جدید برای سیستم توسعه‌ی یکپارچه کشاورزی در جهت ایجاد گردشگری کشاورزی پایدار در بالی، به این نتیجه رسیده‌اند که توسعه‌ی گردشگری‌کشاورزی در منطقه سالاک سیبیتان[2]خیلی کند به نظر می‌رسد، دلیل این امر ظرفیت محدود گردشگری‌کشاورزی در محل، بودجه اندک برای تأمین امکانات و تسهیلات استاندارد گردشگری‌کشاورزی، مناظر و چشم اندازهای محدود گردشگری‌کشاورزی است. بنابراین برنامه-های ظرفیت‌سازی تحت حمایت دولت و با بودجه دولتی و همچنین برنامه‌های مسئولیت پذیری اجتماعی می‌تواند به توسعه بیشتر گردشگری‌کشاورزی کمک کند.

پراسنشاکماری[3](۲۰۱۶)، در مقاله‌ای تحت عنوان امکان توسعه‌ی گردشگری‌کشاورزی برای توسعه‌ی پایدار روستایی در سریلانکا، با استفاده از مدل SWOT به شناسایی و تجزیه و تحلیل پتاسیل‌های

[1]- Budiasa & Ambarawati
[2]- Salak Sibetan
[3]- Prasanshakumari

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

گردشگری‌کشاورزی در پنج حوزه کشاورزی منطقه کگله[1]می‌پردازد. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که این منطقه دارای فرصت‌هایی همچون جاذبه‌های گردشگری و افزایش تقاضا برای گردشگری است. در حالی که مشکلات اصلی در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری‌کشاورزی عبارت اند از: کمبود امکانات زیربنایی، زمین‌های بزرگ کشاورزی، دانش و مهارت کشاورزان، عدم حمایت دولت، اعتبار و کمک مالی، نگرش نسل جوان و تاثیرات زیست محیطی.

جاکولین [2](۲۰۱۶)، در پژوهشی تحت عنوان مدل‌های پویایی سیستم به عنوان ابزار تصمیم‌گیری در گردشگری کشاورزی، ضمن اشاره به این موضوع که تصمیم گیری در گردشگری‌کشاورزی یک فعالیت پیچیده است که نیازمند رویکرد عالی برای نتایج مطلوب است. با استفاده از روش دینامیک سیستم، عوامل زیست محیطی، سرمایه گذاری اقتصادی و اجتماعی یک سیستم گردشگری پیچیده را نشان می‌دهند و روابط بین متغیرهای کلیدی را نشان می‌دهد.

برکاردو و همکاران[3](۲۰۱۷)، در مقاله‌ای تحت عنوان ایجاد ارزش با استفاده از مدل کسب و کارهای گردشگری‌کشاورزی، به تجزیه و تحلیل عوامل موفقیت مدل کسب و کارهای ایتالیایی گردشگری‌کشاورزی از طریق مطالعه ویژگی‌های ساختاری، اجتماعی و اقتصادی با رویکرد پایداری می‌پردازند. نتایج تجربی در این پژوهش عناصر مفید و مرتبطی را نشان می‌دهد که می‌تواند توسعه پایدار مدل‌های کسب و کار در ایتالیا را حمایت کند و نظریه، خط‌مشی و اجرا را بهم مرتبط سازد. این نتایج همراه با دیگر نتایج مرتبط با جنبه‌های اقتصادی مزارع، تخصص آن‌ها و ویژگی‌های کشاورزان این امکان را فراهم می‌آورند تا وجود عناصر مشترکی را مورد بحث قرار داد که پتانسیل برای توسعه‌ی گردشگری‌کشاورزی ارائه می‌دهند. گردشگری‌کشاورزی می‌تواند افق‌های جدیدی در توسعه‌ی پایدار روستایی، همراه با تأثیرات مفید بر محیط زیست، جامعه، میراث کشاورزی و رشد اقتصادی را به همراه داشته باشد.

مک گهی[4](۲۰۱۷)، در مطالعه‌ای تحت عنوان مدل سیستم‌های گردشگری کشاورزی از دیدگاه وبر، با بررسی نیازها و چالش‌های ارائه دهندگان خدمات گردشگری، ارگان‌های بازاریابی مقصد و گردشگران کشاورزی مدلی ارائه می‌دهد تا انگیزه های منحصربفرد و نیازهای مربوط به شرکت در یک سیستم گردشگری کشاورزی را مورد ارزیابی قرار دهد. مدل مذکور نشان دهنده‌ی ارتباط موفقیت آمیز این سه ذینفع با همدیگر و مشارکت در روابط مفید متقابل است که اساسا به دلیل بکارگیری عقلانیت رسمی و واقعی وبر است. نهایتا، استراتژی‌های خاص برای بهبود موفقیت سیستم گردشگری کشاورزی پیشنهاد می‌دهد که به بهبود کیفیت زندگی جامعه و همچنین پایداری اقتصادی منجر می‌شود.

لوپی و همکاران [5](۲۰۱۷)، در پژوهشی تحت عنوان بررسی ویژگی‌های گردشگری‌کشاورزی و بررسی نقش آن در توسعه روستایی، به مطالعه‌ی ویژگی‌های مزارع گردشگری کشاورزی ایتالیایی از طریق تجزیه و تحلیل ویژگی‌های اقتصادی، ساختاری و بومی‌سازی می‌پردازند تا روابط گردشگری‌کشاورزی با توسعه‌ی

[1]- Kegalle
[2]-Jakulin
[3]- Broccardo & et al
[4]- McGehee
[5]- Lupi & et al

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

روستایی و سیاست استفاده از زمین را بررسی کنند. نتایج تجربی این پژوهش نشان می‌دهند که مناطقی در حومه وجود دارند که می‌توانند پتانسیلی برای توسعه گردشگری کشاورزی مهیا کنند و گردشگری کشاورزی به نوبه‌ی خود می‌تواند افق‌های جدیدی در توسعه‌ی روستایی همراه با تأثیرات سودمند و کاهش کمبود جمعیت مناطق روستایی را به همراه داشته باشد.

با وجود آنکه گردشگری‌کشاورزی در سال‌های اخیر در کشورهای مختلف به عنوان عامل کلیدی برای توسعه‌ی محلی معرفی شده است ولی تحقیقات درباره‌ی گردشگری‌کشاورزی هنوز در مراحل اولیه‌ی تکامل خود می‌باشد. مسلما، توسعه‌ی گردشگری‌کشاورزی هم در کشورهای توسعه‌یافته و هم درکشورهای در حال توسعه چالش‌های عملی برای گردشگری و برنامه ریزی توسعه محلی به همراه خواهد داشت. بررسی مطالعات انجام شده نشان می‌دهد علیرغم مطالعات گسترده در سطح جهانی در زمینه‌ی نقش گردشگری‌کشاورزی در توسعه‌ی مناطق روستایی و پیامدهای آن، مطالعات کمتری به بررسی عوامل علی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی پرداخته‌اند. در ایران نیز موضوع عوامل علی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه درحوزه گردشگری کشاورزی تاکنون مورد توجه نگرفته است. بنابراین پژوهش حاضر با توجه به اهمیت و نقش گردشگری‌کشاورزی در توسعه مناطق روستایی به شناسایی این عوامل در چارچوب رویکرد سیستمی می‌پردازد.

