فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هشتم، شماره سوم (ویژه‌نامه گردشگری)، پاییز ۱۳۹۸
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۱۲۴-۱۰۵

تحلیل عوامل اثرگذار بر انتخاب مقاصد گردشگری کشاورزی

محمد آقاپورصباغی*؛ استادیار گروه مدیریت کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر، ایران.
کوروش اکبرنژاد؛ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه مدیریت کشاورزی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شوشتر، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۷/۰۶/۲۲ پذیرش نهایی: ۱۳۹۸/۰۳/۲۰

چکیده

توسعه گردشگری کشاورزی و تلاش در جهت رونق آن ازجمله راهکارهای دولت در سال‌های اخیر در جهت مقابله با مسائل بخش روستایی و توسعه آن می‌باشد. ازجمله مهم‌ترین پارامترها در رونق بخشی به این صنعت در مناطق روستایی کشور، شناسایی عوامل موثر بر انتخاب مقاصد گردشگری است. در مطالعه حاضر به استخراج و اولویت‌بندی این عوامل در بخش گردشگری استان خوزستان در سال ۱۳۹۵پرداخته‌شده است. به لحاظ وجود ابهام و عدم قطعیت در مقایسه گزینه ها، دراین تحقیق تحلیل سلسله مراتبی فازی در جهت دسترسی به نتایج دقیق تر مورد استفاده قرارگرفته است. جامعه آماری تحقیق ۲۱ کارشناس سازمان میراث فرهنگی و جهاد کشاورزی استان می‌باشد. نتایج مطالعه نشان می‌دهد که وجود جاذبه‌های کشاورزی و وجود زیرساخت‌های مناسب در بخش گردشگری مهم‌ترین عوامل در ایجاد تقاضای گردشگری کشاورزی است. پس از تعیین اولویت عوامل مشخص گردید که روستاهای تکاب، شیوند و لیوس در راس اهداف توریسم کشاورزی قرار دارند. فراهم نمودن شرایطی در جهت امکان بهره‌برداری از جاذبه‌ها در تمام طول سال، بسترسازی شرایط شرکت گردشگران در فعالیت‌های کشاورزی و دام‌پروری، گسترش هتل‌ها و اقامتگاه‌های روستایی، توسعه مراکز تفریحی در روستاهای هدف، ازجمله راهکارهای توسعه این صنعت در بخش کشاورزی استان می‌باشد.

واژگان کلیدی: توسعه، خوزستان، روستا، گردشگری کشاورزی.

*aghapoor@ut.ac.ir

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

۱)مقدمه

در قرن بیستم، گردشگری به یکی از بزرگ‌ترین صنایع در جهان تبدیل‌شده است که به دلیل قابلیت ایجاد درآمد، ارزآوری و شغل، برای اقتصاد بسیاری از جوامع در سراسر دنیا مفید بوده است(Oneill, ۲۰۰۲: ۵۰۳). گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان، جزو پیچیده‌ترین کسب‌وکارهای بشری است که به‌عنوان فعالیتی چندوجهی، دارای اثرات مثبتی مانند اشتغال و درآمدزایی است (صادقلو و همکاران،۱۳۹۶: ۲). این فعالیت تقریباً صد میلیون شغل در جهان ایجاد کرده است که عمدتاً شامل کسب‌وکارهای کوچک یا متوسط هستند. در سال ۲۰۱۶، تعداد گردشگران در سراسر جهان بالغبر ۱۱۳۵ میلیون نفر بوده است. این حجم از گردشگری ۱۲۴۵ میلیارد دلار به‌طور مستقیم وارد چرخه اقتصادی جهان کرده است (نعمت الهی،۱۳۹۵: ۲۱۹). این امر به‌ویژه در کشورها و مناطقی که گزینه‌های محدودی برای توسعه دارند، بیشتر موردتوجه قرارگرفته است (کریمی،۱۳۹۴: ۷۰). گردشگری اشکال مختلفی دارد که اکنون شکل نوین و خاصی از آن تحت عنوان گردشگری کشاورزی، باهدف ایجاد درآمد پایدار برای مناطق روستایی گسترش‌یافته است (نعمت الهی،۱۳۹۵: ۲۲۱). اکثر کشورهای جهان این نوع گردشگری را به‌عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی – اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مدنظر قرار داده‌اند (Yu Liu et al., 2017:3). تنوع آب و هوایی و چهارفصل بودن طبیعت کشور و مستعد بودن کلیه مناطق برای تولید محصولات کشاورزی عامل مؤثری است که می‌تواند موجب توسعه گردشگری کشاورزی در ایران گردد. روستاهای کشور، محصولات متنوع و متفاوت از هم تولید می‌کنند. مراسم خاص و مرتبط با کاشت و برداشت محصول در مناطق مختلف به شیوه‌های گوناگون برگزار می‌شود و به‌تبع آن فرهنگ، رسوم و صنایع‌دستی ویژه‌ای در هر یک از روستاها می‌توان یافت. این تنوع می‌تواند در گسترش و تقویت گردشگری کشاورزی در کشور بسیار مؤثر باشد (لطیفی و همکاران،۱۳۹۲: ۷۹). اهمیت این نوع گردشگری در فرایند توسعه روستایی نظر بسیاری از اندیشمندان علوم مختلف را به خود جلب کرده است به‌گونه‌ای که آن را یک نقطه عطف در مباحث توسعه روستایی معرفی می‌کنند (Yuan et al., 2017: ۷۴۴). افراد در محل اقامت خود درباره جاذبه‌های مقصد آگاهی می‌یابند و تصمیم می‌گیرند به‌جایی بروند که جذاب‌تر است. لذا از عوامل مهم رشد و توسعه این صنعت، شناسایی پارامترهای مؤثر بر انتخاب مقاصد گردشگری و برنامه‌ریزی مناسب در جهت تسهیل امور مربوط به گردشگران به‌منظور ارائه خدمات مناسب به آن‌هاست (شاطریان و همکاران،۱۳۹۷: ۱۳۷).

توجه به آمار و اطلاعات نشان می‌دهد که استان خوزستان علی‌رغم تنوع بی‌نظیری آب و هوایی و جغرافیایی و همچنین گستردگی این استان ازلحاظ مناطق روستایی بی‌نظیر مانند مناطق کوهستانی دزفول تا منطقه تالاب شادگان و مناطق بکر و سرسبز باغملک و ایذه تا مناطق برف‌گیر مسجدسلیمان

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

نتوانسته است جایگاه مناسب خود را از این دیدگاه در سطح ملی و بین‌المللی پیدا کند و ناپایداری در این صنعت در استان خوزستان به یکی از مشکلات اساسی در این زمینه تبدیل‌شده است. موضوعی که در سال‌های اخیر بیشتر موردتوجه مسئولان این استان قرارگرفته است. در همین راستا از سال ۱۳۹۵ مناطق مختلف روستایی استان، تحت پوشش طرح آموزش گردشگری کشاورزی قرارگرفته‌اند. با توجه به سیاست‌گذاری انجام‌شده در استان در جهت توسعه و رونق گردشگری کشاورزی، به‌عنوان یکی از ضروریات این امر در مطالعه حاضر به تحلیل و اولویت‌بندی عوامل تعیین‌کننده مقاصد گردشگری کشاورزی در استان پرداخته‌شده است. اولویت‌بندی روستاهای گردشگری بر اساس این عوامل نیز ازجمله اهداف دیگر این تحقیق هست. علی‌رغم انجام مطالعاتی درزمینه گردشگری روستایی، گردش گری کشاورزی کمتر موردتوجه قرارگرفته است. لذا این تحقیق باهدف اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب گردشگری کشاورزی با رویکرد AHP فازی در استان خوزستان انجام‌شده است. عدم امکان بیان بسیاری از تفاوت‌های منطقه‌ای در جذب گردشگران با منطق ریاضی کلاسیک، ضرورت استفاده از منطق فازی را در مقایسات زوجی مشخص می‌نماید.

۲)مبانی نظری

یکی از مهم‌ترین اشکال متنوع‌سازی و ایجاد کارکردهای مختلف برای نظام‌های کشاورزی، گردشگری کشاورزی است.

