



IRAN AGROTOURISM BULLETIN

# کشت و گشت

فصلنامه گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم) ایران  
نشریه داخلی معاونت گردشگری - دفتر توسعه گردشگری داخلی



ش  
وزارت میراث فرهنگی  
ش  
دسته  
گردشگری و صنایع

شماره ۱ - تابستان ۱۴۰۱ - ... صفحه

## گردشگری کشاورزی فرصتی برای توسعه

اشتغال موثر ملی

گردشگری بین الملل

در این شماره می خوانید:

- ✓ محصولات گردشگری کشاورزی
- ✓ تاریخچه و روند اجرای گردشگری کشاورزی در ایران
- ✓ گردشگری چای و جذابیت های آن
- ✓ رویکرد فلسفی به گردشگری
- ✓ اگروتوریسم، اگری توریسم، فارم توریسم؟ یک تحلیل تطبیقی
- ✓ گزارش دوره گردشگری کشاورزی در بم
- ✓ گیاه چرا به عنوان پایبند زیستی در سواحل خلیج فارس
- ✓ آشنایی با حامی این شماره نشریه (روستای حسین آباد بهشهر)



IRAN AGROTOURISM BULLETIN

# کشت و گشت

فصلنامه گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم) ایران  
نشریه داخلی معاونت گردشگری - دفتر توسعه گردشگری داخلی



وزارت میراث فرهنگی  
گردشگری و صنایع دستی



سخن مدیر مسئول ۱

سخن سردبیر ۲-۳



محصولات گردشگری در واحدهای گردشگری کشاورزی ۴-۹

تاریخچه و روند اجرای گردشگری کشاورزی در وزارت جهاد کشاورزی. ۱۰-۱۳



گردشگری جای و جاذبه های آن ۱۴-۱۹

رویکرد فلسفی و معنوی در گردشگری. ۲۲-۲۰



اگروتوریسم، اگروتوریسم و فارم توریسم؟ یک تحلیل تطبیقی ۳۳-۲۴

گزارش دوره آموزش کوتاه مدت گردشگری کشاورزی در بافشریم ۳۷-۳۴



گیاه پالایی فلزات سنگین در سواحل خلیج فارس با استفاده از گیاه چرا ۴۲-۲۸

آشنایی با حامی این شماره نشریه (شورای اسلامی و دهیاری روستای حسین آباد بهشهر)



## نوع انتشار:

فصلنامه الکترونیک داخلی

ناشر:

وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، دفتر توسعه گردشگری داخلی

مدیر مسئول:

سید مصطفی فاطمی

سردبیر:

لیلا طاهری

ویراستاران علمی:

سعید رضا اصغری - مهدی بهاروند

اعضای هیئت تحریریه:

حبیب محمودی چناری، مجید

سریزدی، لیلا اژدری، محمد قاسمی،

مینا جعفری

همکاران این شماره:

بابک بهاروند، رضا خداوردی، ناهید

کمال الدینی، ایمان عبدی

طراحی و صفحه بندی:

سیده فاطمه کاظمی

ارتباط با نشریه:

۰۹۱۲۲۸۶۵۶۶۳

iranagrotourism@gmail.com

## سخن مدیر مسئول



**مهندس سید مصطفی فاطمی**

مدیر کل دفتر توسعه گردشگری داخلی



در دنیای امروز گردشگری کشاورزی به عنوان یکی از محورهای مهم در آمدزایی و پایداری فعالیت‌های کشاورزی و روستایی محسوب می‌شود. با توجه به ظرفیت‌های بالای کشاورزی در کشور و همچنین دانش بومی گسترده‌ای که در فرهنگ کشاورزی کشور نهفته است، توسعه‌ی این گونه از گردشگری، می‌تواند باعث رونق بهتر اقتصاد روستا و کشاورزی در کشور شود. بر همین اساس و در راستای یکی از مهمترین وظایف وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (توسعه‌ی گونه‌های مختلف گردشگری) و ضرورت ارائه خدمات گردشگری، بر طبق علائق خاص به گردشگران، "تدوین دستورالعمل صدور فعالیت گردشگری کشاورزی و نظارت بر آن" در دستور کار وزارت قرار گرفت و در سال ۱۳۹۹ به ادارات کل استانی ابلاغ گردید و در همین راستا نیز تفاهم نامه همکاری مشترک در حوزه گردشگری کشاورزی، فی مابین وزارتین میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی و جهاد کشاورزی منعقد گردید تا صدور مجوزهای فعالیت با هماهنگی بیشتری انجام شود بر اساس گزارش ادارات کل استانها، تا کنون تعداد ۱۳۷ پروانه فعالیت کشاورزی در کشور صادر شده است.

اولویت‌ها و برنامه‌های وزارت در حوزه گردشگری کشاورزی

- توانمندسازی ذینفعان، فعالان و کارشناسان گردشگری کشاورزی
- برنامه‌ریزی جهت قراردادان گردشگری کشاورزی در بسته‌های سفر دفاتر خدمات مسافرتی
- معرفی و تبلیغ مزارع گردشگری در سطوح ملی و بین‌المللی
- پیگیری جهت دریافت حمایت‌ها و مشوق‌های صنعت گردشگری برای مزارع گردشگری دارای مجوز
- برگزاری نشست‌ها و سمینارهای تخصصی در جهت معرفی گردشگری کشاورزی

این دفتر درخصوص اجرای تورهای گردشگری کشاورزی و بازدید از مزارع موجود نیز با همکاری دفاتر خدمات مسافرتی برنامه‌هایی را تدوین نموده است تا بسته‌های گردشگری جامعه محور در حوزه کشاورزی و روستایی غنی‌تر از قبل ارائه شوند.

با توجه به اینکه دسترس پذیری و همگانی نمودن گردشگری از سیاست‌های کلی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی است، در خصوص بهره‌مندی تمام مردم از این فضاها اعم از سالمندان، توانخواهان و کودکان نیز برنامه‌ریزی‌هایی در قالب گردشگری در دسترس و گردشگری سلامت در دستور کار این حوزه قرار گرفته و میز تخصصی گردشگری دسترس پذیر نیز تشکیل شده است و بنا را بر این گذاشته ایم که در کلیه تأسیسات گردشگری و از جمله مزارع گردشگری، شرایط ورود افراد کم توان جسمی و ذهنی را تسهیل نماییم. این نشریه الکترونیکی در راستای آموزش، ترویج و فرهنگسازی این نوع خاص از گردشگری طراحی و ارائه شده است. در این نشریه سعی شده است تا از اساتید، صاحب‌نظران و فعالان این عرصه دعوت شود تا نشریه‌ای وزین و درخور شان علاقه‌مندان این رشته از گردشگری تهیه گردد. امید است تا سایر صاحب‌نظران نیز با ارائه مطالب مفید خود بر غنای هرچه بیشتر این نشریه بی‌افزایند.