۳) روش تحقیق

با توجه به اینکه هدف پژوهش حاضر شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی و مدل سازی این عوامل در قالب رویکرد سیستمی می‌باشد، لذا از نظر روش، پژوهشی ترکیبی به صورت کیفی و کمی، به لحاظ هدف یک پژوهش کاربردی و از نظر نتیجه پژوهشی اکتشافی است. بنابراین در گام اول با مطالعه مبانی نظری و مطالعات انجام گرفته، عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی شناسایی گردید و این عوامل در چهار شاخص فرهنگی-اجتماعی، مهارت‌های فردی، امکانات گردشگری و سیاست‌گذاری طبقه بندی شدند (جدول ۱).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

جدول ۱. شاخص‌ها و متغیرهای مؤثر بر توسعه‌ی کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

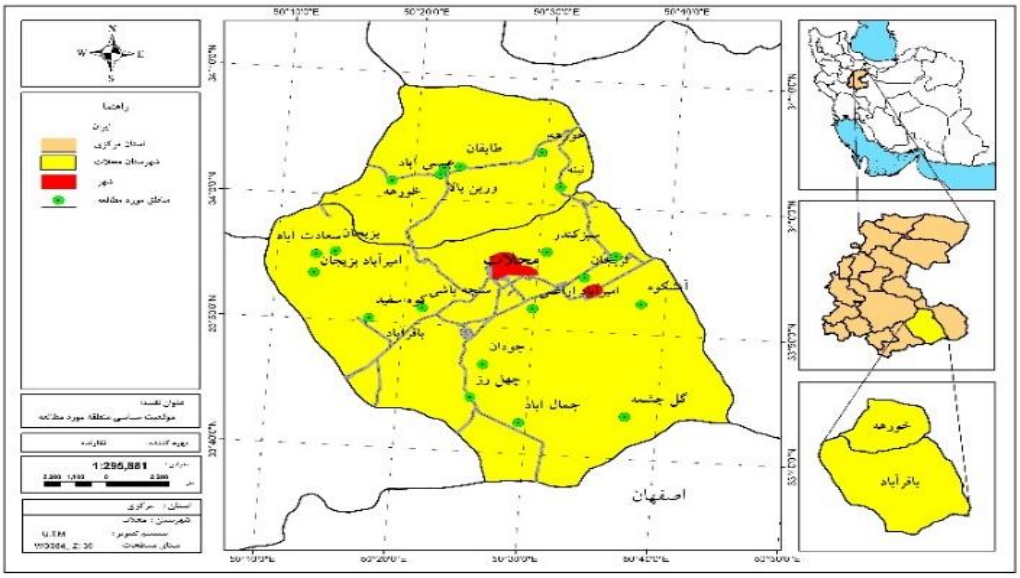
شاخص‌ها	متغیرها
فرهنگی- اجتماعی	ارائه آموزش کارآفرینی، تغییر دیدگاه کشاورزان و ساکنین، پذیرش محلی، مهمان نوازی، افزایش علاقمندی به زندگی روستایی، سرمایه گذاری، آگاهی از فرصت‌های موجود
مهارت های فردی	تحصیلات مرتبط، مهارت‌های اجتماعی، مهارت‌های ارتباطی، خلاقیت و نوآوری، ارائه خدمات با کیفیت بالا، مزیت رقابتی، شیوه‌های اطلاع رسانی، تبلیغات، رضایتمندی
امکانات گردشگری	منابع انسانی واجد شرایط، وجود دفاتر مسافرتی، راهنمایان محلی، سطح زیرساخت‌ها، تعامل بین گردشگر و ساکنان، نیاز و خواسته‌های گردشگران، امکانات رفاهی (راه ارتباطی، هتل- اقامتگاه بوم گردی، مراکز پذیرایی، مراکز بهداشتی، نمازخانه، پارکینگ، بانک)
سیاست گذاری	دیدگاه مثبت دولت نسبت به گردشگری‌کشاورزی، گردشگری‌کشاورزی به عنوان راهبرد کانونی، سیاست‌های تشویقی، حمایت مالی، حمایت بیمه‌ای
ظرفیت های محلی	جاذبه‌های تاریخی- فرهنگی، آداب و رسوم محلی، تنوع غذایی، موقعیت جغرافیایی، صنایع دستی، تنوع محصولات باغی و دامی، برگزاری فستیوال‌ها و جشنواره‌ها، پرورش دام، جاذبه‌های طبیعی و چشم اندازها، آب و هوای مطلوب، بازی‌های بومی و محلی، وجود فرصت‌های گردشگری کشاورزی، وجود انگیزهای سرمایه گذاری در گردشگری

منبع: (Bok-rae, k. 2010 & Kenebayeva, 2014, Dragoi & etal, 2017)

همچنین این پژوهش با هدف توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی شهرستان محلات انجام شده است. زیرا روستاهای این منطقه به دلیل پتانسیل و توانمندی قابل توجه آن در زمینه توسعه‌ی گردشگری‌کشاورزی تمرکز دارد. مناطق روستایی شهرستان محلات به دلیل برخورداری از جاذبه‌های زیبا و کم نظیری همچون مزارع و باغات پرورش گل و گیاه، تولید بید قرمز،کوچه باغ‌ها، برگزاری جشنوارۀ و نمایشگاه گل و گیاه همراه با غرفه‌های جانبی بخش کشاورزی، چشمه‌های آبگرم با قابلیت توریسم درمانی و هوای مناسب ییلاقی در فصل تابستان و وجود آداب و رسوم محلی از بستری مناسب به منظور توسعه‌ی کسب و کارهای کارآفرینانه در گردشگری کشاورزی برخوردار است. باتوجه به بررسی میدانی صورت گرفته از ۴۰ روستا در منطقه مورد مطالعه در دو دهستان خورهه و باقرآباد، ۲۱ روستا که دارای قابلیت گردشگری کشاورزی می باشند (فرمانداری شهرستان محلات، ۱۳۹۷) که نتایج این مطالعه می تواند راهنمایی برای مدیران و برنامه ریزان محلی جهت چگونگی اقدام برای توسعه کارآفرینی کشاورزی باشد(شکل ۱).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]



شکل ۱. نقشه موقعیت روستاهای مورد مطالعه

در ادامه به منظور بررسی نوع روابط علی بین متغیرها و شکل مدل عوامل علی نهایی، تعداد ۳۰ پرسشنامه بر اساس شاخص‌ها و گویه‌های استخراج شده از ادبیات نظری، در قالب طیف لیکرت برای جمع آوری داده‌های طراحی و در اختیار نخبگان اجرایی و دانشگاهی مرتبط با گردشگری کشاورزی و توسعه روستایی در منطقه مورد مطالعه قرار گرفت. همچنین به منظور سنجش روایی پرسشنامه، این گویه‌ها در اختیار ۱۱ نفر از اساتید و پژوهشگران متخصص در زمینه گردشگری‌کشاورزی و کارآفرینی روستایی قرار گرفت. پس از اعمال نظرات متخصصان و اصلاحات لازم، پرسشنامه نهایی تهیه و جهت گردآوری داده‌های مورد نیاز پژوهش به کار گرفته شد. برای پایایی ابزار سنجش نیز از شیوهٔ پیش آزمون و محاسبه آلفای کرونباخ استفاده گردید. عدد بدست آمده از محاسبهٔ آلفا ۰,۸۸ بدست آمد که بالاتر از حداقل تعریف شده (۰/۷) است و ضریب مطلوبی برای پایایی پرسشنامه به شمار می‌رود.