نورسکات و آلونسو[۱] (۲۰۱۰) تأکید کرده‌اند که حوزه گردشگری کشاورزی ازنظر بعد انگیزشی متنوع سازی مزرعه، بیشترین تاثیر را داشته است. گردشگری کشاورزی از اوایل دهه ۱۹۷۰ به‌عنوان یک صنعت موردتوجه جدی قرارگرفته است. این نوع از گردشگری، بنگاه اقتصادی جایگزینی است که عملیات کشاورزی را از طریق جایگزینی یا تکمیل عملیات کشاورزی سنتی با فعالیت‌های نوآورانه و پایدار، قادر به دریافت سودهای بالاتر می‌کند (Schaneman, 2010: 30). این نوع گردشگری معمولا در مزارع و کشتزارهایی اتفاق می‌افتد که در مناطق روستایی جذاب واقع‌شده‌اند و در کنار محیط‌های کاری، موقعیت جذابی برای مردمان شهرنشین هم فراهم می‌نمایند و از این طریق ایجاد درآمد می‌کنند و یا ارزش‌افزوده‌ای را برای کشاورز ایجاد می‌نمایند (Barkauskas, 2015: 169). درواقع گردشگری کشاورزی جزیی از گردشگری روستایی محسوب می‌شود. گیل آریو[۲] و همکاران (۲۰۱۳) بیان می‌کنند که یک تعریف مناسب از گردشگری کشاورزی باید شامل واژه‌هایی نظیر محیط کشاورزی، یعنی جایی که فعالیت

[۱] Northcote and Alonso

[۲] Gil Arroyo

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

گردشگری رخ می‌دهد مانند مزرعه یا کشتزار، تفریح و سرگرمی و آموزش باشد. آن‌ها درنهایت بر اساس نتایج مطالعه خود، چنین تعریفی را برای گردشگری کشاورزی ارائه می‌دهند: فعالیت‌های مرتبط با کشاورزی که در یک محیط کشاورزی نظیر مزرعه باهدف سرگرمی یا آموزش انجام می‌پذیرد. لازم به ذکر است که در این نوع گردشگری در بیشتر موارد گردشگر به‌طور فعال درروند یک زندگی روستایی قرار می‌گیرد و معمولا فعالیت‌هایی را که روستاییان و کشاورزان انجام می‌دهند (مانند برداشت محصولات باغی و زراعی، چرای حیوانات و شیردوشی) را انجام می‌دهد.

به‌طورکلی این نوع گردشگری به ابعادی از کشاورزی و گردشگری اشاره دارد که بازدید از مزارع یا نواحی روستایی را باهدف تفریح و سرگرمی، آموزش و یا مشارکت فعال در فعالیت‌های تولید کشاورزی وزندگی در مزرعه را تشویق می‌کنند(Yang, 2012:372). این نوع گردشگری تجربه گردشگری مزرعه – محور را برای بازدیدکنندگانی که به دنبال مهمان‌نوازی سنتی روستایی و دسترسی به طبیعت، گشت‌وگذار و تجارب فرهنگی هستند، فراهم می‌آورد و از طرف دیگر به کشاورزان کمک می‌کند تا پویایی و دوام کشاورزی را حفظ نمایند و اقتصاد خود را تنوع ببخشند (Wright and Annes, 2017 : ۴۵).

سه ویژگی فرصت دادن برای مشارکت در فرایند تولید مواد غذایی، فراهم کردن فرصت بیشتر برای همراهی در فرایند زندگی مردم روستایی و ارائه فرصت برای تماس مستقیم با حیوانات اهلی و دشت و صحرا(که جزیی از تجربه وزندگی روزمره آن‌ها نیست) گردشگری کشاورزی را از انواع دیگر گردشگری متمایز می‌سازد (Snieska et al., 2014:282). این سه ویژگی با سه اصل گردشگری کشاورزی همراه می‌باشد. این سه اصل بیان می‌کنند که در یک مقصد گردشگری باید: چیزی برای گردشگران وجود داشته باشد تا بازدید کنند(حیوانات، مزارع، فرهنگ و سنن روستایی مثل جشنواره‌ها)، فعالیتی برای گردشگران باید وجود داشته باشد تا انجام دهند (مشارکت در ماهی گیری، آشپزی، برداشت محصول و مشارکت در بازی‌های محلی) و کالایی(مانند صنایع‌دستی روستایی، سبزیجات تازه و مواد غذایی فراوری‌شده در مزرعه) برای گردشگران باید وجود داشته باشد تا بخرند (کریمی،۱۳۹۴: ۷۴).

مهم ترین نکته در بررسی مقوله گردشگری انتخاب نوع رویکرد برای مطالعه نظری آن است. با توجه به هدف اصلی مطالعه حاضر که تعیین عوامل موثر بر انتخاب مقاصد گردشگری است، رویکرد محصول مقاصد گردشگری مورد استفاده قرار گرفته است. میدلتون و کلارک[1](۲۰۰۱) تاکید دارند که گردشگران در انتخاب مقاصد گردشگری پنج مولفه اصلی را مدنظر قرار می دهند. (۱) محیط و جاذبه های مقصد؛ در یک تقسیم بندی جاذبه های گردشگری شامل جاذبه های طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و بشرساخته است. در بخش گردشگری کشاورزی اصطلاح جاذبه به تسهیلاتی مانند مزارع تولیدی و مشارکت در برداشت

[1] Middleton and Clarke

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

محصول اطلاق می گردد. در واقع جاذبه رابطه تجربی است که بین گردشگر، منظر و علائم ایجاد می شود (حسین زاده دلیر و همکاران،۱۳۹۲: ۶۹). (۲) خدمات و تسهیلات مقصد؛ شامل واحدهای اقامتی، حمل و نقل در مقصد، خدمات اطلاعات و وجود فعالیت های مورد علاقه و متناسب با نوع گردشگری در منطقه است (۳) دسترسی مقصد؛ شامل زیرساخت ها، تجهیزات (اندازه، سرعت و طیف وسایل حمل ونقل)، عوامل عملیاتی (جاده های مورد استفاده)، مقررات و قوانین دولتی. (۴) تصویر از مقصد؛ تصویر مقصد نقشی تعیین کننده در درک فرایند انتخاب مقصد توسط گردشگران، استراتژی های تثبت مقصد، رفتار خرید گردشگران و تمایلات رفتاری اتی گردشگران دارد. این عامل میتواند شامل دانش ذهنی از یک مقصد مانند زیبا بودن مقصد، ایمن بودن مقصد و غیره باشد (Chen and Phuo, 2013). (۵) هزینه های گردشگر؛ شامل کلیه هزینه های سفر گردشگر است.

با توجه به اهمیت بیش‌ازپیش گردشگری کشاورزی، مباحث مربوط به این نوع گردشگری موردتوجه اندیشمندان علوم مختلف به‌ویژه محققان بخش گردشگری و توسعه قرارگرفته است.

چیس[۱] و همکاران (۲۰۱۸) به تفاوت دیدگاه‌های مختلف در ارتباط با توریسم کشاورزی اشاره دارد و سعی می‌کند مفهومی واحد را جایگزین نماید. بر این اساس ۵ دسته فعالیت فروش مستقیم محصول، آموزش، سرگرمی، مهمان‌نوازی و تفریح در فضای باز را به‌عنوان اجزای اصلی گردشگری کشاورزی معرفی می‌نماید.

کاسیک[۲] و همکاران (۲۰۱۵) در تحلیل و آنالیز شرایط توسعه این نوع گردشگری در کشور صربستان نشان می‌دهند که بهبود کیفیت امکانات محل اقامت، آموزش مردم، بهبود کیفیت خدمات در گردشگری و افزایش تبلیغات داخلی و خارجی مهم‌ترین عوامل در جهت توسعه گردشگری کشاورزی می‌باشند. باربیری[۳](۲۰۱۳) در مطالعه تفاوت‌های گردشگری کشاورزی و سایر انواع گردشگری بر مزایای آن در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی برای مزارع و کشاورزان اشاره‌کرده و نشان می‌دهد که گردشگری کشاورزی باعث افزایش منافع و سود مزارع، ایجاد شغل و حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی می‌گردد. حمزه[۴] و همکاران (۲۰۱۲) در کشور مالزی نشان می‌دهند که گردشگری کشاورزی به توانمندسازی اجتماعی، به تقویت و توسعه مهارت‌های اجتماعی، به افزایش سطوح درآمد و اشتغال کمک می‌کند. در مطالعه همیلپوکا[۵](۲۰۱۲) تأکید شده است که گردشگری کشاورزی در منطقه کارناتاکای

[۱] Chase
[۲] Kosic
[۳] Barbieri
[۴] Hamzah
[۵] Hamilpurka

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

هند، علاوه بر این‌که درآمد کشاورزان را افزایش داده است به آموزش گردشگران و مردم جوامع محلی در زمینه کشاورزی پایدار هم کمک کرده است. اما در داخل کشور تمرکز مطالعات بیشتر بر گردشگری روستایی می‌باشد و بعد کشاورزی آن کمتر موردتوجه قرارگرفته است. علی یاری و شریف زاده (۱۳۹۶) به ارزیابی نابرابری خدمات در روستاهای هدف گردشگری شهرستان فیروزآباد پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه حاکی از وجود بیشترین نابرابری در شاخص‌های سیاسی - اداری وکمترین نابرابری درزمینه خدمات زیربنایی است.