## سخن سردبیر



دکتر لیلا طاهری

فعال بخش خصوصی و مدرس

گردشگری کشاورزی

تعریف رایج گردشگری

کشاورزی

تعریف ارائه شده توسط گروه مشاوران گردشگری کشاورزی و گردشگری خوراک شبکه توسعه اقتصادی و اجتماعی کبک کانادا از گردشگری کشاورزی تعریفی است که در دنیا مقبولیت عامه است. اما همانگونه که در مقالات تحلیلی این شماره به آنها پرداخته شده است، تعاریف متفاوتی برای این فعالیت وجود دارد و ارائه یک تعریف واحد برای تمامی کشورها کار دشواری است.

"فعالیتی که مکمل کشاورزی است و تولیدکنندگان محصولات کشاورزی را قادر می سازد تا از گردشگران و سایر بازدیدکنندگان در مزرعه خود استقبال کنند و اطلاعاتی را ارائه دهند تا بازدیدکنندگان بتوانند در مورد کشاورزی، تولید مواد غذایی و بخش کشاورزی بیاموزند."

1- The Canadian CED Network

به نام خدا

در ابتدای کلام خدا را سپاس می گویم که توفیق ادامه پیمایش مسیر پر فراز و نشیب توسعه و ترویج گردشگری کشاورزی را به من داد. تجربه کوتاه اما موفق انتشار سه شماره از بولتن آگروتوریسم به اتفاق همکاران همدل در سال ۱۳۹۹، که بازخوردهای مثبتی در سطح ملی و بین المللی به همراه داشت، همواره ذهن من را مشغول کرده بود تا این تجربه را با تمام مشکلات آن تکرار کنم و گردشگری کشاورزی را که سالها دغدغه ام بوده است را هرچه بیشتر به جامعه کشاورزی و گردشگری کشور بشناسانم. اکنون با تلاش های بزرگانی که از دور یا نزدیک افتخار آشنایی و کسب تجربه بیشتر در این حوزه را در حضورشان داشته ام، مسیر کمی هموارتر شده و این گونه از گردشگری بیش از پیش شناخته شده است. تدوین دستورالعمل گردشگری کشاورزی امضای تفاهم نامه بین دو وزیر محترم وقت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و جهاد کشاورزی، تشکیل کارگروه تدوین ضوابط فنی گردشگری کشاورزی در دفتر توسعه پایدار و امور فناوری وزارت جهاد کشاورزی و صدور چندین مجوز فعالیت برای متقاضیان در سراسر کشور نشان از به ثمر نشستن تلاش های قبلی در این حوزه دارد، اما هنوز تا رسیدن به مقصد راه درازی در پیش داریم .

به همین سبب برآن شدم تا با گروهی فعال، متخصص و خوش فکر در این حوزه همراه شویم و یک نشریه تخصصی در خصوص گردشگری کشاورزی منتشر نماییم. با استقبال حوزه معاونت گردشگری وزارت، به خصوص دفتر توسعه گردشگری داخلی و حمایت های بی شائبه و همه جانبه مدیر کل محترم دفتر، جناب آقای مهندس فاطمی از این تصمیم، مقرر شد که این نشریه به صورت الکترونیک (با چاپ محدود) و به عنوان نشریه داخلی معاونت منتشر شده و منعکس کننده نظرات کارشناسان و متخصصان این حوزه باشد. باهمزمان شدن چاپ نشریه با تشکیل میزهای تخصصی گردشگری در معاونت، این نشریه به عنوان تریبون میز تخصصی گردشگری کشاورزی نیز عمل کرده و تصمیمات و اقدامات مشاوره ای این میز را انعکاس خواهد داد.

در این نشریه علاوه بر انتشار مطالب علمی-کاربردی گردشگری کشاورزی و ارائه تجربیات داخلی و خارجی در این حوزه، مطالبی در سایر حوزه های مرتبط، مانند گردشگری های تجربه گرای روستایی و سایر جاذبه های هم پیوند، توسعه پایدار زیست محیطی، اقتصادی و اجتماعی، تولید محصولات سالم و ارگانیک، بررسی مشکلات فراروی این صنعت و ارائه راهکار در جهت رفع آنها نیز منتشر خواهد شد .

در این راستا از کلیه متخصصین این حوزه ها دعوت میشود تا با ارسال مطالب خود را در چهارچوب های گفته شده، بر غنای بیشتر این نشریه بی افزایند. با توجه به نوع مخاطبین نشریه، خواهشمند است مطالب به صورت کوتاه و در حد ۳ تا ۴ صفحه آماده و از طریق پست الکترونیک نشریه برای هیات تحریریه ارسال شود، تا پس از بررسی توسط هیات تحریریه و ویراستاران علمی و تایید شورای سیاستگذاری، در نشریه منتشر شود.

بر اساس تصمیمات اولیه شورای سیاستگذاری، مقرر شده است که نشریه به صورت فصلنامه منتشر شود و در صورت استقبال متخصصین و فعالان این عرصه، انتشار آن به دو ماهنامه و ماهنامه تغییر خواهد یافت.

نکته آخر اینکه بر اساس تصمیم شورای سیاستگذاری، مقرر شده است که این نشریه از حمایت‌های معنوی معاونت استفاده نموده و به صورت خودگردان منتشر شود، به همین منظور مقرر گردید که در هر شماره از حمایت مالی یکی روستاهای هدف گردشگری و یا مراکز فعال گردشگری کشاورزی، روستایی و عشایری جهت تامین هزینه های طراحی و انتشار محدود نشریه استفاده شود. امید است که با این روش علاوه بر مشارکت فعالان گردشگری کشاورزی و روستایی در ترویج و توسعه این مقصد جدید گردشگری، با معرفی این مقاصد و ظرفیت های آنها به توسعه گردشگری کمک نماییم. لذا از تمامی فعالان این عرصه، شرکت های توسعه روستاهای خلاق و هدف گردشگری، دهیاران و شوراهای اسلامی روستاهای هدف گردشگری و صاحبان مزارع گردشگری کشاورزی دعوت می شود تا در این مسیر ما را یاری نمایند.

جهت معرفی خود و مشارکت در انتشار نشریه، مشخصات روستا یا مزرعه گردشگری و شماره تماس خود را به ایمیل نشریه به نشانی [iranagrotourism@gmail.com](mailto:iranagrotourism@gmail.com) ارسال فرمایید.