بنابراین بعد از شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای، به منظور پی بردن به رابطه بین عوامل از نظر خبرگان محلی و دانشگاهی متخصص در حوزه گردشگری‌کشاورزی در منطقه مورد مطالعه پرسشنامه ای جهت جمع آوری داده ها طراحی گردید و در گام بعد برای ترسیم دیاگرام علی و معلولی بر اساس تفکر سیستمی از نرم-افزار Vensim استفاده شد و برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع آوری شده از آمار توصیفی و استنباطی (تک نمونه‌ای) از نرم افزار SPSS استفاده شده است.

سیستم پویا

موضوع پویایی شناسی سیستم اولین بار توسط فارستر در سال ۱۹۴۶ مطرح شد. از نظر وی اثر گذاری بخش‌های مختلف یک سیستم بر یکدیگر براساس روابط علی و معلولی شکل می‌گیرد و مطابق با حلقه بازخورد، این اثر گذاری تقویت و یا کاهش می‌یابد. در واقع اساس روش پویایی سیستم، درک رفتار

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

متقابل پدیده‌ها بر یگدیگر در طول زمان است که این رفتار معمولا بر اساس یک الگوی غالب رفتاری در طی زمان شکل می‌گیرد (رجبی، ۱۳۹۵: ۲۲). پویای شناسی سیستمی برای شناسایی و تبیین رفتار غیر-خطی سیستم‌های پیچیده و چگونگی تعامل آن‌ها با یکدیگر طراحی شد که با تمرکز بر فرآیند بازخورد و روابط علی و معلولی، قادر به شناخت و تبیین روابط بین سیستم‌های مختلف است (موسوی حقیقی و رجبی، ۱۳۹۲: ۱۰۹). تفکر سیستمی شامل ۳ مرحله می‌باشد که عبارتند از: الف- پی بردن به رابطه بین اجزای مختلف یک سیستم، ب- رسم دیاگرام‌های که به نشان دادن رابطه بین اجزای مختلف کمک می‌کند و در نتیجه رفتار یک سیستم را نمایان می‌سازد و ج- به کار بردن ابزار سیستم پویا برای مدل کردن و شبیه‌سازی سیستم در شرایط مختلف. تفکر سیستمی یک روش بسیار قوی برای مواجهه با موضاعات بسیار پیچیده است. این روش با مدل سیستم و نشان دادن اجزای آن به صورت کامل، از پیچیدگی مسئله می‌کاهد و به برنامه‌ریز کمک می‌کند که به مسئله اشراف کامل پیدا کند (جوادی نژاد، ۱۳۹۲: ۴۷).

۴) یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

یافته‌های توصیفی مطالعه نشان می‌دهد که از مجموع پاسخ دهندگان ۴۳/۳ درصد زن و ۵۶/۷ در صد مرد بوده‌اند. همچنین از مجموع پاسخ دهندگان بیشترین فراوانی مربوط به مقطع تحصیلی دکتری با ۵۰ درصد می‌باشد. و همچنین از مجموع پاسخ دهندگان بیشترین فراوانی مربوط به کارمندان محلی دولت دارای فعالیت مرتبط با گردشگری کشاورزی با ۴۰ درصد می‌باشد (جدول۲).

جدول ۲. توصیف ویژگی‌های مسئولین و صاحب‌نظران

متغیرها	سطوح متغیر	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	۱۳	۵۶/۷
	زن	۱۷	۴۳/۳
مقطع تحصیلی	کارشناسی	۶	۲۰
	کارشناسی ارشد	۹	۳۰
	دکتری	۱۵	۵۰
سازمان یا اداره مربوطه	کارمند محلی دولت دارای فعالیت مرتبط با گردشگری کشاورزی	۱۲	۴۰
	اساتید برنامه ریزی روستایی	۳	۱۰
	متخصص حوزه روستایی	۹	۳۰
	متخصص حوزه گردشگری و کارآفرینی روستایی	۶	۲۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

بررسی وضعیت میزان اثر گذاری عوامل علی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

برای بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. در این آزمون، چنانچه سطح معنی‌داری کم‌تر از مقدار خطا باشد چنین استنباط می‌شود که میانگین جامعه‌ی مورد نظر؛ مقدار آزمون‌شده نیست. حال برای دریافتن این موضوع که میانگین جامعه بالاتر از مقدار آزمون‌شده و یا پایین‌تر از آن است باید به حد بالا و حد پایین موجود در خروجی نرم‌افزار مراجعه نمود. در آزمون t تک نمونه‌ای چنانچه حد بالا و حد پایین هر دو مثبت باشند، بدین معنی است که میانگین جامعه در مورد آن متغیر بیش‌تر از مقدار مورد آزمون می‌باشد. همچنین چنانچه اولی مثبت و دومی منفی باشد، میانگین جامعه تقریباً مقدار آزمون است. هم‌چنین منفی‌بودن این دو مقدار، بدین معنی است که میانگین متغیر مورد نظر در جامعه کم‌تر از مقدار آزمون است و این متغیرها در جامعه‌ی مورد بررسی در سطح پایینی قرار دارند. بنابراین میانگین محاسبه شده‌ی شاخص‌های تحقیق با میانگین فرضی (۳) سنجش شده و ثابت می‌شود که میانگین واقعی نظر از ۳ بزرگتر و در حد متوسط به بالا است و با توجه به میزان‌های معناداری به دست آمده، تمامی شاخص‌ها قابلیت تعمیم به کل جامعه را دارند. همچنین حد بالا و پایین مؤلفه‌ها مثبت بوده است بدین معنی که میانگین جامعه در این شاخص‌ها بیشتر از مقدار مورد آزمون می‌باشد و در وضعیت مناسبی قرار گرفته است. بر این اساس می‌توان گفت که مجموع این عوامل بر توسعه گردشگری‌کشاورزی بسیار تأثیر گذار بوده‌اند، با توجه به نتایج آزمون t، عامل سیاست گذاری و متغیرهای مرتبط با آن بیشترین میانگین و بعد از آن به ترتیب عامل امکانات و خدمات گردشگری با ۴,۰۲ عامل مهارت‌های فردی با ۳,۸ ، عامل فرهنگی- اجتماعی با ۳,۷ و عامل ظرفیت‌های محلی با ۳,۶ در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

جدول ۳. معناداری تفاوت از حد مطلوب شاخص‌های مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی (آزمون Tتک نمونه‌ای)

شاخص و متغیرهای تحقیق	آماره تی	میانگین	انحراف معیار	درجه آزادی	میزان معناداری	اختلاف از میانگین	95% Confidence Interval of the Difference	
							Lower	Upper
عامل فرهنگی- اجتماعی	۸,۹۳	۳,۷۸	۰,۴۷	۲۹	۰,۰۰۰	۳,۷۸	۰,۶۰	۰,۹۵
عامل مهارت‌های فردی	۸,۹۱	۳,۸	۰,۵	۲۹	۰,۰۰۰	۳,۸۱	۰,۶۳	۱
عامل امکانات و خدمات	۱۲,۲۴	۴,۰۲	۰,۴۶	۲۹	۰,۰۰۰	۴,۰۲	۰,۸۵	۱,۲
عامل سیاست گذاری	۱۳,۳۲	۴,۲	۰,۵۲	۲۹	۰,۰۰۰	۴,۲۶	۱,۰۷	۱,۴
عامل ظرفیت محلی	۷,۴	۳,۶	۰,۴۷	۲۹	۰,۰۰۰	۳,۶۴	۰,۴۷	۰,۸۲

منبع:یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۷

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

رتبه بندی میزان تأثیر هر یک از عوامل بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

جهت بیان معنی‌داری یا عدم معنی‌داری تفاوت میانگین رتبه عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در گردشگری‌کشاورزی از آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج بدست آمده از آزمون فوق به شرح زیر می‌باشد:

برای اینکه پی ببریم آیا تفاوت در میانگین عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه معنی دار است یا نه، از نتایج جدول Test Statistics استفاده می‌کنیم، در این جدول با استناد به مقدار آزمون Chi – square (۳۷,۵) که در سطح خطای کوچکتر از ۰,۰۰۱ معنی‌دار است، می‌توان گفت میزان تأثیرگذاری در کدام از شاخص‌های فرهنگی- اجتماعی، مهارت‌های فردی، امکانات گردشگری، سیاست گذاری و ظرفیت‌های محلی، متفاوت هستند (جدول ۴).