حیدری ساربان (۱۳۹۶) چهار عنصر آموزشی و تبلیغات، حمایت‌های طرف عرضه، تقویت زیرساخت و مطلوبیت اجتماعی جمعی و سرمایه روان‌شناختی را مهم‌ترین عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی در دهستان سردابه شهرستان اردبیل معرفی می‌کند. فراهانی و همکاران (۱۳۹۶) در تحلیل عوامل رشد گردشگری روستایی در شهرستان مریوان، سطح عرضه و تقاضا برای این نوع گردشگری را ضعیف ارزیابی کرده‌اند. همچنین شرایط فرهنگی را در میان مولفه‌های اثرگذار بر این وضعیت، مهم‌ترین عامل در توسعه گردشگری منطقه می‌دانند. رضوانی و همکاران در سال ۱۳۹۵ در بررسی چالش‌ها و مباحث توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی شاهرود، چالش‌ها و مسائل فراوری توسعه گردشگری کشاورزی را در شش گروه فاصله از مراکز عمده جمعیتی، سیاست‌های جامع ملی و منطقه‌ای، آگاهی و آموزش، بازاریابی محصولات، آداب‌ورسوم و قوانین موجود طبقه‌بندی می‌نماید. کاظمیه و همکاران در سال ۱۳۹۵ در اولویت‌بندی روستاهای دارای جاذبه گردشگری استان آذربایجان شرقی، روستاهای موردمطالعه را ازلحاظ اولویت توسعه در سه سطح قرار می‌دهند که این سطوح می‌توانند مبنایی برای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری مدیران بخش گردشگری استان آذربایجان شرقی باشند. نعمت الهی و همکاران در سال ۱۳۹۵ در مطالعه‌ای در اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری در استان مازندران نشان می‌دهند که ازنظر گردشگران، معیار مربوط به زیرساخت‌ها بیشترین اولویت را دارد و جاذبه‌های فرهنگی و اجتماعی، تسهیلات و خدمات توریستی در جایگاه بعدی قرار دارند.

در مطالعه حاضر با تاکید بر رویکرد محصول مقاصد گردشگری ارائه شده توسط میدلتون و کلارک (۲۰۰۱) و تاکید بر ویژگی‌های خاص گردشگری کشاورزی همچنین بهره‌گیری از مطالعات صورت گرفته در این زمینه، شش معیار اقتصادی، جاذبه‌های کشاورزی، تسهیلات و خدمات کشاورزی، زیرساخت‌ها، منابع انسانی و جاذبه‌های تاریخی و طبیعی به عنوان شش معیار اصلی در انتخاب مقاصد گردشگری انتخاب گردیده‌اند. با توجه به ماهیت گردشگری کشاورزی، اولین مولفه الگو یعنی محیط و جاذبه‌های مقصد در قالب دو معیار جاذبه‌های کشاورزی و جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی و غیره مورد تحلیل قرار گرفته اند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

۳)روش تحقیق

در راستای اولویت‌بندی عوامل موثر بر مقاصد گردشگری کشاورزی و تعیین اولویت روستاهای استان با استفاده از مبانی نظری و مطالعات پیشین انجام‌شده ابتدا معیارهای مختلفی شناسایی‌شده و سپس با استفاده از پیشینه‌های داخلی و خارجی و نیز مصاحبه با کارشناسان گردشگری درنهایت ۶ معیار اصلی انتخاب‌شده است. برای هریک از این معیارها، زیرمعیارهای مختلف نیز در نظر گرفته‌شده است.

جدول ۱. معیارها و زیر معیارهای ارزیابی روستاها از منظر هدف گردشگری کشاورزی

	معیار	زیرمعیار
۱	اقتصادی	هزینه سفر با توجه به راه‌های ارتباطی، امکان خرید محصولات ارزان‌تر مستعد بودن منطقه برای سرمایه‌گذاری گردشگری
۲	جاذبه‌های کشاورزی	امکان بهره‌برداری از جاذبه‌های کشاورزی در طول سال، وجود تنوع محصولات کشاورزی، امکان خرید محصولات کشاورزی، امکان شرکت در فعالیت‌های کشاورزی و دام‌پروری
۳	تسهیلات و خدمات گردشگری	وجود و فراوانی اقامتگاه‌های گردشگری، وجود مراکز خرید و تفریحی
۴	زیرساخت‌ها	برخورداری از گاز، دسترسی راه شوسه ، خدمات بهداشتی و درمانی
۵	منابع انسانی	وجود کشاورزان تحصیل‌کرده و آشنا به امر گردشگری، تمایل کشاورزان به امر آموزش، تمایل کشاورزان به ارائه خدمات تفریحی به گردشگران
۶	جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی و تاریخی و طبیعی	داشتن صنایع‌دستی ، داشتن آداب‌ورسوم خاص، داشتن امکان مذهبی، داشتن امکان تاریخی، داشتن جاذبه‌های طبیعی

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

با توجه به وجود ابهام و عدم قطعیت در مقایسه‌های زوجی، منطق ریاضی کلاسیک و استفاده از روش AHP معمولی نمی‌تواند، الگوی مناسب در ارزیابی تفاوت‌ها باشد. لذا در این مطالعه برخلاف بسیاری از مطالعات انجام‌گرفته از تحلیل سلسله مراتبی فازی FAHP[1]فازی و روش چانگ بهره گرفته‌شده است. در این روش ابتدا لازم است ماتریس مقایسات زوجی تشکیل شود. با استفاده از نظرات ۲۱ کارشناس سازمان گردشگری و جهاد کشاورزی استان خوزستان، این ماتریس تشکیل‌شده است.

$$\begin{bmatrix} ۱ & \widetilde{a_{۱۲}} & \widetilde{a_{۱n}} \\ \widetilde{a_{۲۱}} & ۱ & \widetilde{a_{۲n}} \\ \widetilde{a_{n۱}} & \widetilde{a_{n۲}} & ۱ \end{bmatrix} \qquad (۱)$$

[1] Fuzzy Analytical Hierarchy Process

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

مولفه‌های این ماتریس شامل اعداد فازی مثلثی خواهد بود. که پس از جمع‌بندی نظرات کارشناسان مولفه اول آن حداقل نظرسنجی‌ها، مولفه دوم، میانگین نظرسنجی‌ها و مولفه سوم، حداکثر نظرسنجی‌ها خواهد بود. در مرحله بعد لازم است تا S_i (وزن) برای هر یک از معیارها به شکل زیر محاسبه گردد.

در رابطه فوق I بیانگر شماره سطر و j بیانگر شماره ستون است. در این رابطه M_{gi}^{j} اعداد فازی مثلثی اتریس‌های مقایسه زوجی هستند. مقادیر $\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}$ ، $\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}$ و $\left[\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}\right]^{-1}$ از روابط زیر محاسبه می‌گردند.

در روابط فوق l_i ،m_i ،u_i به ترتیب مولفه‌های اول تا سوم اعداد فازی هستند. درنهایت لازم است تا برای محاسبه وزن معیارها درجه بزرگی اعداد فازی مطابق الگوی زیر باهم مقایسه گردد.

۴)یافته‌های تحقیق

در روش چانگ در ابتدا لازم است تا رتبه‌بندی معیارها نسب به یکدیگر مشخص گردد. بر این اساس، در جدول زیر جمع‌بندی پاسخ کارشناسان در ارتباط با مقایسات زوجی بین معیارها ارائه گردیده است.