## محصولات گردشگری کشاورزی



دکتر سعید رضا اصغری

مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی  
استان مازندران، سازمان تحقیقات، آموزش  
و ترویج کشاورزی

### تعریف گردشگری کشاورزی بر اساس قوانین و شرایط ایران

"گردشگری کشاورزی نوعی از گردشگری فرهنگی است که در تمامی واحدهای کشاورزی قابل اجرا است و بر پایه توسعه پایدار زیست-محیطی، اجتماعی و اقتصادی جامعه میزبان انجام می‌شود. طی آن گردشگران یا بازدیدکنندگان یک روزه به واحد های کشاورزی دارای مجوز (اعم از سنتی یا صنعتی، تک محصولی یا چند محصولی) در تمامی عرصه های ممکن (شهری، روستایی، مجتمع های خارج شهری، منابع طبیعی)، وارد شده تا علاوه بر کسب تجربه های جدید و آشنایی با فرآیندهای کشاورزی و استفاده از محصولات، خدمات و صنایع تکمیلی و تبدیلی این بخش، از اقامت و پذیرایی در یک محیط طبیعی (در صورت امکان) لذت ببرند و باعث افزایش ارزش افزوده محصولات و خدمات در یک واحد کشاورزی (ترجیحا) در حال تولید شوند. این نوع گردشگری با دو رویکرد انبوه و تجربه گرا قابل اجرا و برنامه ریزی است."

گردشگری بر روی مزارع، از اوایل دهه ۹۰ خورشیدی در ایران شناخته شده و فعالیت های معدود و کم حجمی در برخی از استانها در این حوزه دیده می‌شود. در طی سالیان گذشته تعاریف بسیاری توسط متخصصین بین المللی برای گردشگری کشاورزی بیان شده است که اکثرا بر پایه فعالیتهای قابل انجام در مقاصد گردشگری کشاورزی کشورها بوده است. تعریفی که در ابتدای این مقاله ارائه شده است، با در نظر گرفتن شرایط خاص ایران است.

گونه های مختلف گردشگری کشاورزی در تصویر ذیل ارائه شده است



در بازاریابی گردشگری ۵ سطح محصول تعریف میشود که هر سطح به ارزش مشتری می افزاید و این پنج سطح، سلسله مراتب ارزش مشتری را تشکیل می دهند. محصول هسته ای هدف اصلی مقصد گردشگری است که گردشگران به علت وجود آن به آنجا سفر میکنند. محصولات پایه ای، محصولاتی هستند که توسط صنعت سفر و گردشگری ارائه می شوند. محصول مورد انتظار محصولاتی هستند که مشتری انتظار دارد سازمان ارائه دهد. محصولات توسعه یافته، محصولاتی هستند که توسط شرکت ها ارائه می شوند تا خود را از دیگران متمایز کنند و در نهایت محصولات بالقوه، محصولات آینده ای هستند که این شرکت ها به مشتریان خود ارائه خواهند داد. نمونه این محصولات در تصویر ذیل ذکر شده اند.





## فروش مستقیم محصولات

یکی از مهمترین فعالیتهای قابل انجام در واحد های کشاورزی است که باعث افزایش سود کشاورز از فعالیت تولیدی می شود. ایجاد جایگاه های فروش محصولات کشاورزی در مزرعه و محدوده مسیرهای ارتباطی، فروش اقلام تبلیغاتی، برگزاری بازارهای کشاورزان، برداشت مستقیم محصول توسط گردشگر (فعالیت پرطرفدار در گردشگری کشاورزی) و فروش صنایع دستی حاصل از فرآورده های فرعی کشاورزی و تجهیزات طبیعت-گردی و تفریح، از مهمترین فعالیتهای این بخش محسوب می شوند.



محصولات یک مقصد گردشگری عبارتند از جذابیت ها، تسهیلات و دسترسی به مقصد. در این مطلب فقط به انواع جذابیت های مقاصد گردشگری کشاورزی و فعالیتهای غیر تولیدی درآمد زا در این مقاصد اشاره خواهیم داشت و به تسهیلات و دسترسی به مقصد در مقالات بعدی خواهیم پرداخت.

بر اساس منابع میتوان ۹ دسته کلی از این محصولات گردشگری برای مقاصد گردشگری کشاورزی لحاظ نمود، که اغلب آنها به عنوان محصول هسته ای این مقاصد مطرح هستند.

در شکل ذیل دسته بندی این محصولات را مشاهده می کنید.

مسلماً ۶ مورد اول به عنوان محصول هسته ای مقاصد گردشگری کشاورزی لحاظ میشوند زیرا نقطه تمایز این مقاصد نسبت به سایر مقاصد گردشگری هستند و تنها در این واحد ها قابل ارائه هستند.

## محصولات گردشگری کشاورزی

(اصغری و همکاران، ۱۴۰۱، Sznajder et al., 2009)

فروش مستقیم محصولات

نمایش فعالیتهای کشاورزی

تجربه و آموزش کشاورزی

گردشگری سلامت کشاورزی

تورهای عمومی و تجربه گرای کشاورزی

رویدادهای کشاورزی

اقامت و تفریح در محیط کشاورزی

خدمات غذا و پذیرایی

سرگرمی کشاورزی و جاذبه های هم بیوند



## نمایش امکانات و فعالیت‌ها

در این بخش گردشگران بدون دخالت مستقیم در فرایند تولید محصولات، تنها از امکانات مزرعه بازدید کرده و با روند کلی فعالیت‌ها آشنا می‌شوند. از این دسته فعالیت‌ها می‌توان به نمایش گونه‌ها و نژادهای دام، طیور، آبزیان و سایر حیوانات تجاری، باغ حیوانات خانگی و زینتی، نمایش فرایندهای پرورش زنبور عسل و تولید عسل، نمایش برندهای تجاری مزرعه (دام‌های برتر، گیاهان و محصولات برتر آنها)، نمایش گیاهان زراعی، باغی و گلخانه‌ای و توضیح در خصوص شرایط پرورش آنها، نمایش کارگاه‌های صنایع تبدیلی (محصولات لبنی و گوشتی روستایی)، افشردگی و عرق‌گیری، مراحل فناوری‌های نگهداری و آماده‌سازی سنتی غذاهای روستایی، نمایش فرایند برداشت صنعتی و سنتی محصول، نمایش سیستم‌های هوشمند و دقیق‌سازی کشاورزی و بازدید از موزه‌های روستایی اشاره نمود.