جدول ۴. نتایج حاصل از آزمون فریدمن برای بررسی میزان اثر گذاری عوامل

تعداد	Chi-square	درجه آزادی	میزان معناداری
۳۰	۳۷,۵	۴	۰,۰۰۱

منبع: یافته های پژوهش،۱۳۹۷

بر این اساس، جهت بیان کیفیت تفاوت میانگین رتبه عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه از جدول Rank استفاده شده است. در واقع آزمون فریدمن علاوه بر معنی‌داری تفاوت یا عدم تفاوت میانگین رتبه عوامل تأثیرگذار، به اولویت‌بندی عوامل می‌پردازد. به عبارتی این آزمون نشان می‌دهد که میزان تأثیرگذاری کدام عامل بیشتر و کدام عامل کمتر است.

همانطور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، عامل سیاست گذاری دارای رتبه اول از دید کارشناسان می‌باشد، بنابراین اهمیت نقش دولت در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی می‌تواند به عنوان مهمترین عامل تأثیر گذار باشد، و عامل امکانات و خدمات گردشگری در رتبه دوم و عوامل فرهنگی- اجتماعی، مهارت‌های فردی و ظرفیت‌های محلی به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

جدول ۵. رتبه بندی عوامل براساس آزمون فریدمن

عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی	میانگین	رتبه
عامل سیاست گذاری	۴,۰۷	۱
عامل امکانات و خدمات گردشگری	۳,۷۵	۲
عامل فرهنگی- اجتماعی	۲,۶۷	۳
عامل مهارت‌های فردی	۲,۵۳	۴
عامل ظرفیت محلی	۱,۹۸	۵

منبع: یافته‌های پژوهش،۱۳۹۷

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

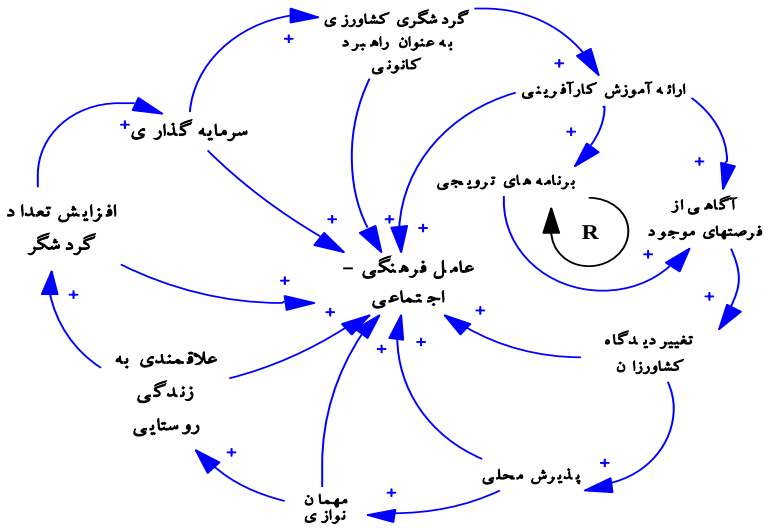
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

تحلیل سیستمی عوامل مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

براساس رویکرد سیستمی مورد تأکید مطالعه، در ادامه به بررسی روابط علی متغیرهای زیر مجموعه در قالب هر یک از عوامل از طریق رهیافت اکتشافی پرداخته شده است تا مشخص گردد نحوه ارتباط و تأثیرگذاری عوامل بر روی یکدیگر چگونه می‌باشد.

تحلیل حلقه‌های علی و معلولی فرهنگی – اجتماعی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

شکل۲، نشان دهنده یک نمودار حلقه سببی CLD از مدل عوامل فرهنگی- اجتماعی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی است، که می‌تواند اینگونه توصیف شود: هنگامی گردشگری به عنوان راهبرد کانونی برای توسعه روستایی از دیدگاه دولت قرار گیرد (+) در مسیر یکسان بر ارائه برنامه‌های آموزش کارآفرینی در مناطق روستایی تأثیر می‌گذارد (+). از سوی دیگر می‌توان گفت وجود برنامه‌های آموزشی خود منجر به وجود برنامه‌های ترویجی برای کشاورزان به منظور تقویت آگاهی از فرصت‌های موجود به منظور ایجاد کسب و کارها در زمینه گردشگری کشاورزی خواهد شد (+). بنابراین این سه عامل باعث تقویت دیدگاه مثبت ساکنین / کشاورزان روستایی به تأثیر گردشگری-کشاورزی در توسعه مناطق روستایی (+) و تغییر دیدگاه منجر به افزایش ضریب پذیرش محلی خواهد شد (+). از طرف دیگر این عامل نیز باعث افزایش مهمان نوازی از سمت جوامع روستایی (+) و نیز افزایش علاقمندی به زندگی روستایی، افزایش تعداد گردشگر (+) و در نهایت سرمایه گذاری بیشتر در مناطق روستایی به منظور توسعه گردشگری کشاورزی خواهد شد (+).



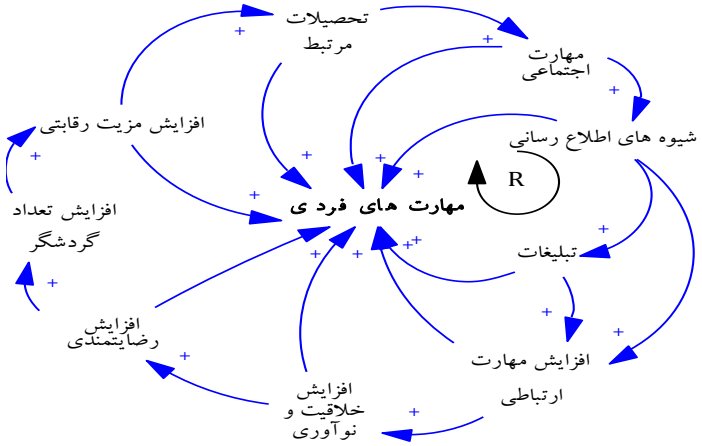
شکل ۲. دیاگرام زیرسیستم فرهنگی – اجتماعی

تحلیل حلقه علی و معلولی مهارت فردی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

شکل۳، نشان دهنده یک نمودار حلقه سببی CLD از مدل عوامل مهارت‌های فردی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی است: هنگامی که جامعه افرادی با تحصیلات مرتبط در

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

زمینه گردشگری داشته باشد (+) خود به عنوان عاملی مثبت نقش بسیار مهمی در افزایش مهارت‌های اجتماعی (+) خواهد داشت. از سوی این عامل خود تأثیر مثبتی بر روی شیوه‌های اطلاع رسانی (+) خواهد گذاشت و عامل شیوه‌های اطلاع رسانی به طور مستقیم عامل تبلیغات را در برمی‌گیرد (+) و هر دو عامل بر روی افزایش مهارت ارتباطی جوامع میزبان تأثیرگذار خواهند بود (+). و منجر به افزایش خلاقیت و نوآوری در ارائه خدمات و امکانات در گردشگری کشاورزی (+) و به طور مستقیم باعث افزایش رضایتمندی گردشگران (+) و فزونی گردشگر و همچنین تمایل بازگشت به منطقه را از سوی گردشگران خواهند شد و ضمن معرفی منطقه به دیگران باعث افزایش تعداد گردشگر خواهد شد (+) و همین امر باعث می‌شود که جوامع میزبان در پی افزایش مزیت رقابتی برای استفاده از پتاسیل‌های محلی باشند (+).