جدول ۲. جمع‌بندی نظرات کارشناسان در ارتباط با مقایسات زوجی معیارها

معیار	اقتصادی	جاذبه‌های کشاورزی	تسهیلات و خدمات گردشگری	زیرساخت‌های مناسب	منابع انسانی مناسب	جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و طبیعی
اقتصادی	(۱،۱،۱)	(۰/۲ ،۰/۱،۳۳)	(۰/۲ ،۰/۱،۳۳)	(۵،۳،۱)	(۵،۳،۱)	(۵،۳،۱)
جاذبه‌های کشاورزی	(۵،۳،۱)	(۱،۱،۱)	(۵،۳،۱)	(۵،۳،۱)	(۵،۳،۱)	(۵،۳،۱)
تسهیلات و خدمات گردشگری	(۵،۳،۱)	(۰/۲ ،۰/۱،۳۳)	(۱،۱،۱)	(۳،۱،۱)	(۷،۵،۳)	(۵،۳،۱)
زیرساخت‌های مناسب	(۵،۳،۱)	(۰/۲ ،۰/۱،۳۳)	(۰/۱،۱،۳۳)	(۱،۱،۱)	(۹،۷،۵)	(۵،۳،۱)
منابع انسانی مناسب	،۰/۱،۳۳) (۰/۲)	،۰/۰،۱۴/۲) (۰/۱۱)	(۰/۱۴ ،۰/۰،۲/۳۳)	،۰/۰،۱۴/۲) (۰/۱۱)	(۱،۱،۱)	(۵،۳،۱)
جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و طبیعی	،۰/۱،۳۳) (۰/۲)	(۰/۲ ،۰/۱،۳۳)	(۰/۲ ،۰/۱،۳۳)	،۰/۰،۱۴/۲) (۰/۱۱)	،۰/۱،۳۳) (۰/۲)	(۱،۱،۱)

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۵

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

محاسبه نرخ ناسازگاری ۰/۰۵ در این تحقیق نشان دقت بالا در مقایسات زوجی می‌باشد. در مرحله بعد لازم است تا معیارها دوبه‌دو به‌منظور استخراج وزن آن‌ها مقایسه شوند لذا لازم است تا $\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}$ ، $\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}$ و $\left[\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}\right]^{-1}$ محاسبه گردند. بر اساس روش چانگ در جدول بعدی این اعداد محاسبه‌شده‌اند.

جدول ۳. محاسبه S_i ها برای هر یک از سطرهای مقایسات زوجی

	$\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}$	$\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}$	$\left[\sum_{i=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} M_{gi}^{j}\right]^{-1}$	S_i	وزن معیارها
اقتصادی	(۱۸، ۱۰/۶، ۴/۴)	(۱۰۱/۰۳، ۶۲/۶، ۳۰/۶)	(۰۳۲/، ۰۱۵/، ۰۰۹/)	S1	(۰/۰۴، ۰/۱۴، ۰/۳۲)
جاذبه‌های کشاورزی	(۲۶، ۱۶، ۶)	(۱۰۱/۰۳، ۶۲/۶، ۳۰/۶)	(۰۳۲/، ۰۱۵/، ۰۰۹/)	S2	(۰/۰۵، ۰/۲۱، ۰/۴۷)
وجود تسهیلات و خدمات گردشگری	(۲۲، ۱۳/۳۳، ۷/۲)	(۱۰۱/۰۳، ۶۲/۶، ۳۰/۶)	(۰۳۲/، ۰۱۵/، ۰۰۹/)	S3	(۰/۰۷، ۰/۱۷، ۰/۳۹)
وجود زیرساخت‌های مناسب	(۲۲، ۱۵/۳۳، ۸/۵	(۱۰۱/۰۳، ۶۲/۶، ۳۰/۶)	(۰۳۲/، ۰۱۵/، ۰۰۹/)	S4	(۰/۰۸، ۰/۲، ۰/۳۹)
وجود منابع انسانی مناسب	(۷/۷، ۴/۸، ۲/۵)	(۱۰۱/۰۳، ۶۲/۶، ۳۰/۶)	(۰۳۲/، ۰۱۵/، ۰۰۹/)	S5	(۰/۰۲، ۰/۰۶۶، ۰/۱۴)
جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و طبیعی	(۵/۳، ۲/۴، ۱/۹)	(۱۰۱/۰۳، ۶۲/۶، ۳۰/۶)	(۰۳۲/، ۰۱۵/، ۰۰۹/)	S6	(۰/۰۲، ۰/۰۳، ۰/۰۹)

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

درنهایت درجه بزرگی هر از مقادیر S_i نسبت به هم محاسبه و بر این اساس وزن نهایی معیارها محاسبه‌شده است.

جدول ۴. مقایسه S_i نسبت به هم

۱	$V(S_1 \geq S_6)$	۱	$V(S_1 \geq S_5)$	۰/۷۹	$V(S_1 \geq S_4)$	۰/۸۷	$V(S_1 \geq S_3)$	۰/۷۸	$V(S_1 \geq S_2)$
۱	$V(S_2 \geq S_6)$	۱	$V(S_2 \geq S_5)$	۱	$V(S_2 \geq S_4)$	۱	$V(S_2 \geq S_3)$	۱	$V(S_2 \geq S_1)$
۱	$V(S_3 \geq S_6)$	۱	$V(S_3 \geq S_5)$	۰/۹۲	$V(S_3 \geq S_4)$	۰/۹۳	$V(S_3 \geq S_2)$	۱	$V(S_3 \geq S_1)$
۱	$V(S_4 \geq S_6)$	۱	$V(S_4 \geq S_5)$	۱	$V(S_4 \geq S_3)$	۰/۹۴	$V(S_4 \geq S_2)$	۱	$V(S_4 \geq S_1)$
۱	$V(S_5 \geq S_6)$	۰/۶۱	$V(S_5 \geq S_4)$	۰/۳۷	$V(S_5 \geq S_3)$	۰/۳۵	$V(S_5 \geq S_2)$	۰/۵۵	$V(S_5 \geq S_1)$
۰/۶۹	$V(S_6 \geq S_5)$	۰/۶۹	$V(S_6 \geq S_4)$	۰/۰۶	$V(S_6 \geq S_3)$	۰/۱۷	$V(S_6 \geq S_2)$	۰/۳۲	$V(S_6 \geq S_1)$

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

بر اساس یافته‌های جدول فوق وزن‌های نرمال شده و نشده برای معیارها به‌صورت زیر قابل‌استخراج است:

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

جدول ۵. وزن‌های نرمال شده و نشده معیارها

معیار	وزن نرمال نشده	وزن نرمال شده
اقتصادی	۰/۷۹	۰/۱۹۲
وجود جاذبه‌های کشاورزی	۱	۰/۲۴۳
وجود تسهیلات و خدمات گردشگری	۰/۹۲	۰/۲۲۴
وجود زیرساخت‌های مناسب	۰/۹۷	۰/۲۳۶
وجود منابع انسانی مناسب	۰/۳۵	۰/۰۸۵
وجود جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و طبیعی	۰/۰۷	۰/۰۱۷

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

یافته‌ها نشان می‌دهد از دیدگاه کارشناسان وجود جاذبه‌های کشاورزی مهم‌ترین عامل در ایجاد تقاضای گردشگری کشاورزی محسوب می‌گردد. وجود زیرساخت‌های مناسب در مناطق و وجود تسهیلات و خدمات گردشگری در اولویت‌های بعدی قرار دارند. عامل چهارم مربوط به پارامتر اقتصادی است و درنهایت دو عامل وجود منابع انسانی مناسب و جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی ، تاریخی و طبیعی در اولویت‌های بعدی قرار دارند. درگام بعدی به‌منظور مشخص‌تر شدن ابعاد بیشتری از هر یک از معیارها و تعیین اولویت مقاصد گردشگری کشاورزی در استان خوزستان به محاسبه وزن هر یک از زیرمعیارها با توجه معیار مربوط به خود پرداخته‌شده است. با توجه به گستردگی محاسبات در جدول بعدی فقط وزن‌های محاسبه‌شده زیرمعیارها ارائه گردیده است.