## برگزاری تور

تورها یکی از بهترین روش‌ها برای جذب گردشگر در مزارع محسوب می‌شوند. معمولاً تورها به دو جهت اجرا می‌شوند، تورهای عمومی که آشنایی اولیه گردشگر با فرایندها و جاذبه‌های گردشگری منطقه برگزار می‌شوند، مانند تورهای طبیعت‌گردی و تورهای تجربه‌گرا که صرفاً برای آشنایی با فرایندهای کشاورزی مانند کشاورزی شهری، کشاورزی سنتی و پیشرفته برای طیف سنی مختلف انجام می‌شوند.

## گردشگری سلامت

گردشگری سلامت به نوعی در حوزه فعالیت‌های سیستم درمانی کشور قرار می‌گیرد، اما فعالیت‌های اولیه مانند کاردرمانی کشاورزی، جنگل‌درمانی، ماساژ درمانی، کاشت، داشت، برداشت و فراوری گیاهان دارویی، بخش درمانی گردشگری زنبور عسل (زهر درمانی و تنفس درمانی)، زالودرمانی، جلبک‌درمانی از فعالیت‌هایی هستند که می‌توان در واحدهای کشاورزی انجام داد.





از دیگر فعالیتهای این بخش می توان به برگزاری کارگاههای آموزشی فنون دامداری، مزرعه داری و باغداری، عرقگیری و اسانسگیری از گیاهان دارویی، تهیه محصولات لبنی و گوشتی، محصولات زنبور عسل و ... برای تمام سنین، برگزاری کارگاههای آموزشی فعالیتهای تفریحی مانند ماهیگیری، شکار، غواصی و حضور در حیات وحش، برگزاری دورههای کارورزی، کارآموزی و بازآموزی دانشگاهها، هنرستانها و سازمانهای نظام مهندسی و نظام دامپزشکی اشاره نمود.

همانگونه که مشخص است، طیف وسیع این فعالیتهای می تواند به واحد کشاورزی در جهت بهبود شرایط مزرعه کمک نماید.



## انتقال تجارب عملی فعالیت- های کشاورزی و مهارت های زندگی روستایی و عشایری

این فعالیتهای در سطوح دوم تا چهارم یادگیری (مشارکت، کسب تجربه و یادگیری کامل) قرار دارند و به عنوان گردشگری کشاورزی تجربه گرا می توان از آن یاد کرد. در این بخش گردشگر امکان میابد تا در فعالیتهای کشاورزی و مهارت های زندگی در مزرعه مشارکت نماید، در آنها به کسب تجربه اقدام کند و یا آن مهارت ها را به طور کامل بیاموزد.

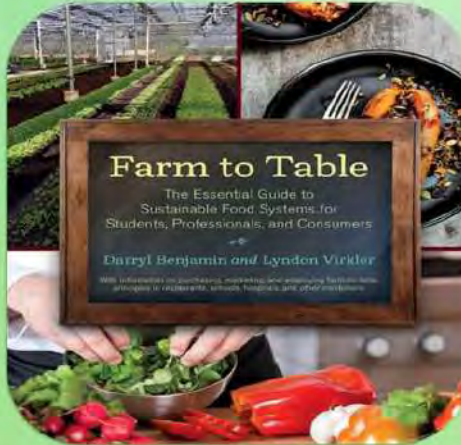


اجرای برنامه های تجربه جدید شغلی یک هفته ای، مشارکت در فعالیتهای بهبود محیط زیست مانند درختکاری، مشارکت و انجام فرایندهای پرورش، تغذیه و مدیریت دام، طیور و آبزیان و سایر حیوانات تولیدی، مشارکت در قابل مزارع شهروند (انجام کاشت، داشت و برداشت محصول از یک باغچه استیجاری)، مشارکت در کارگاههای آموزش عکاسی، نقاشی و صنایع دستی و صنایع تبدیلی روستایی، گردشگری تجربه گرای غذا در محیط مزرعه، کارداوطلبانه در مزرعه، شناسایی گیاهان زراعی، باغی، گلخانه ای، دارویی و علفهای هرز، مزه کردن افشردها و محصولات مایع مزرعه، اجرای اردوهای کوتاه مدت و بلند مدت کودکان و نوجوانان از این دسته فعالیت ها هستند.



## اقامت و تفریح در مزارع و واحدهای کشاورزی، روستایی و عشایری

فرم اولیه گردشگری کشاورزی در دنیا شامل این گونه فعالیتها می شود. تفریح به بازدیدهای کوتاه مدت مانند تفریح در تعطیلات آخر هفته و یا تعطیلات مناسبتی گفته می شود. در این تفریح ها می تواند با اقامت همراه باشد. مزارع و واحدهای تولیدی کشاورزی به عنوان یک مقصد گردشگری مناسب برای این گونه تفریح ها هستند. در حالت کلی اقامت در اقامتگاه های دائم و موقت امکان پذیر است. اقامتگاه های دائم شامل منازل روستایی، قلعه ها و کلبه های چوبی هستند.



## نمایشگاهها و رویدادها

گردشگری در حالت کلی یک فعالیت مبتنی بر رویداد شناخته می شود و رویدادها نقش مهمی در توسعه مقاصد گردشگری دارند. واحدها و مقاصد گردشگری کشاورزی نیز برای توسعه محصولات خود از این قاعده مستثنی نیستند. رویدادهایی که میتوان در یک واحد گردشگری اجرا نمود به دودسته عمومی و اختصاصی کشاورزی دسته بندی می شوند. برخی از رویدادهای عمومی عبارتند از نمایشگاههای صنایع دستی و جشنوارههای روستایی، ستاره نگری، مسابقات محلی روستایی، آیینهای فرهنگی و تاریخی (بزرگداشت مفاخر و آثار باستانی منطقه، جشنهای یلدا و نوروز) و از رویدادهای اختصاصی کشاورزی می توان به مسابقات گونه ها و نژادهای دامی و محصولات برتر زراعی، جشنهای آیینی و موضوعی (جشن خرمن، جشن مهرگان، جشن انار، جشن پسته و...)، رویدادهای هنر کشت، مزرعه تا سفره و ماریج گردی اشاره نمود.