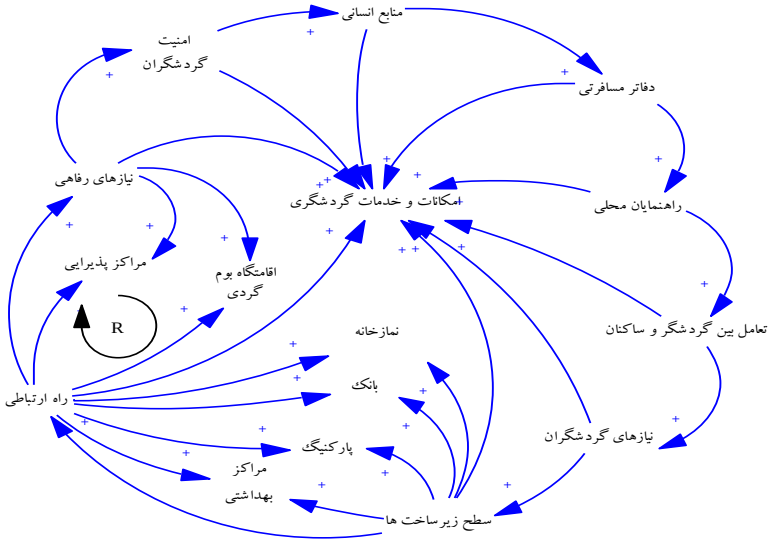
شکل۳. دیاگرام زیرسیستم مهارت‌های فردی

تحلیل حلقه‌های علی و معلولی عامل امکانات و خدمات گردشگری مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

شکل۴، نمودار حلقه سببی CLD از مدل عوامل امکانات و خدمات مؤثر بر توسعه گردشگری‌کشاورزی را نشان می‌دهد که می‌تواند بیانگر این مطلب باشد که اگر در جوامع میزبان منابع انسانی واجد شرایط وجود داشته باشد به طور مستقیم بر روی ایجاد و گسترش دفاتر مسافرتی مؤثر خواهد بود (+). به همین منوال وجود دفاتر مسافرتی بر وجود راهنمایان محلی تأثیر گذار خواهد بود (+) و این عامل به طور مستقیم باعث افزایش تعامل میان گردشگر و ساکنان و کشاورزان (+) و به طور مستقیم بر افزایش آگاهی جوامع میزبان از نیازها و خواسته‌های گردشگران تأثیر خواهد بود (+). نیازهای و خواسته‌های گردشگران به طور مستقیم بر رشد سرمایه گذاری‌ها در توسعه زیرساخت‌ها (نمازخانه، بانک، پارکینگ و مراکز بهداشتی) اثر خواهد گذاشت (+). توسعه زیر ساخت‌ها به طور مستقیم بر افزایش و کیفیت راه‌های ارتباطی (+) و نیز به طور مؤثر بر توسعه زیرساخت‌ها در مناطق روستایی (+) و افزایش سرمایه گذاری در امکانات رفاهی مناطق روستایی تأثیرگذار خواهد بود (+) از طرفی دیگر عامل نیازهای رفاهی شامل مراکز

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

پذیرایی و اقامتگاه‌های بوم گردی نیز به طور مستقیم بر توسعه راه‌های ارتباطی تأثیر گذار خواهد بود (+) و تمام این عوامل بر روی امنیت گردشگران به عنوان یک عامل مهم تأثیر مثبت خواهد گذاشت (+).

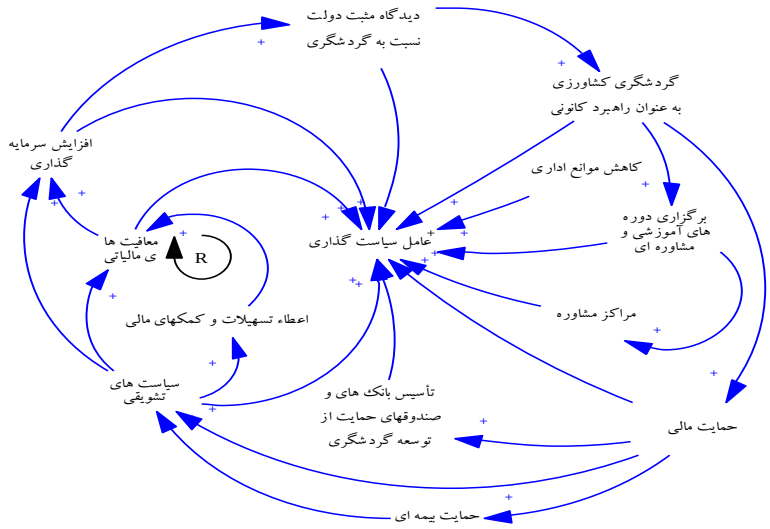


شکل۴. دیاگرام زیرسیستم امکانات و خدمات گردشگری

تحلیل حلقه‌های علی و معلولی عامل سیاست گذاری مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

شکل ۵، نمودار حلقه سببی CLD از مدل عوامل سیاست گذاری مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی که می‌تواند اینگونه تحلیل شود: هنگامی دیدگاه دولت نسبت به گردشگری‌کشاورزی مثبت باشد (+) باعث ایجاد این دیدگاه می‌شود که گردشگری می‌تواند به عنوان راهبرد کانونی برای توسعه در مناطق روستایی باشد (+). همین امر به طور مستقیم به کاهش موانع اداری برای ایجاد کسب و کارهای مرتبط با گردشگری کشاورزی منجر خواهد شد (+) و این دید مثبت باعث برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره‌ای از سوی نهادهای عمومی به منظور توسعه هر چه بیشتر گردشگری‌کشاورزی در مناطق دارای پتاسیل و بهبود معیشت در جوامع محلی خواهد شد (+). برگزاری دوره‌های آموزشی و مشاوره‌ای به عنوان گامی مثبت برای افزایش توسعه کسب و کارهای مرتبط با گردشگری‌کشاورزی در مناطق روستایی خواهد بود (+). همچنین قرارگیری گردشگری به عنوان راهبرد کانونی برای توسعه روستایی بر افزایش حمایت مالی از صاحبان کسب و کار تأثیرگذار خواهد بود (+). بر همین منوال افزایش حمایت مالی بر تأسیس بانک‌ها و صندوق‌های حمایت از توسعه گردشگری و حمایت‌های بیمه‌ای مناسب برای توسعه ی کسب و کارها تأثیر گذار خواهد بود (+). در همین حین نیز حمایت مالی بر افزایش سیاست‌های تشویقی اثرگذار خواهد بود (+)، عامل سیاست تشویقی خود بر افزایش اعطاء تسهیلات و کمک مالی و معافیت‌های مالیاتی اثر مستقیم خواهد داشت (+). بنابراین سیاست‌های تشویقی به عنوان یک عامل بر افزایش سرمایه گذاری در مناطق دارای پتانسیل تأثیرگذار خواهد بود (+).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