جدول ۶. وزن‌های نرمال شده و نشده زیرمعیارها

معیار	زیر معیار	وزن	وزن
اقتصادی	هزینه سفر	۱	۰/۶۲۵
	امکان خرید	۰/۶	۰/۳۷۵
	مستعد بودن	۰	۰
جاذبه‌های کشاورزی	امکان	۰/۸۳	۰/۲۵۶
	وجود تنوع	۰/۶۹	۰/۲۱۳
	امکان خرید	۱	۰/۳۰۹
	امکان شرکت	۰/۷۱	۰/۲۱۹
تسهیلات و خدمات گردشگری	وجود و	۱	۰/۶۲۸
	وجود مراکز	۰/۵۹	۰/۳۷۱
زیرساخت‌های مناطق روستایی	برخورداری از	۰/۰۸	۰/۰۴۶
	دسترسی به	۱	۰/۵۷۸
	خدمات	۰/۶۵	۰/۳۷۵
منابع انسانی	وجود	۰/۴۳	۰/۱۹۱
	تمایل	۰/۸۱	۰/۳۶۱
	تمایل	۱	۰/۴۴۶

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

معیار	زیر معیار	وزن	وزن
جاذبه‌های اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و طبیعی	داشتن	۰/۱۷	۰/۰۵۴
	داشتن	۰/۴۷	۰/۱۵
	داشتن امکان	۰/۶۸	۰/۲۱۷
	داشتن امکان	۰/۸۱	۰/۲۵۸
	داشتن	۱	۰/۳۱۹

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

پس از محاسبه وزن هریک از زیرمعیارها نسبت به هر معیار به‌منظور اولویت‌بندی روستاهای مقصد گردشگری در استان خوزستان لازم است تا هریک از این مقاصد نسبت به زیر معیارها مقایسات زوجی انجام و وزن هر مقصد دراین‌ارتباط مشخص گردد. بدین منظور بامطالعه و هم‌اندیشی با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و استفاده از آمار و اطلاعات طرح تحلیل ابعاد مختلف گردشگری کشاورزی که در سال ۱۳۹۵ در استان خوزستان انجام‌یافته است، یازده روستای مال آقا باغملک، تکاب بهبهان، پامنار دزفول، شیوند ایذه، رگبه شادگان، خماط شوش، کهباد ۲ ایذه، کارتا ایذه، لیوس دزفول و سراخیه و رگبه شادگان که به‌عنوان مقصد گردشگری کشاورزی در استان خوزستان بوده اند، مورد توجه قرار گرفته‌اند. اولویت‌بندی این روستاها بر مبنای زیرمعیارها موردتوجه قرارگرفته است.

الف- مقایسات زوجی گزینه‌ها نسبت به زیر معیارهای اقتصادی

در ارتباط با معیار اقتصادی سه زیرمعیار هزینه سفر، امکان خرید ارزان‌تر محصولات و امکان سرمایه‌گذاری در تحقیق حاضر در نظر گرفته‌شده است. پس از مشخص کردن وزن هریک از گزینه‌ها(روستاهای منتخب استان) در ارتباط با هریک از این زیر معیارها اولویت‌بندی روستاهای استان را بر اساس معیارهای اقتصادی به شرح زیر ارائه داد.

جدول ۷. اولویت‌بندی روستاها بر اساس معیار اقتصادی

زیر معیار	وزن	پامنار	تکاب	خماط	رباط	رگبه	سراخیه	شیوند	کارتا	کهباد۲	لیوس	مال آقا
هزینه سفر	۰/۶۲۵	۰/۱۳۲	۰/۱۵	۰/۰۱۵	۰/۱۲۲	۰/۰۵۷	۰/۰۸۸	۰/۱۶۷	۰	۰/۰۱	۰/۱۳۵	۰/۱۲۵
امکان خرید ارزان‌تر محصولات	۰/۳۷۵	۰/۰۸۸	۰/۱۳۸	۰/۱۱۹	۰/۱۳۴	۰/۰۴۵	۰/۱۲۳	۰/۱۱	۰/۰۶۵	۰/۰۱۲	۰/۰۷۶	۰/۰۹
امکان سرمایه‌گذاری	۰	۰/۱۰۹	۰/۰۲	۰/۰۶	۰/۱۱	۰/۰۹	۰/۰۸۱	۰/۱۴۱	۰/۱۲۱	۰	۰/۱۵۴	۰/۱۱۴
وزن نهایی		۰/۱۱۵	۰/۱۴۵	۰/۰۵۴	۰/۱۲۶	۰/۰۵۲	۰/۱۰۱	۰/۱۴۶	۰/۰۲۴	۰/۰۱۱	۰/۱۱۲	۰/۱۱۱
رتبه		۴	۲	۸	۳	۹	۷	۱	۱۰	۱۱	۵	۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

بر اساس معیار اقتصادی سه روستای شیوند، تکاب و رباط در صدر روستاهای هدف گردشگری استان قرار دارند. بر مبنای وزن‌های حاصله برای هر یک از زیرمیعارهای جاذبه‌های کشاورزی می‌توان اولویت‌بندی روستاهای استان را بر اساس معیارهای جاذبه‌های کشاورزی به شرح زیر ارائه داد.

جدول۸. اولویت‌بندی روستاها بر اساس معیار جاذبه‌های گردشگری

زیر معیار	وزن	پامنار	تکاب	خماط	رباط	رگبه	سراخیه	شیوند	کارتا	کهباد۲	لیوس	مال آقا
امکان بهره‌برداری در طول سال	۰/۲۵۶	۰/۰۸	۰/۱۱	۰/۱۲	۰/۰۵۳	۰/۰۹	۰/۱	۰/۱۳۴	۰	۰	۰/۱۶۸	۰/۱۴۵
وجود تنوع محصولات کشاورزی	۰/۲۱۳	۰/۰۵۶	۰/۱۱۹	۰/۰۸۱	۰/۱۵۴	۰/۰۶۷	۰/۰۹۱	۰/۱۲۱	۰/۰۲۲	۰	۰/۱۱۶	۰/۱۷۳
امکان خرید محصولات	۰/۳۰۹	۰/۰۸۴	۰/۰۹۳	۰/۰۹۹	۰/۱۶۴	۰/۰۷۸	۰/۰۹۱	۰/۱۳۲	۰/۰۱۸	۰	۰/۱۲۹	۰/۱۱۲
امکان شرکت در فعالیت‌های کشاورزی و دام‌پروری	۰/۲۱۹	۰/۰۶۶	۰/۱۹	۰/۰۲۳	۰/۱۲۸	۰/۰۴۱	۰/۰۳۸	۰/۱۴۸	۰	۰/۰۱۹	۰/۱۵۸	۰/۱۸۹
وزن نهایی		۰/۰۷۲	۰/۱۲۴	۰/۰۸۴	۰/۱۲۵	۰/۰۷۰۳	۰/۰۸۱	۰/۱۳۳	۰/۰۱۰	۰/۰۰۴	۰/۱۴۲	۰/۱۵۰
رتبه		۸	۵	۶	۴	۹	۷	۳	۱۰	۱۱	۲	۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

بر اساس معیارهای جاذبه گردشگری سه روستای مال آقا، لیوس و شیوند در راس روستاهای هدف گردشگری استان قرار دارند. در نقطه مقابل روستاهای کهباد۲، کارتا و رگبه از اقبال کمتری در جذب توریست برخوردار می‌باشند.

جدول ۹. اولویت‌بندی روستاها بر اساس معیار وجود تسهیلات گردشگری

زیر معیار	وزن	پامنار	تکاب	خماط	رباط	رگبه	سراخیه	شیوند	کارتا	کهباد۲	لیوس	مال آقا
فراوانی اقامتگاه‌های گردشگری	۰/۶۲۸	۰/۱۲	۰/۲۱۹	۰/۰۹	۰/۰۵۵	۰	۰/۱۱	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۰۷	۰/۰۷	۰/۰۸۶
مراکز خرید و تفریحی	۰/۳۷۱	۰/۱۰۵	۰/۱۱۹	۰/۱۱۲	۰/۱۵۴	۰/۰۶۷	۰	۰/۱۶۴	۰/۰۲۲	۰	۰/۱۵۴	۰/۱۰۳
وزن نهایی		۰/۱۱۴	۰/۱۸۱	۰/۰۹۸	۰/۰۹۲	۰/۰۲۵	۰/۰۷	۰/۱۱۷	۰/۰۶۴	۰/۰۴۳	۰/۱۰۲	۰/۰۹۳
رتبه		۳	۱	۵	۷	۱۱	۸	۲	۹	۱۰	۴	۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

بر اساس یافته‌های فوق می‌توان ملاحظه کرد که روستاهای تکاب، شیوند و پامنار از پتانسیل مناسب‌تری در جذب گردشگران کشاورزی از دیدگاه وجود تسهیلات گردشگری قرار دارد.

جدول ۱۰. اولویت‌بندی روستاها بر مبنای معیار زیرساخت

زیر معیار	وزن	پامنار	تکاب	خماط	رباط	رگبه	سراخیه	شیوند	کارتا	کهباد۲	لیوس	مال آقا
دسترسی به گاز	۰/۰۴۶	۰/۱۹۹	۰/۰۸	۰	۰/۱۵۵	۰	۰	۰/۱۹	۰	۰	۰/۲۷	۰/۱۰۶
راه شوشه	۰/۵۷۸	۰/۱۱۱	۰/۱۵۵	۰/۰۷۲	۰/۱۰۴	۰/۱۳۷	۰	۰/۱۶۴	۰	۰	۰/۱۲۴	۰/۱۳۳
خدمات بهداشتی و درمانی	۰/۳۷۵	۰/۱۱۴	۰/۱۶۱	۰	۰/۰۳۸	۰/۱۱۹	۰/۰۵۱	۰/۱۴۳	۰	۰	۰/۱۸۸	۰/۱۸۶
وزن نهایی		۰/۱۱۶	۰/۱۵۵	۰/۰۴۱	۰/۰۸۱	۰/۱۲۴	۰/۰۱۹	۰/۱۵۷	۰	۰	۰/۱۵۴	۰/۱۵۱
رتبه		۶	۲	۸	۷	۵	۹	۱	۱۰	۱۱	۳	۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

روستاهای شیوند، تکاب، لیوس و مال آقا از دیدگاه زیرساخت توانسته‌اند در اولویت گردشگری کشاورزی در سطح استان باشند.