## سرگرمی‌های کشاورزی و جاذبه‌های هم‌پیوند

این فعالیت‌ها ارتباط مستقیم با فعالیت‌های تولیدی اصلی نداشته و صرفاً جهت افزایش جاذبه‌های گردشگری در مقاصد کشاورزی طراحی می‌شوند. از این فعالیت‌ها می‌توان به گاری سواری و دوچرخه سواری در مزرعه و محیط روستا، رانندگی آفرود، اسب سواری و شتر سواری، طبیعت گردی، ماهیگیری، شنا و غواصی در آبگیرها، دریاچه و دریا، تیراندازی با کمان و اسلحه گرم و بازی‌های روستایی، گردشگری حیات وحش، ایجاد منطقه ویژه عکس برداری (فوتوزون)، راهنمایی تفریحات و سفرهای اکتشافی منطقه، ایجاد مارپیچ با بسته‌های کاه، شمشاد و مزارع ذرت و ایجاد فضای بازی کودکان از مهمترین فعالیت‌های این دسته هستند.



در مزارع ایران که به دلیل قوانین عرصه‌های کشاورزی در ایران، به صورت محدود امکان‌پذیر است، اقامت در اقامتگاه‌های موقت مانند اکوکمپ‌ها، چادرها و سازه‌های غیرثابت انجام می‌شود.

## خدمات غذا و پذیرایی

این خدمات جزو جدایی ناپذیر گردشگری‌های تجربه‌گرای روستایی هستند، انواع رستوران‌های روستایی، سفره‌سراها سنتی، پذیرایی با غذاهای محلی و دمنوش‌ها، برگزاری جشن‌های خانوادگی و خصوصی در این زمره فعالیت‌ها قرار می‌گیرند.



## تاریخچه و روند اجرای گردشگری کشاورزی در ایران



### مهندس رضا خدارحمی

رئیس گروه پایش دفتر توسعه پایدار  
وامور فناوری وزارت جهاد  
کشاورزی

تفاهمنامه گردشگری کشاورزی بین دو وزیر وقت جهاد کشاورزی و میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی وقت در سال ۱۴۰۰ به عنوان نقطه عطفی در گردشگری کشاورزی شناخته می شود اما اینکه سابقه این فعالیتها در وزارت جهاد کشاورزی به سال ۱۳۹۰ بر می گردد را کمتر کسی به خاطر می آورد. مهندس رضا خدارحمی به عنوان اولین فردی که در وزارت جهاد کشاورزی به این مهم پرداخت و پیشنهاد رسمی ایشان در این حوزه در سال ۱۳۹۲ به تصویب نظام کمیته پیشنهادات رسید، گزارشی از فعالیتهای دفتر توسعه پایدار و امور فناوری (با نام قبلی دفتر محیط زیست و توسعه پایدار) را ارائه نموده است.

با توجه به ظرفیت های بالقوه کشور در زمینه میراث فرهنگی که از آن جمله میتوان به ثبت ۲۲ سایت در یونسکو اشاره نمود، در حوزه کشاورزی نیز به تبع تنوع اقلیمی دارای ظرفیت عظیمی هستیم، به گونه ای که در بسیاری از محصولات زراعی و باغی و شیلاتی رتبه اول تا دهم را به خود اختصاص داده ایم.

در مجموع ایران دارای بیش از ۱۲۰ میلیون تن محصولات کشاورزی و سطح زیر کشت حدود ۱۶/۵ میلیون هکتار؛ حدود ۴/۲ میلیون نفر بهره بردار بخش کشاورزی (شامل ۲/۷ میلیون نفر زارع، ۱/۵ میلیون نفر باغدار و ۱۳۰۰۰ نفر گلخانه دار) می باشد.

طبق آمار سازمان خواروبار کشاورزی، از تعداد ۶۶ محصول (۴۱ محصول زراعی و ۲۵ محصول باغی) اصلی جهان؛ ایران در ۷ محصول زراعی و ۱۵ محصول باغی در رتبه های اول تا دهم قرار دارد و از طرفی اهمیت و جایگاه گردشگری کشاورزی، ضرورت ورود به آن را دوچندان می کند.



### مهمترین مزایای توسعه گردشگری کشاورزی در ایران

- بهره گیری از ظرفیت های بالقوه بخش کشاورزی.
- ایجاد اشتغال.
- افزایش درآمد بهره برداران بخش کشاورزی.
- کمک به اقتصاد روستایی و درآمد خانوار.
- تقویت درآمد زنان روستایی.
- جلوگیری از روند مهاجرت به شهرها
- استقبال جوانان از سبک زندگی روستایی
- تعامل و ارتباط فرهنگی میان شهرنشینان و روستاییان.
- افزایش تولیدات کشاورزی و ایجاد ارزش افزوده

- از حوزه هایی که گردشگری کشاورزی را به طور عام و اجمالی در بر می گیرد، می توان به موارد زیر اشاره نمود:
- زراعت (مزارع آفتابگردان و جشنواره های مختلف کشاورزی در طول سال)
  - باغبانی (باغات توت فرنگی)
  - دامی (اسب و بز و...)
  - آبرزی پروری (واحد های پرورش قزل آلا و پرورش در قفس و...)
  - صنایع دستی روستایی، عشایری و کشاورزی (تولید انواع سبد)
  - عشایری (تور بازدید روزانه از زندگی و انواع فرآورده های شیری آنان)



از حدود ۱۰ سال قبل دفتر محیط زیست و توسعه پایدار وزارت جهاد کشاورزی این موضوع و اهمیت آن را در مرکز نوسازی و تحول اداری معاونت توسعه مدیریت به کمیته نظام پیشنهادات مطرح و ارائه نمود و در نهایت در تاریخ ۱۳۹۲/۴/۲۵ به شماره نامه ۱۰۰۸۵۲ / ۱۰ / ۲۱۰ مورد تایید قرار گرفت. لازم به ذکر است که دفتر، ضمن پیگیری ها و مکاتبات با سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی وقت، در سال ۱۳۹۱ ظرفیت سنجی هایی را در کل کشور انجام داد که منجر به جلسات متعدد کارشناسی، با هدف تهیه و تدوین تفاهم نامه مشترک بین وزارت جهاد کشاورزی و سازمان میراث فرهنگی بود که متأسفانه به دلایل مختلف از سال ۱۳۹۳ این موضوع مسکوت ماند و همکاری های مشترک وزارت متبوع با وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به زیر مجموعه های مختلف وزارت جهاد کشاورزی احاله گردید که به دلیل نقش ذاتی و عملکردهای یک بعدی آن بخش ها، عملاً منجر به نهایی شدن تفاهم نامه نگردید و سرانجام در سال ۱۳۹۹ با محول کردن مجدد وظایف توسعه گردشگری کشاورزی به دفتر توسعه پایدار و پیگیری بحث، در قالب جلسات فشرده کارشناسی درون مجموعه وزارت و بین وزارتی، تهیه و تدوین پیش نویس تفاهم نامه نهایی و در سال ۱۴۰۰ به امضای وزرای دو وزارتخانه رسید و طی نامه شماره ۶۶۰۳ / ۰۲۰ مورخ ۱۴۰۰/۳/۲۵ ابلاغ گردید.