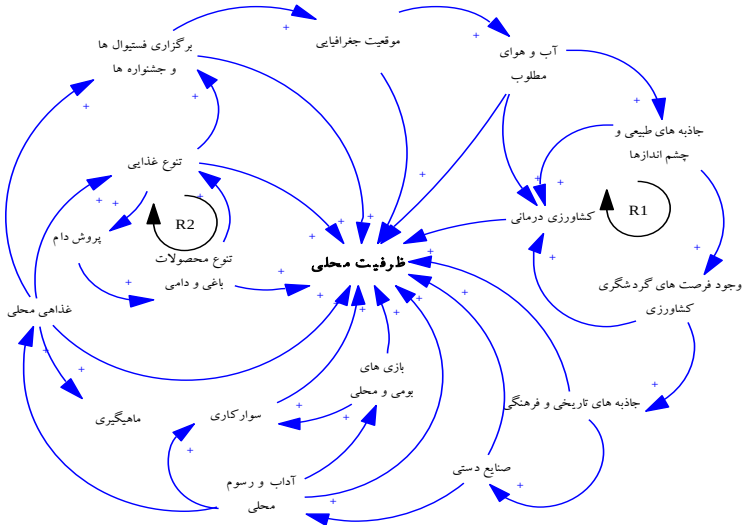


شکل ۵. دیاگرام زیرسیستم مهارت‌های فردی

تحلیل حلقه‌های علی و معلولی عامل ظرفیت‌های محلی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

شکل ۶، نمودار حلقه سببی CLD از مدل عامل ظرفیت محلی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاورزی را نشان می‌دهد. همانگونه که در نمودار مشاهده می‌شود موقعیت جغرافیایی به طور مستقیم بر روی آب و هوای منطقه تأثیر گذار خواهد بود (+)، وجود آب و هوای مطلوب باعث ایجاد جاذبه‌ها و چشم اندازهای طبیعی خواهد شد (+). این خود به عنوان عاملی مثبت برای فرصت‌های گردشگری کشاورزی خواهد بود (+). همچنین این عامل بر روی کشاورزی درمانی (داروهای گیاهی) تأثیر گذار خواهد بود (+)، وجود فرصت‌های کشاورزی در کنار جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی برتوسعه گردشگری کشاورزی تأثیر گذار خواهد بود (+). وجود جاذبه‌های تاریخی به طور مستقیم بر افزایش فروش صنایع دستی و آداب و رسوم محلی تأثیر خواهد گذاشت (+). آداب رسوم محلی شامل بازی‌های بومی و محلی و سوارکاری به طور مستقیم بر توسعه گردشگری کشاورزی تأثیر گذار خواهد بود (+). وجود آداب و رسوم ملی، غذاهای محلی، تنوع محصولات دامی و باغی، ماهیگیری و پرورش دام، بر فعالیت‌های تفریحی برای گردشگران و توسعه گردشگری کشاورزی تأثیرگذار خواهد بود (+) و تمامی این عوامل نیز بر روی ایجاد و گسترش فستیوال‌ها و جشنوارهای محلی تأثیر گذار خواهد بود (+).

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]