جدول ۱۱. اولویت‌بندی روستاهای استان خوزستان بر اساس معیار منابع انسانی

زیر معیار	وزن	پامنار	تکاب	خماط	رباط	رگبه	سراخیه	شیوند	کارتا	کهباد۲	لیوس	مال آقا
کشاورزان تحصیل‌کرده و آشنا به امر گردشگری	۰/۱۹۱	۰/۱۲۳	۰/۱۱۸	۰/۰۱	۰/۱۵۵	۰/۰۳۲	۰/۰۶۵	۰/۱۲۱	۰/۰۴۵	۰/۰۳۴	۰/۱۶۱	۰/۱۳۶
تمایل کشاورزان به امر آموزش	۰/۳۶۱	۰/۰۹۸	۰/۱۲۵	۰/۰۶۴	۰/۱۰۴	۰/۰۶۷	۰/۰۹۱	۰/۱۳۴	۰/۰۶۹	۰/۰۷۱	۰/۱۰۴	۰/۰۷۳
تمایل کشاورزان به ارائه خدمات تفریحی به گردشگران	۰/۴۴۶	۰/۰۶۴	۰/۰۹۱	۰/۰۴۵	۰/۱۱۸	۰/۰۶۵	۰/۰۵۱	۰/۱۱۳	۰/۱۱۷	۰/۰۶۲۱	۰/۱۰۹	۰/۱۶۵
وزن نهایی		۰/۰۸۷	۰/۱۰۸	۰/۰۴۵	۰/۱۱۹	۰/۰۵۸	۰/۰۶۸	۰/۱۲۲	۰/۰۸۶	۰/۰۵۹	۰/۱۱۶	۰/۱۲۵
رتبه		۶	۵	۱۱	۳	۱۰	۸	۲	۷	۹	۴	۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

بر مبنای منابع انسانی روستاهای مال آقا، شیوند و رباط دارای بیشترین اولویت در جذب گردشگری کشاورزی می‌باشند.

جدول ۱۲. اولویت‌بندی روستاها بر مبنای معیار اجتماعی،فرهنگی ، تاریخی و طبیعی

زیر معیار	وزن	پامنار	تکاب	خماط	رباط	رگبه	سراخیه	شیوند	کارتا	کهباد۲	لیوس	مال آقا
داشتن صنایع‌دستی	۰/۰۵۴	۰/۱۶۸	۰/۰۹۸	۰/۱۶۵	۰/۲۶۹	۰	۰	۰/۰۸۷	۰	۰	۰/۱۰۶	۰/۱۰۷
داشتن آداب‌ورسوم خاص	۰/۱۵	۰/۱۱۸	۰/۰۱۴	۰	۰/۱۶۷	۰/۰۹۸	۰/۱۹۸	۰/۰۲۲	۰/۱۳۳	۰	۰/۲۰۵	۰/۰۴۵
داشتن امکان مذهبی	۰/۲۱۷	۰/۳۵۵	۰/۱۳۴	۰	۰/۱۲۸	۰	۰	۰/۰۳۴	۰/۱۸۴	۰	۰/۱۶۵	۰
داشتن امکان تاریخی	۰/۲۵۸	۰/۲۴۶	۰/۱۹۸	۰/۱۷۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۱۶۵	۰/۲۱۵	۰
داشتن جاذبه‌های طبیعی	۰/۳۱۹	۰/۰۱۹	۰/۱۱	۰/۰۹۸	۰/۰۶۵	۰/۱۳۲	۰/۱۱۲	۰/۱۹۶	۰/۱۴۳	۰	۰	۰/۱۲۵
وزن نهایی		۰/۱۷۴	۰/۱۲۳	۰/۰۸۷	۰/۰۸۸	۰/۰۵۷	۰/۰۶۷	۰/۰۷۷	۰/۰۶۸	۰/۰۴۳	۰/۱۲۷	۰/۰۵۲
رتبه		۱	۳	۵	۴	۹	۸	۶	۷	۱۱	۲	۱۰

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

بر مبنای معیار معرفی‌شده برای پارامترهای اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و طبیعی سه روستای پامنار، لیوس و تکاب دارای بیشترین اولویت در جذب توریسم کشاورزی از دیدگاه کارشناسان می‌باشند. ملاحظه می‌گردد که انتخاب معیارهای مختلف، نتایج متفاوتی را در اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری کشاورزی ارائه می‌دهد. درنهایت در یک جمع‌بندی کلی بر اساس تمامی معیارها و زیرمعیارها اولویت‌بندی روستاها در جذب توریسم کشاورزی در استان خوزستان به‌صورت جدول زیر قابل‌ارائه خواهد بود.

جدول ۱۳. اولویت‌بندی روستاهای استان خوزستان از دیدگاه گردشگری کشاورزی

معیار	زیرمعیار	پامنار	تکاب	خماط	رباط	رگبه	سراخیه	شیوند	کارتا	کهباد۲	لیوس	مال آقا
اقتصادی ۰/۱۹۲	هزینه سفر	۰/۶۲۵	۰/۱۳۲	۰/۱۵	۰/۰۱۵	۰/۱۲۲	۰/۰۵۷	۰/۰۸۸	۰/۱۶۷	۰	۰/۰۱	۰/۱۳۵
	خرید ارزان‌تر محصولات	۰/۳۷۵	۰/۰۸۸	۰/۱۳۸	۰/۱۱۹	۰/۱۳۴	۰/۰۴۵	۰/۱۲۳	۰/۱۱	۰/۰۶۵	۰/۰۱۲	۰/۰۷۶
	امکان سرمایه‌گذاری	۰	۰/۱۰۹	۰/۰۲	۰/۰۶	۰/۱۱	۰/۰۹	۰/۰۸۱	۰/۱۴۱	۰/۱۲۱	۰	۰/۱۵۴
جاذبه‌های کشاورزی ۰/۲۴۳	امکان بهره به ردای در طول سال	۰/۲۵۶	۰/۰۸	۰/۱۱	۰/۱۲	۰/۰۵۳	۰/۰۹	۰/۱	۰/۱۳۴	۰	۰	۰/۱۶۸
	وجود تنوع محصولات کشاورزی	۰/۲۱۳	۰/۰۵۶	۰/۱۱۹	۰/۰۸۱	۰/۱۵۴	۰/۰۶۷	۰/۰۹۱	۰/۱۲۱	۰/۰۲۲	۰	۰/۱۱۶
	امکان خرید محصولات	۰/۳۰۹	۰/۰۸۴	۰/۰۹۳	۰/۰۹۹	۰/۱۶۴	۰/۰۷۸	۰/۰۹۱	۰/۱۳۲	۰/۰۱۸	۰	۰/۱۲۹