پس از ابلاغ تفاهم نامه مذکور، مجددا ظرفیت سنجی گردشگری کشاورزی به تفکیک استان ها و شهرستان ها انجام و به موازات آن دوره های آموزشی متعددی در سراسر کشور به صورت وینار، در سطوح مدیران، کارشناسان، کارکنان و نیز بهره برداران فعال و علاقمندان حوزه گردشگری کشاورزی در بستر سامانه تاک وزارت جهاد کشاورزی برگزار شد. این دوره ها با استقبال بی نظیری در مقایسه با سایر دوره های آموزشی روبرو گردید به گونه ای که تعداد مراجعین بیش از ظرفیت پیشبینی شده، بود و این سبب شد که برخی دوره های ویژه مدیران و کارشناسان در چندین نوبت تکرار شوند.



علیرغم اقدامات زیربنایی و بستر سازی که دفتر توسعه پایدار به نمایندگی از وزارت جهاد کشاورزی در خصوص برگزاری دوره ها، هماهنگی با زیر مجموعه ها، ارائه اهمیت موضوع و زمینه سازی ابلاغ تفاهم نامه انجام داد، ضروری بود که پیشنویسی برای اجرایی شدن این بحث، با هدف رفع دغدغه های زیرمجموعه های مرتبط از جمله سازمان امور اراضی و سازمان جنگلها و مراتع و ترسیم کل فعالیت ها در این خصوص پیش بینی شود که منجر به ابلاغ حکم و ایجاد کمیته ای با بهره گیری از نظر اساتید، کارشناسان، صاحب نظران، ذینفعان و فعالان مطرح این عرصه گردید. در ادامه با انجام جلسات متعدد ویناری، بحث و تبادل نظر میان اعضا این کمیته، نسخه نهایی ضوابط فنی گردشگری کشاورزی و شیوه نامه های مرتبط برای ارائه تدوین شد. طی جلسه ای متشکل از زیر مجموعه های مرتبط وزارت کشاورزی، در تاریخ ۹ آبان دعوت بعمل آمد. سپس با تعیین بازه زمانی مشخص برای اعلام نظر، کار دنبال گردید. مقرر شد جلسات تخصصی با دو سازمان امور اراضی و سازمان منابع طبیعی تشکیل گردد که به دلایل مختلف از جمله تغییر دولت و ایجاد شرح وظایف جدید و تغییر تحولات این جلسات به تعویق افتاد.

در خردادماه سال ۱۴۰۱ با ابلاغ شرح وظایف و چارت جدید دفتر توسعه پایدار و امور فناوری، گردشگری کشاورزی دوباره در وظایف این دفتر قرار گرفت و جلسات دو جانبه با مدیریت ها و معاونت های تخصصی وزارت جهاد کشاورزی آغاز شده است و امید است در آینده نزدیک روند کار تسهیل و شاهد اتفاقات بهتری در این زمینه باشیم.

## ۸ مزرعه برتر گردشگری کشاورزی به انتخاب مجله بلومبرگ در سال ۲۰۱۹

تهیه و تنظیم: لیلا طاهری



1- Coombeshead Farm, Cornwall, UK



2- Cade Memi, Veneto, Italy



3- Serenbe, Georgia, USA



4- O'Veineyards, Carcassonne, France



5- Royal Mail Hotel, Dunkeld, Australia



6- Blackberry Farm, Tennessee, USA



7- Asara Wine Estate, Western Cape, South Africa



8- Brown's Field, Chiba, Japan

## گردشگری چای و جاذبه های آن



### دکتر حبیب محمودی چناری

عضو هیات علمی و پژوهشگر حوزه  
مطالعات محیطی، پژوهشگر محیط  
زیست، جهاد دانشگاهی گیلان

گردشگری چای یا Tea tourism شکلی از گردشگری کشاورزی است که در ارتباط با چای و فرآیند تولید آن قابل بررسی است. در تعریف گردشگری چای آمده است: "گردشگری ای که انگیزه آن علاقه به تاریخ، فرهنگ و سنت های مربوط به مصرف چای است، شامل باغ های چای که در آن چای کاشته می شود، کارخانه های چای که در آن چای تولید می شود، چای فروشی ها که در آن چای برای فروش یا سرو می شود و موسساتی (تولید کننده لوازم جانبی چای، مانند کتاب چای، و انواع ظروف با مضمون چای و...) که در حفظ و تفسیر فرهنگ چای نقش دارند را می توان به عنوان گردشگری چای تعریف کرد."

تغییر رویکرد از گردشگری انبوه به سمت گردشگری جایگزین برای توسعه و پایداری گردشگری در گستره جهانی ضروری بود. به طوری که با شروع مبحث توسعه پایدار، نظام گردشگری نیز از این حیث دچار تحولاتی شد که امروز خود را به شکل انواع گردشگری جایگزین معرفی می کند. گردشگری خاص یا جایگزین با توجه به کنجکاوی و علایق گردشگران، با بازاریابی گردشگری و محوریت گردشگران، تنوع گسترده ای را نشان می دهد. این شکل از گردشگری، سازگار با محیط زیست، جامعه بومی و حامی فرهنگ جوامع محلی است. در این شکل از گردشگری، کفه سود بازار همواره به سمت جوامع محلی سنگینی می کند. گردشگری هنری، گردشگری حلال، گردشگری خوراک شناسی، گردشگری ورزشی، گردشگری فرهنگی، گردشگری روستایی، گردشگری کشاورزی و... تنها نمونه هایی از انواع اشکال گردشگری جایگزین یا خاص محسوب می شوند.

در این میان، گردشگری کشاورزی از دامنه گسترده تری برخوردار است. چرا که از یک سو با محیط های طبیعی و از سوی دیگر با نظام معیشت و سکونت، بخش بزرگی از جمعیت روستایی و عموماً پیراشهری در ارتباط است. این فرم از گردشگری، خود به انواع مختلفی قابل طبقه بندی است که برای مثال می توان به گردشگری برنج، دام، چای، گندم و جو و یا به نوعی تحت عنوان گردشگری مزرعه هم از آن یاد کرد.