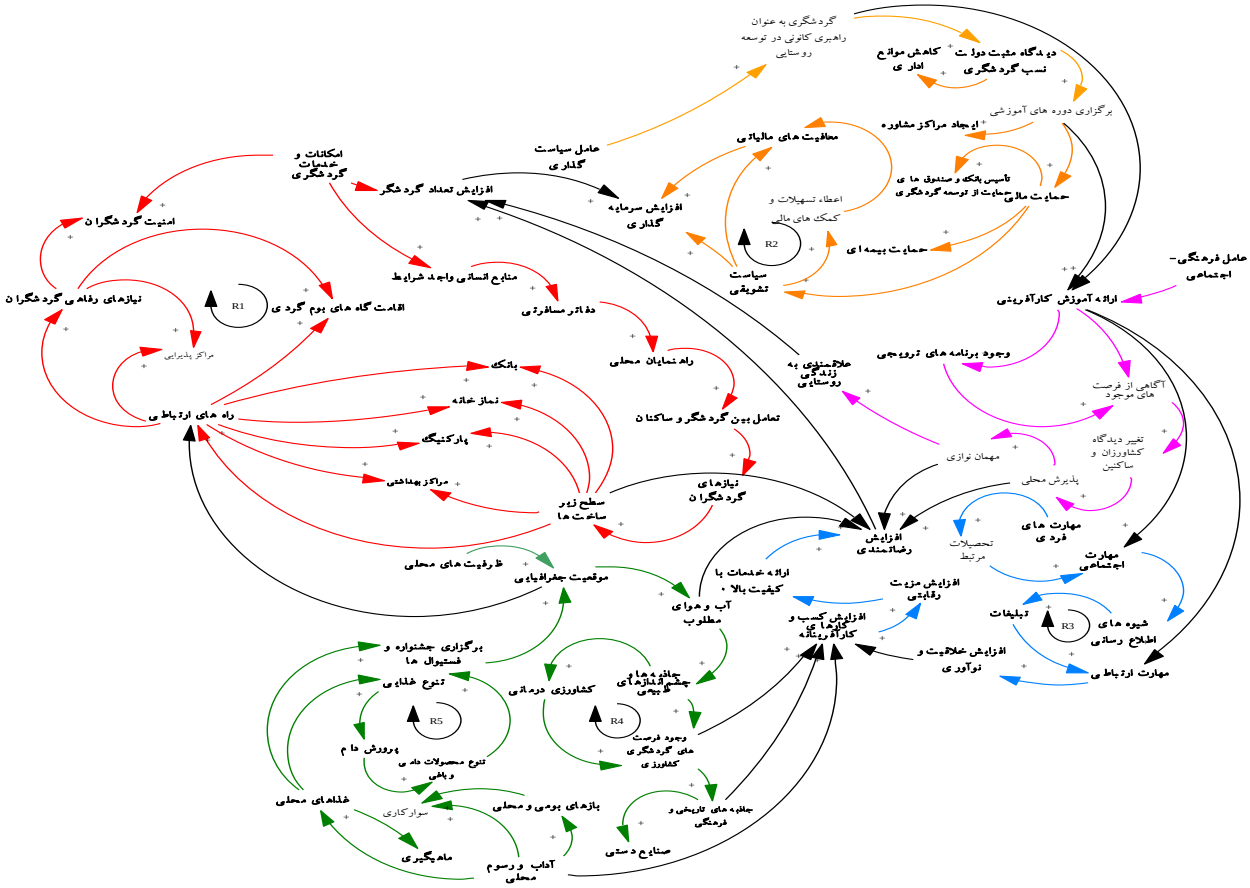
شکل۶. دیاگرام زیرسیستم ظرفیت محلی

۵) نتیجه‌گیری

باتوجه به اینکه در سال‌های اخیر کارآفرینی به عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم ایجاد اشتغال و توسعه اقتصادی در جوامع محسوب می‌شود. بنابراین در چند دهه گذشته سیاست‌گذاران در جوامع مختلف کوشیده‌اند تا خط‌مشی‌های کارآفرینی را برای رشد اقتصادی تدوین کنند. همچنین با توجه به اینکه توسعه‌ی روستایی نقش بسیار مهمی در توسعه ملی ایفا می‌کند، لذا توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی می‌تواند به عنوان ابزاری جهت توسعه ملی مورد توجه قرار گیرد. یافته‌های نتایج حاصل از آزمون t، حاکی از این است که در منطقه مورد مطالعه، عامل سیاست‌گذاری و متغیرهای مرتبط با آن با میانگین ۴,۲۶ در رتبه اول و بعد از آن به ترتیب عامل امکانات و خدمات گردشگری با ۴,۰۲ عامل مهارت‌های فردی با ۳,۸، عامل فرهنگی- اجتماعی با ۳,۷ و عامل ظرفیت‌های محلی با ۳,۶ در رده‌های بعدی قرار گرفته‌اند. نتایج حاصل از آزمون فریدمن نیز حاکی از این می‌باشد که عامل سیاست گذاری دارای رتبه اول از دید کارشناسان است. بنابراین تأثیر عامل سیاست‌گذاری در توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی به عنوان مهمترین عامل می‌باشد. لذا یافته‌های این پژوهش حاکی از این است که دولت به عنوان تأثیرگذارترین عامل از طریق سیاست‌گذاری‌ها و خط‌مشی‌های مرتبط با توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری کشاورزی و سیاست‌های حمایتی می‌تواند انگیزه و زمینه های توسعه کارآفرینی را در روستاها تقویت کند. از سویی به طور مستقیم برروی عوامل دیگر نیز اثرگذاری مثبت دارد. همچنین عامل فرهنگی و اجتماعی و سیاست‌گذاری تأثیر قابل توجهی روی عامل مهارت‌های فردی خواهند داشت زیرا هنگامی نگرش مثبت در جامعه نسبت به کارآفرینی وجود داشته باشد و همچنین سیاست‌گذاران حامی فعالیت‌های کارآفرینانه در مناطق روستایی باشند، تمایل به فعالیت‌های کارآفرینانه در گردشگری کشاورزی در جوامع محلی افزایش می‌یابد و به همین منوال باعث افزایش مهارت‌های اجتماعی و ارتباطی، خلاقیت و نوآوری کارآفرینان و ارائه خدمات با کیفیت بالا خواهد شد، در نتیجه گردشگران به طور مکرر به منطقه می‌آیند و درباره تجربه خوب خودشان در همه جا

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

تعریف کنند. همچنین عوامل سیاست‌گذاری و مهارت فردی به طور مستقیم بر عامل امکانات و خدمات گردشگری تأثیر گذار خواهد بود چرا که هنگامی منابع انسانی واجد شرایط در جوامع محلی تربیت شود به خصوص تور لیدرهای با تجربه و به طبع آن ایجاد تعامل بین گردشگران و ساکنان منطقه و آگاهی از نیاز گردشگران خود می‌تواند به عنوان عامل محرکی منجر به رضایتمندی و امنیت گردشگران شود. عامل ظرفیت‌های محلی نیز به عنوان یکی از عوامل مهم و مؤثر در توسعه‌ی کسب و کارهای کارآفرینانه در مناطق روستایی می‌باشد؛ چرا که در بسیاری از مناطق پتانسیل و ظرفیت توسعه این نوع از گردشگری وجود ندارد، لذا توجه به ارتباط تنگاتنگ این عوامل با یکدیگر به منظور برنامه‌ریزی و توسعه مناطق روستایی به صورت یکپارچه و سیستمی در قالب شبکه علیت طرح‌ریزی کرد تا بر مبنای آن بتوان راهبرد مؤثر برای توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه در مناطق روستایی استخراج نمود (شکل۷).



شکل ۷. مدل یکپارچه عوامل علی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی

بررسی سایر مطالعات صورت گرفته در زمینه گردشگری‌کشاورزی حاکی از آن است که نتایج به دست آمده از شناسایی عوامل کلیدی مؤثر بر توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی از بعد سیاست‌گذاری با یافته‌های بودیاسا و آمباراواتی[1](۲۰۱۴)، حیدری و همکاران (۱۳۹۵)، یانگ[2](۲۰۱۲)،

1- Budiasa & Ambarawati
2- Yang

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

پراسنشاکماری[1](۲۰۱۶)، از بعد مهارت‌های فردی با یافته‌های کریمی (۱۳۹۴)، کنبیوا[2](۲۰۱۴)، در بعد عامل امکانات و خدمات گردشگری با یافته‌های تانگ و ریچی[3](۲۰۱۱)، پین و گیلمور[4](۲۰۰۰) و عامل ظرفیت محلی با یافته‌های راجرسن و راجرسن[5](۲۰۱۴) و عامل فرهنگی- اجتماعی با مطالعات کنبیوا (۲۰۱۴) مطابقت دارد. بنابراین با توجه به یافته‌های بدست آمده، می‌توان پیشنهادهای زیر را جهت توسعه‌ی کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری‌کشاوزی در مناطق روستایی ارائه کرد:

- برگزاری کلاس‌های آموزشی در مناطق روستایی و دوره‌های عمومی کسب و کار به منظور ترویج فرهنگ کارآفرینی و آگاه‌سازی جوامع محلی از ظرفیت‌ها و پتاسیل‌های موجود در مناطق روستایی به منظور توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه؛
- با توجه به محدودیت‌های اعتباری در مناطق روستایی، پیشنهاد می‌شود دولت‌ها با ایجاد موسسات مالی و گردشگری و حمایت از گردشگری روستایی، موجب شکوفایی کارآفرینی در مناطق روستایی شوند؛
- با توجه به وجود موانع ادرای به منظور راه‌اندازی کسب و کارها و فقدان حمایت‌های بیمه‌ای مناسب از کسب و کارها در مناطق روستایی، دولت‌ها باید از طریق سیاست‌گذاری‌ها و خط‌مشی‌های مرتبط در راستای توسعه کسب و کارها در گردشگری کشاورزی، تسهیل‌گری کنند؛ و
- در روستاهای محدوده مورد مطالعه با توجه به وجود ظرفیت برای توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه گردشگری کشاورزی، امکانات و خدمات گردشگری وضعیت مناسبی نیست. لذا پیشنهاد می‌شود با همکاری بخش دولتی و خصوصی و جذب سرمایه‌گذاران، زمینه برای توسعه کسب و کارهای کارآفرینانه فراهم شود.

۶) منابع

- برقی، حمید، شایان، محسن و بیتا اصلانی سنگده، (۱۳۹۷)، **تبیین نقش سرمایه اجتماعی بر شکل‌گیری زمینه‌های کارآفرینی روستاییان(مورد مطالعه: بخش سیدان شهرستان سیدان مرودشت)**، مجله برنامه ریزی و آمایش فضا، سال ۲۲، شماره ۱، صص ۸۳-۵۴.
- بزم آرا بلشتی، مژگان، توکلی، مرتضی و کاوه جعفرزاده، (۱۳۹۶)، **ارزیابی پهنه‌های مناسب توسعه اکوتوریسم در مناطق حفاظت شده مطالعه موردی : منطقه حفاظت شده خاییز**، مجله برنامه ریزی و آمایش فضا، سال ۲۱، شماره ۳، صص ۱۱۸-۹۵.
- جوادی نژاد، نازی، (۱۳۹۲)، **پیاده سازی مدیریت دانش بر اساس تفکر سیستمی نمونه‌ی موردی: سازمان سرمایه‌گذاری و پروژه‌های مشارکتی شهر شیراز، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد**، دانشگاه فردوسی مشهد.
- حیدری، زهرا، رضوانی، محمدرضا و سید علی بدری، (۱۳۹۵)، **تحلیل عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماع محلی در برنامه‌ریزی توسعه گردشگری کشاورزی، مطالعه موردی: نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان تنکابن**، مجله آمایش جغرافیایی فضا، سال ۶، شماره ۲۱، صص ۲۶-۱۳.