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

	شرکت در فعالیت‌های کشاورزی و دام‌پروری	۰/۲۱۹	۰/۰۶۶	۰/۱۹	۰/۰۲۳	۰/۱۲۸	۰/۰۴۱	۰/۰۳۸	۰/۱۴۸	۰	۰/۰۱۹	۰/۱۵۸
تسهیلات گردشگری ۰/۲۲۴	وجود و فراوانی اقامتگاه‌های گردشگری	۰/۶۲۸	۰/۱۲	۰/۲۱۹	۰/۰۹	۰/۰۵۵	۰	۰/۱۱	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۰۷	۰/۰۷
	وجود مراکز خرید و تفریحی	۰/۳۷۱	۰/۱۰۵	۰/۱۱۹	۰/۱۱۲	۰/۱۵۴	۰/۰۶۷	۰	۰/۱۶۴	۰/۰۲۲	۰	۰/۱۵۴
زیرساخت ۰/۲۳۶	دسترسی به گاز	۰/۰۴۶	۰/۱۹۹	۰/۰۸	۰	۰/۱۵۵	۰	۰	۰/۱۹	۰	۰	۰/۲۷
	راه شوشه	۰/۵۷۸	۰/۱۱۱	۰/۱۵۵	۰/۰۷۲	۰/۱۰۴	۰/۱۳۷	۰	۰/۱۶۴	۰	۰	۰/۱۲۴
	خدمات بهداشتی و درمانی	۰/۳۷۵	۰/۱۱۴	۰/۱۶۱	۰	۰/۰۳۸	۰/۱۱۹	۰/۰۵۱	۰/۱۴۳	۰	۰	۰/۱۸۸
منابع انسانی ۰/۰۸۵	کشاورزان تحصیل‌کرده و آشنا به گردشگری	۰/۱۹۱	۰/۱۲۳	۰/۱۱۸	۰/۰۱	۰/۱۵۵	۰/۰۳۲	۰/۰۶۵	۰/۱۲۱	۰/۰۴۵	۰/۰۳۴	۰/۱۶۱
	تمایل کشاورزان به امر آموزش	۰/۳۶۱	۰/۰۹۸	۰/۱۲۵	۰/۰۶۴	۰/۱۰۴	۰/۰۶۷	۰/۰۹۱	۰/۱۳۴	۰/۰۶۹	۰/۰۷۱	۰/۱۰۴
	تمایل کشاورزان به ارائه خدمات تفریحی	۰/۴۴۶	۰/۰۶۴	۰/۰۹۱	۰/۰۴۵	۰/۱۱۸	۰/۰۶۵	۰/۰۵۱	۰/۱۱۳	۰/۱۱۷	۰/۰۶۲۱	۰/۱۰۹
تاریخی و طبیعی ۰/۰۱۷ اجتماعی، فرهنگی،	داشتن صنایع‌دستی	۰/۰۵۴	۰/۱۶۸	۰/۰۹۸	۰/۱۶۵	۰/۲۶۹	۰	۰	۰/۰۸۷	۰	۰	۰/۱۰۶
	داشتن آداب‌ورسوم خاص	۰/۱۵	۰/۱۱۸	۰/۰۱۴	۰	۰/۱۶۷	۰/۰۹۸	۰/۱۹۸	۰/۰۲۲	۰/۱۳۳	۰	۰/۲۰۵
	داشتن امکان مذهبی	۰/۲۱۷	۰/۳۵۵	۰/۱۳۴	۰	۰/۱۲۸	۰	۰	۰/۰۳۴	۰/۱۸۴	۰	۰/۱۶۵
	داشتن امکان تاریخی	۰/۲۵۸	۰/۲۴۶	۰/۱۹۸	۰/۱۷۶	۰	۰	۰	۰	۰	۰/۱۶۵	۰/۲۱۵
	وجود جاذبه‌های طبیعی	۰/۳۱۹	۰/۰۱۹	۰/۱۱	۰/۰۹۸	۰/۰۶۵	۰/۱۳۲	۰/۱۱۲	۰/۱۹۶	۰/۱۴۳	۰	۰
وزن نهایی		۰/۱۰۴	۰/۱۴۷	۰/۰۶۸	۰/۱۰۷	۰/۰۶۹	۰/۰۶۶	۰/۱۳۶	۰/۰۴	۰/۰۳	۰/۱۲۹	۰/۱۲۸
رتبه		۶	۱	۸	۵	۷	۹	۲	۱۰	۱۱	۳	۴

مأخذ: یافته‌های تحقیق،۱۳۹۵

بر این اساس مشاهده می‌گردد که روستاهای تکاب، شیوند، لیوس، مال آقا و رباط از دیدگاه کارشناسان میراث فرهنگی و جهاد کشاورزی استان از پتانسیل بالاتری در جذب توریست کشاورزی برخوردار می‌باشند.

۵) نتیجه‌گیری

بسط و توسعه گردشگری کشاورزی و تلاش در جهت رونق آن ازجمله راهکارهای دولت در سال‌های اخیر در جهت مقابله با مشکلاتی مانند کمبود بودن منابع درآمدی روستایی و مهاجرت روزافزون به شهرها می‌باشد. توجه به پارامترهای تاثیرگذار بر ایجاد تقاضای این صنعت، مانند تعیین اولویت عوامل انتخاب روستاهای هدف این نوع گردشگری، عاملی بسیار مهم در ایجاد رونق در آن و دستیابی به اهداف تعیین‌شده آن می‌باشد. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که وجود جاذبه‌های کشاورزی مهم‌ترین عامل در جذب گردشگران بخش کشاورزی است. بدین‌سان با توجه به زیرمعیارهای این عامل و اهتمام مسئولان استانی در توسعه گردشگری کشاورزی، فراهم نمودن شرایطی در جهت امکان بهره‌برداری از جاذبه‌ها در

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

طول سال، امکان سازی در جهت خرید محصولات، و فراهم نمودن شرایط شرکت گردشگران در فعالیت‌های کشاورزی و دام‌پروری در روستاهای هدف، ازجمله راهکارهای توسعه این صنعت در بخش کشاورزی استان خواهد بود. زیرساخت‌های مناسب در بخش گردشگری شامل وجود و فراوانی مکان‌های اقامتی و مراکز خرید و تفریحی و همچنین زیرساخت‌هایی مانند دسترسی به راه شوسه، خدمات بهداشتی و درمانی و گاز لوله‌کشی شده در اولویت بعدی انتخاب مقاصد گردشگری موثر می‌باشند. در مطالعاتی مانند صادقلو و همکاران (۱۳۹۶)، علی یاری و شریف زاده (۱۳۹۶)، نعمت الهی و همکاران(۱۳۹۵)، خادم الحسینی (۱۳۹۴)، کرمی دهکردی و کلانتری (۱۳۹۱)، توکلی نیا (۱۳۹۰)، چیس و همکاران (۲۰۱۸) و کاسیک و همکاران (۲۰۱۵) بر اهمیت این معیارها در انتخاب مقاصد گردشگری تأکید شده است. گسترش هتل‌ها و اقامتگاه‌های روستایی، توسعه مراکز تفریحی (قایقرانی، ماهیگیری) به‌ویژه با تأکید بر وجود منابع آبی قابل‌توجه در برخی از روستاهای استان ازجمله پیشنهادات این مطالعه در جهت توسعه گردشگری کشاورزی است. همچنین تسریع در فرایند گازکشی روستاها و تکمیل پروژه‌های نیمه‌تمام در احداث راه‌های شوسه روستایی و احداث مراکز بهداشتی در تمامی روستاهای نامبرده ازجمله عوامل مهم در جلب‌توجه گردشگران کشاورزی خواهد بود. معیار اقتصادی شامل هزینه سفر، امکان خرید محصولات ارزان‌تر و امکان سرمایه‌گذاری ازجمله معیارهای مهم در انتخاب مقاصد گردشگری کشاورزی هستند که در مطالعاتی مانند امینی و همکاران(۱۳۹۴)، بارکاوسکاس[۱] و همکاران (۲۰۱۵)، اسنیسکا[۲](۲۰۱۴) موردتوجه قرارگرفته‌اند. فراهم آوردن شرایط در جهت تسهیل مسافرت و کاهش هزینه‌های آن و زمینه‌سازی در جهت ورود بخش خصوصی در ارتباط با سرمایه‌گذاری در جهت توریسم کشاورزی می‌تواند در توسعه گردشگری کشاورزی مفید واقع شود. نتایج نشان می‌دهد انتخاب معیارهای مختلف می‌توان موجب تغییر اولویت‌بندی روستاها گردد. این امر نشان می‌دهد که روستاهای استان از قابلیت‌های متفاوتی برای جذب توریسم کشاورزی برخوردار می‌باشند. ازاین‌رو پیشنهاد می‌گردد سازمان‌های مرتبط به‌ویژه سازمان میراث فرهنگی در یک پایش استانی استعداد و توانایی‌های هر روستا را در جهت تقویت توریسم کشاورزی شناسایی نماید. چنین پایشی در شناسایی موانع و محدودیت‌ها و برطرف نمودن آن‌ها نیز مفید خواهد بود. با مشخص شدن اولویت‌بندی روستاها مشخص گردید که روستاهای تکاب، شیوند و لیوس در راس اهداف توریسم کشاورزی قرار دارند. بررسی بیشتر ویژگی‌های این روستاها می‌تواند به‌عنوان راهنمایی در جهت گسترش توسعه روستایی در سایر مناطق موردتوجه قرار گیرد. همچنین روستاهای کهباد۲، کارتا و سراخیه از اولویت کمتری برخوردار

[۱] Barkauskas

[۲] Snieska

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

می‌باشند. این امر نشان می‌دهد که این روستاها علی‌رغم داشتن پتانسیل برای جذب توریسم کشاورزی، از مسائل و مشکلاتی برخوردار می‌باشند که توجه به آن‌ها و تلاش در جهت برطرف کردن آن‌ها می‌تواند موجب ارتقاء جایگاه آن‌ها در ارتباط با توریسم کشاورزی شود.