در این مقاله به گردشگری چای به عنوان بخشی از این گونه از گردشگری پرداخته می شود. ناحیه چایکاری ایران شامل دو استان گیلان و مازندران با مساحتی بالغ بر ۲۰ هزار هکتار می تواند به عنوان یکی از محور های توسعه گردشگری چای در خاور میانه و بخصوص در ناحیه جنوبی دریای خزر مطرح باشد که با یک برنامه ریزی دقیق با تکیه بر تجارب بین المللی می توان از این ظرفیت هم برای توسعه گردشگری و هم بهبود معیشت جامعه چایکاران و سایر مردم محلی بهره برد.





چنگ و همکاران (۲۰۰۱) در نظرسنجی خود از توریست‌ها در زینگ یانگ چین، متوجه شدند که گردشگران دوست‌دار گردشگری چای عمدتاً بین سنین ۳۱ و ۴۰ سال هستند و عادات‌های نوشیدن چای تأثیر قابل‌توجهی بر نگرش مردم نسبت به توریسم چای دارد. جاذبه های گردشگری چای می‌تواند در قالب مولفه‌هایی چون: اقامت در کارخانه چای با غذای تازه ارگانیک در باغ، پیاده روی در باغ چای، مشاهده فرآیند تولید چای، تست چای، تعامل با کارگران باغ چای، برنامه‌های سنتی جامع محلی، تورهای طبیعت گردی و گشت و گذار، قطار سواری، بازدید با تراموا از مسیر راه آهن هیمالیا، سرگرمی‌های متفرقه با گلف، تنیس و بازی داخل سالن و... مطرح باشد.

این نوع گردشگری، برای نشان دادن مناطق کاشت چای با محیط طبیعی زیبا یا میراث تاریخی ویژه، توسعه پیدا کرده‌است. فرهنگ چای از طریق فعالیت‌های متنوع مانند ترویج، تماشا، یادگیری، خرید و دیگر انواع تجارب سرگرمی و گردشگری منتقل می‌شود.

گردشگری چای در چین به شکل موزه‌های چای، باغ‌های چای، فعالیت‌های مربوط به چای، چای عصرانه، رویداد‌های چای، عملکرد محلی چای و محصولات مرتبط با چای توسعه یافته‌است. همچنین در استان فوجیان هنرهای مربوط به چای و مراسم‌ها و آیین‌های مرتبط با آن از رشد خوبی برخوردار است. در سریلانکا، انتظارات گردشگران چای از یک مقصد چای آرامش‌دهنده محیط‌های خانوادگی و مزارع چای می‌باشد.

گردشگری چای به عنوان شکلی از گردشگری سبز و پایدار و همچنین انتقال دهنده جهانی فرهنگ چای، یک بازار بالقوه بزرگ را شامل می‌شود. با این حال، مطالعات منتشر شده بر روی فعالیت‌های گردشگری چای بسیار محدود است و اطلاعات کمی در مورد ویژگی‌های گردشگران و گردشگری چای موجود است.

در طی سال‌های اخیر آژانس‌های گردشگری، گردشگران را به مقاصد چای مانند چین، ژاپن و انگلیس جذب می‌کنند و در ذهن آنها خاطره خوبی از سرزمین‌های مهد نوشیدنی مورد علاقه‌شان به یادگار می‌گذارد. محصولات محلی که در قالب سوغاتی و هدیه به فروش می‌رسند، به نوبه خود فرصتی را برای کشورهای میزبان ایجاد می‌کند تا گردشگران ضمن اینکه مجدد به آنجا سفر کنند، مقصد خود را تبلیغ کنند.



## برخی از جاذبه های گردشگری چای در جهان



بازدید از مزارع چای



مسیرهای پیاده روی در مزرعه



موزه چای



مشارکت کار در مزرعه و سایت های فراوری



نصب زیپ لاین بر روی مزرعه



اقامت و پذیرایی در چای باغ



چای کشت شده در لاهیجان خیلی زود نتیجه داد. فرایند فراوری آن نیز به صورت دستی بود که این مسئله نیز در کیفیت و طعم آن نقش داشت. بعد از لاهیجان، چای در شهرهای لنگرود، املش، رودسر در شرق گیلان، فومن و صومعه سرا در غرب گیلان و همچنین در غرب مازندران یعنی در رامسر و تنکابن نیز مورد توجه قرار گرفت و کشت شد.

در حال حاضر بیش از ۲۰ هزار هکتار از اراضی استان گیلان و مازندران به کشت صنعت چای اختصاص دارد. ضمن این که معیشت بیش از ۵۵ هزار خانوار چایکار وابسته به تداوم حیات کشت و صنعت این محصول در کشور است.

لاهیجان امروزه به عنوان مرکز تاریخ و تمدن کشت چای در ایران شناخته می شود و مقبره کاشف السلطنه در این شهر به عنوان موزه چای یک نماد تاریخی و فرهنگی با ارزش محسوب می شود.

کشت چای در ایران، از سال ۱۳۱۴ هجری قمری آغاز شد. در این سال، یکی از رجال آن دوره به نام محمد میرزا قوانلو قاجار ملقب به کاشف السلطنه که به عنوان ژنرال کنسول ایران در هند مأمور به خدمت بود، توانست در بازگشت به ایران، چند بوته چای را با زحمت فراوان وارد ایران کند. وی با توجه به مطالعاتی که بر روی انواع چای و نحوه کشت آنها نموده بود، شهر لاهیجان را به دلیل وجود هوای مناسب برای کشت چای انتخاب کرد.

کاشف السلطنه در سالهای مشروطه، نمی توانست مدام در لاهیجان مستقر باشد، به همین دلیل باغ چای را به یکی از معتمدان خود به نام «بصیرالتجار» سپرد. بصیرالتجار بعد از مدتی توانست نهال چای را به میزان زیادی تکثیر و کشاورزان را به کشت آن تشویق کند.

## تاریخچه چای در ایران

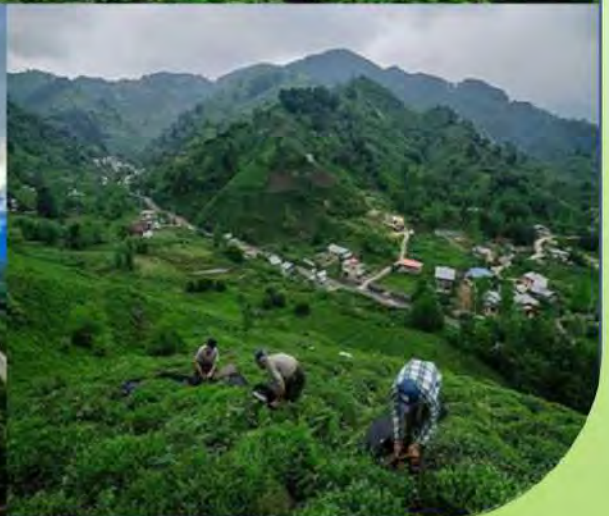
سابقه مصرف چای در ایران به عنوان یک نوشیدنی اعیانی، به قرن هفدهم میلادی می رسد.