[1]- Prasanshakumari
[2]- Kenebayeva
[3]- Tung & Ritchie
[4]- Pine & Gilmore
[5]- Rogerson & Rogerson

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

- رجبی، احمد، (۱۳۹۵)، **پویایی شناسی سیستم، رویکرد نوین در مدل سازی رویدادهای حسابداری و تصمیم‌گیری‌های مالی، پژوهش‌های تجربی حسابداری**، سال ۷، شماره ۲۸، صص ۴۲-۲۱.
- سامانی قطب آبادی، سحر؛ ترابی فارسانی، ندا؛ شفیعی، بدر افشان، مرتضی و سید رامین غفاری، (۱۳۹۶)، **پتانسیل‌های کسب و کار حاصل از گردشگری کشاورزی در شهرستان جهرم، نشریه کارآفرینی در کشاورزی**، سال ۴، شماره ۴، صص ۱۱۲-۹۹.
- سجاسی قیداری، حمدالله، شایان حمید و سید رضا حسینی کهنوج، (۱۳۹۶)، **شناسایی عوامل موثر بر شکست کسب و کارهای کارآفرینان محلی با روش تئوری بنیادی و رویکرد آینده پژوهی (مطالعه موردی: گلخانه داران مناطق روستایی جیرفت)**، مجله برنامه ریزی و آمایش فضا، سال۲۲، شماره ۱، صص ۱۸۶-۱۵۴.
- شمس، شهاب‌الدین، حسینی، ابوالحسن و رادمان خورشیدیان، (۱۳۹۵)، **تحلیل و ارزیابی کاربرد روش تحلیل سلسله مراتبی فازی در اولویت‌بندی سناریوهای توسعه‌ی گردشگری روستایی (مطالعه موردی: استان مازندارن)**، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۸، صص ۱۷۸-۱۵۸.
- کرد، باقر و عبدالعزیز آبتین، (۱۳۹۲)، **بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان(با تمرکز بر توسعه مراکز رشد روستایی، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و توانمندی زنان روستایی)**، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۳۲، صص ۱۴-۱.
- کریمی، سعید، (۱۳۹۳)، **کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه روستایی**، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، شماره ۴، صص ۹۰-۶۹.
- موسوی حقیقی، محمد هاشم و احمد رجبی، (۱۳۹۲)، **مدلسازی تأثیر تغییرات شدت انرژی در بخش صنعت بر شاخص‌های اقتصادی و زیست محیطی با روش پویایی شناسی سیستمی**، فصلنامه تحقیقات مدل سازی اقتصادی، شماره ۱۲، صص ۱۳۳-۱۰۳.
- نوری، هدایت اله، مرادی هوسین، نصرت، مرادی، کبریا و شیرکوه پسندی، (۱۳۹۶)، **تحلیلی بر میزان رضایت‌مندی گردشگران گل و گیاه در زمان‌های اوج ورود به شهرستان محلات»، نشریه علمی-پژوهشی جغرافیا و برنامه ریزی**، شماره ۳۰، صص ۲۶۱-۲۳۹.
- Barbieri, C., 2013, **Assessing the Sustainability of Agritourism in the US: A Comparison between Agritourism and other Farm Entrepreneurial Ventures**, Journal of Sustainable Tourism, VOL. 21, No 2, pp. 252-270.
- Bok-rae, k., 2010, **Agri-tourism and its internationalization strategy**, International Area Review, VOL. 13, No 2, pp. 1-19.
- Broccardo, L., Culasso, F., and Truant, E., 2017, U**nlocking Value Creation Using an Agritourism Business Model,** Journal Sustainability, VOL. 9, pp. 1-26.
- Budiasa, w., and Ambarawati, G. A.A., 2014, **Community Based Agri-Tourism as an Innovative Integrated Farming System Development Model towards Sustainable Agriculture and Tourism Bali**, J. ISSAAS, VOL. 20, No 1, pp. 29-40.
- Chaker, F., Manouar, A.L., and Janati Idrissi, M.L., 2015, **Towards a System Dynamic Modeling Method Based on Dematel**, International Journal of Computer Science & Information Technology, VOL. 10, No 2, pp. 27-40.
- Choi, Y.E., Doh, M., Park, S. and Chon, J., 2017, **Transformation Planning of Ecotourism Systems to Invigorate Responsible Tourism**, Sustainability, VOL. 9, pp.1-24.
- Chronopoulou, M., 2013, **the case of Agrotourism in Greece and its contribution to regional development**, A Master's thesis, Erasmus School of Economics.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]

- Dragoi, M.C., Iamandi, I. E., Munteanu, S.M., Cioubanu, R., Taratavulea, R.I., and Ladru, R. G., 2017, **Incentives for Developing Resilient Agritourism Entrepreneurship in Rural Communities in Romaniain a European Context**, Sustainability. VOL. 9, pp.1-24.
- Gao, J., Barbieri, J. C. & Valdivia, C., 2014, **Agriculture Landscape Preferences: Implication for Agritourism Development**, Journal of Travel Research, VOL. 53, No 3, pp. 366-379.
- Gregorio, D.D., 2015, **Place-based business models for resilient local economies Cases from Italian slow food, agritourism and the albergo diffuso**, Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, VOL. 11, No 1, pp.113-128.
- jakulin, T. J., 2016, **System dynamics models as decision-making tools in agritourism**, Agricultura, VOL.13, No 1-2, pp. 1-5
- Kenebayeva, A. S., 2014, **a study of consumer preferences regarding agritourism in Kazakhstan: A comparative study between urban and rural area consumers**, Worldwide Hospitality and Tourism Themes, VOL. 6, No 1, pp. 27-39.
- Lupi, C., Giaccio, V., Mastronardi, L., Giannelli, A. & Scardera, A., 2017, **Exploring the features of agritourism and its contribution to ruraldevelopment**, Land Use Policy, VOL. 64, pp. 383–390.
- McGehee, N. G., 2017, **an Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective**, Journal of Sustainable Tourism, VOL. 15, No 2, pp. 111-124.
- Obaji, N. O, and Olugu, M, U., 2014, the **Role of Government Policy in Entrepreneurship Development**, Journal of Business and Management, VOL. 2, No 4, pp. 109-115.
- Okech, R., Haghiri, M., and George, B.P., 2012, **Rural Tourism as a Sustanable Development Alternative: An Analysis with Special Peference of Luanda, Kenya**, Special issue, VOL. 3, pp. 36-54.
- Pato, L., and Kastenholz, E., 2017, **Marketing of rural tourism - a study based on rural tourism lodgings in Portugal**, Journal of Place Management and Development, VOL. 10, No 2, pp. 1-23 .
- Pine, B.J. and Gilmore, J.H., 2000, **Satisfaction, sacrifice, surprise: three small steps create one giant leap into the experience economy,** Strategy and Leadership, VOL. l, NO 28, pp. 18-23.
- PrasanshaKumari, J.A., 2016, **Possibility of Agritourism Development for Sustainable Rural Development in Sri Lanka**, Journal of Humanities and Social Science, VOL. 21, NO 8, pp. 12-16 .
- Rogerson, C.M., and Rogerson, J. M., 2014, **Agritourism and Local Economic Development in South Africa Bulletin of Geography**, Socio-Economic Series, VOL. 26, pp. 93-106.
- Tung, V.W.S. and Ritchie, J.R.B., 2011, **exploring the essence of memorable tourism experiences**, Annals of Tourism Research, VOL. 38, NO 4, pp.1367-1386.
- Yang, L., 2012, **Impacts and Challenges in Agritourism Development in Yunnan, China**, Tourism Planning & Development, VOL. 9, No 4, pp. 369-381.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-11-03]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.38.6.0]