۶) منابع

- امینی، عباس.، بختی، سمیرا.، بابا جمالی، (۱۳۹۴)، **ارزیابی نگرش جامعه میزبان به توسعه گردشگری در مناطق روستایی**، فصلنامه علمی – پژوهشی مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم، شماره ۳۰: صص ۱۰۶-۷۷.
- توکلی نیا، جمیله.، محمدیان مصمم، حسن.، عزمی، آئیژ ، (۱۳۹۰)، **تعارض نارسایی تسهیلات و تجهیزات با گردشگری پایدار روستایی**، دومین همایش ملی توسعه پایدار روستایی، دانشگاه بوعلی همدان، صص ۲۸-۴۳.
- حسین زاده دلیر، کریم.، پورمحمدی، محمدرضا، مدادی، صمد، (۱۳۹۱). ارزیابی پراکنش فضاهای گردشگری تاریخی-فرهنگی و خدمات جانبی آن در شهر تبریز، جغرافیا و برنامه ریزی، شماره ۴۱، صص ۹۴-۶۷.
- حیدری ساربان، وکیل، (۱۳۹۶)، **عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه مردم محلی (موردمطالعه: دهستان سردابه شهرستان اردبیل)**، فصلنامه علمی – پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۳، شماره ۱۲، صص ۱۹۸-۱۷۷.
- خادم الحسینی، احمد.، قریب ممبنی، تبار.، قائدرحمتی، صفر، (۱۳۹۴)، **سطح‌بندی مناطق نمونه گردشگری استان خوزستان. جغرافیا (فصلنامه علمی – پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران)**، دوره جدید، سال ۱۳، شماره ۴۷، صص ۲۵۲-۲۳۱.
- رضوانی، محمدرضا.، نجارزاده، محمد.، ترابی، ذبیح الله، (۱۳۹۵)، **فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری**، سال ۱۱، شماره ۳۶، صص۸۴-۶۱.
- شاطریان،محسن.، کیانی سلمی، صدیفه. و شیخ زاده، فاطمه، (۱۳۹۷)، **بررسی عوامل موثر گذار بر انگیزه گرشگران رویداد در انتخاب مقصد گردشگری و اثر آن بر وفاداری گردشگران (مورد مطالعه: جشنوراه گلاب و گلاب قمصر و نیاسر). فصلنامه علمی** – پژوهشی گردشگری و توسعه، سال ۷، شماره ۱، صص -۱۵۵ ۱۳۵.
- صادقلو، طاهره.، محمودی، حمیده.، جعفری، فهیمه، (۱۳۹۶)، **تحلیل تاب آوری کسب و کارهای گردشگری در نواحی روستایی مورد: حوزه نفوذ گردشگاهی شهر مشهد**. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، ویژه نامه گردشگری روستایی، صص ۲۲-۱.
- عطایی، محمد، (۱۳۸۹)، **تصمیم‌گیری چندمعیاره فازی**، انتشارات دانشگاه صنعتی شاهرود.
- علی یاری ویدا، شریف زاده مریم، (۱۳۹۶)، **سنجش نابرابری خدمات در روستاهای هدف گردشگری شهرستان فیروزآباد** ، اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۶ ، صص ۴۴-۲۳.
- فراهانی حسین، ویسی فرزاد، منوچهری سوران، (۱۳۹۶)، **تحلیل عوامل رشد گردشگری روستایی بخش خاوومیرآباد در شهرستان مریوان**، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، شماره ۶ ، صص: ۹۶-۷۷.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

- کاظمیه، فاطمه.، صدیقی، حسن.، چیذری، محمد، (۱۳۹۵)، **اولویت‌بندی روستاهای دارای جاذبه گردشگری در استان آذربایجان شرقی با استفاده از تحلیل سلسله مراتبی**، فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، جلد۳، شماره ۱، صص ۳۸-۲۳.

- کرمی دهکردی،مهدی.، میرک زاده، علی اصغر.، قیساوند قیاسی، فرشته، (۱۳۹۱)، **تحلیل عوامل موثر بر توسعه توریسم روستایی در استان چهارمحال و بختیاری**، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، شماره ۲۳ (۱)، صص ۱۱۲-۹۹.

- کریمی، سعید، (۱۳۹۴)، **کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه روستایی**، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد۱ ، شماره۴، صص ۹۰-۶۹.

- لطیفی، سمیه.، نادری مهدیی، کریم.، زلیخایی سیار، لیلا، (۱۳۹۲)، **موانع موثر بر توسعه فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی همدان با تأکید بر روستاهای هدف گردشگری**، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال سوم شماره ۹ ، صص ۸۷-۷۷.

- نعمت الهی، زهرا.، مجاوریان، مجتبی.، حسین زاده، مسعود، (۱۳۹۵)، **اولویت‌بندی روستاهای هدف گردشگری در استان مازندران**، نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی، جلد۳۰، شماره ۳ ، صص۲۲۶-۲۱۸.

- Barbieri, C, (2013), **Assessing the sustainability of agritourism in the US: A comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures**, Journal of Sustainable Tourism, 21(2), pp. 252–270.

- Barkauskas V., Barkauskiene K., and Jasinskas, E, (2015), **Analysis of macro environmental factors influencing the development of rural tourism: Lithuanian case**, Procedia – Social and Behavioral Sciences 213, pp.167 – 172.

- Chase, L., Smitch, B., Stewaart, M., Walk, M., and Schilling, B, (2018), **Agro -tourism: Toward a conceptual framework for industry analysis**, Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development. In Press.

- Chen, C., Phou, S., (2013), **A closer look at destination: Image, Personality, Relationship and Loyalty**, Tourism Management, 36(2), pp. 269-278.

- Gil Arroyo, C., Barbieri, C., and Rozier Rich, S, (2013), **Defining Agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina**, Tourism Management 37(1), pp. 39-47.

- Hamilpurka, S, (2012), **Agro-Tourism in Karnataka – Issues, Constraints and Possibilities**, International Journal of Research in Commerce, Economics & Management, 2(7), pp. 106-111.

- Hamzah, A., Yassin S.M., Samah, B.A, D'Silva1, J.L., Tiraiyaei, N., Shaffril, H.M. and Uli, J, (2012), **Socioeconomic impact potential of agro - tourism activities on Desa Wawasan Nelayan community living in Peninsular Malaysia**, African journal of agricultural research, 7(32), pp. 4581-4588.

- Kosic K., Demirović D., Pejanović R., Lazić L., and Stamenkovic, I, (2015), **Key principles of rural tourism households development strategy – case study of Vojvodina**, Economics of Agriculture: 1 pp.975-988.

- Oneill, A.C, (2002), **What Globalization Means for Ecotourism: Managing Globalization Impact on Ecotourism in Developing Countries**, Indiana Journal of Global Legal Studies, 25(1), pp. 501-528.

- Middleton, V., Clarke, J., (2001), **Marketing in travel and tourism**, Third edition.

- Butterworth-Heinemann Publication, Jordan Hill, Oxford.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]

- Northcote, J., and Alonso, A.D, 2010, **Factors Underlying Farm iversification: the case of Western Australia's olive farmers**, Agriculture and human values , 28 (2), pp 237-246.

- Schaneman, A , (2010), **Nebraska's Guide to Agro - tourism & Eco- Tourism Development**, The Nebraska Department of Economic Development, Division of travel and tourism, Lincoln, 13(1), pp. 23-41

- Snieska V., Barkauskiene K., and Barkauskas, V, (2014), **The impact of economic factors on the development of rural tourism: Lithuanian case**, Procedia – Social and behavioral sciences 156, pp. 280 – 285.

- Wright, W., and Annes, A, (2017), **Farm women and agro -tourism: representing a new reality**, Sociologia ruralize, Wiley, 23, PP. 38 – 499.

- Yang, Li, (2012), **Impacts and Challenges in Agro -tourism development in Yunnan, China**. Tourism planning & development, 9(4), pp. 369-381.

- Yuan, P., Liu, Y., Ju, F., Li, X, (2017), **Study on farmers' agriculture related tourism entrepreneurship behavior**, Procedia computer science, 122 (1), pp. 743–750.

- Yu Liu, S., Ying Yen, C., Nan Tsai, K., Lo, W, (2017), **A conceptual framework for agro-food tourism as an eco-innovation strategy in small farms,** Sustainability, 9(1683), pp. 1-11.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-05]