مشخص نیست ایرانیان چه زمانی اولین بار با این نوشیدنی آشنا شدند. بیرونی در کتاب الصیدنه اش که در نیمه اول قرن پنجم نوشته شده، جزئیاتی در خصوص گیاه چای و استفاده از آن به عنوان نوشیدنی در تبت و چین آورده است. ظاهراً عادت چای نوشی تا قرن هفتم هجری به غرب آسیا نرسیده و ممکن است مغولها در اشاعه ی آن تأثیر داشته باشند. امیرکبیر، ممکن است نقشی در ترویج چای در ایران داشته باشد؛ او از دولت فرانسه دو دست ظروف چای خوری، شامل سماور نقره ای دریافت کرد. امیر کبیر انحصار سماورسازی با یارانه ی دولتی را به استادکاری در اصفهان اعطا کرد.

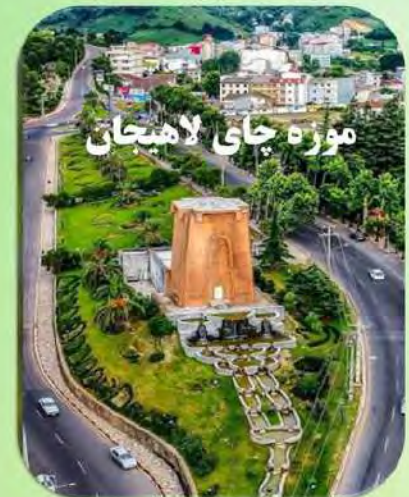
## لزوم توسعه گردشگری چای در ایران

گردشگری چای به عنوان یک گردشگری تجربه گرا می تواند باعث رونق اقتصادی این محصول استراتژیک و اقتصادی شود. در حال حاضر بخش عظیمی از مصرف چای کشور (که حدود ۴٪ از مصرف جهانی را شامل می شود) را چای های وارداتی تشکیل می دهند، در صورتی که با شناخت درست از روند تولید ارگانیک چای داخلی در چای باغهای استان های شمالی، می تواند باعث تغییر الگوی مصرف مصرف کنندگان شود. این امر با توسعه زیرساخت های گردشگری چای در این استان ها امکان پذیر خواهد بود. از طرفی گردشگری چای، به عنوان بخشی از گردشگری خوراک و نوشیدنی، می تواند با برگزاری رویدادها و تورهای از مزرعه تا سفره (مزرعه تا فنجان)، طیف وسیعی از گردشگرانی که در فصول خلوت به دنبال یک مقصد گردشگری مناسب می گردند را به چای باغ ها بکشاند و باعث رونق کشاورزی و گردشگری در مناطق هدف شود. برای توسعه این گردشگری و استفاده بهینه از ظرفیت های گردشگری در استان های شمالی کشور می توان در آینده به رونق تولید در این استان و ترغیب کشاورزان به حفظ اراضی و انجام فعالیت های کشاورزی امید داشت.

با توجه به اینکه استانهای شمالی جزو مقاصد اصلی گردشگری داخلی هستند، قرارگیری گردشگری چای در بسته های گردشگری آژانس ها و موسسات گردشگری می تواند اولین قدم در این مسیر باشد تا بتوان با اخذ بازخوردهای گردشگران نسبت به توسعه این گردشگری و معرفی آن به عنوان یک مقصد نهایی گردشگری برنامه ریزی و اقدام نمود.



برخی از فرصتهای گردشگری چای در ایران



مشارکت در برداشت



## رویکرد فلسفی و معنوی در گردشگری



دکتر مجید سریزدی

رئیس هیات مدیره شرکت توسعه و  
عمران منطقه نمونه گردشگری سریزد

گردشگری با سفر کلید می خورد و این انسان است که سفر را ایجاد و آغاز می کند. مسیری که از درون خود و از گذشته های دور شروع می شود و به سمت آینده ای لایتناهی حرکت می کند.

براستی فلسفه انسان و خلقت چیست؟ آدمی اگر رها شود به کدامین سمت حرکت می کند؟

پرسشی پر پاسخ اما بی جواب؛ آیا می توان دریافت که در خودآگاه و ناخودآگاه انسان، چه می گذرد؟

سفر، تحقق فلسفه وجود انسان و خلقت می باشد، حرکتی که نتیجه آن می تواند منجر به کسب سعادت و خوشبختی او شود. در واقع سفر نوعی جستجوی خودآگاه و ناخودآگاه در معنای زندگی می باشد و آغاز این مسیر، جستجو در معنویت است. معنویتی که ریشه در درون انسان دارد.

اگرچه امروز سفر، سیر و سیاحت را در مفهوم صنعتی آن، به عنوان گردشگری بیان کرده اند، با این حال ماهیت و فلسفه سفر، تحقق اهداف رشد، تعالی و کسب کمال انسانی است که بعد معنوی سفر، در عنوانی به نام «گردشگری و معنویت» بیان می شود.

گردشگری از جمله تجربیات زندگی صنعتی است که آورده های بسیاری برای بشر به همراه داشته است. درآمدهای اقتصادی سطح کلان تا بهبود کیفیت زندگی فردی از جمله دستاوردهای گردشگری برای بشر است؛ لذا در سال های اخیر شاهد توجه بیشتر به سفر در میان جوامع هستیم که رویکردهای متفاوتی را به سفر اتخاذ کرده اند، زیرا در فراسوی تجربه سفر، نتایج بسیار با اهمیت تری برای انسان در زندگی مشاهده شده است که می تواند نقش بسزایی در سلامت جسم و روان داشته باشد. با این حال ذکر این نکته ضروری است که این دستاوردها پایدار و مانا نخواهند بود، مگر اینکه به ماهیت معنوی سفر توجه شود.

در این مقاله با یک رویکرد فلسفی و معنوی به سفر مواجهیم که کمی ما را از ابعاد مادی سفر و گردشگری جدا می کند.

خالق



خلقت

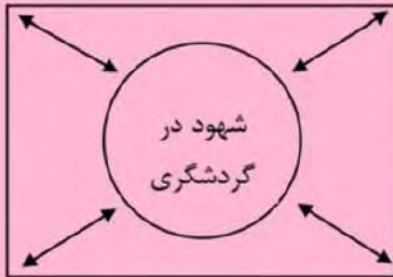
خود انسان

بنا به تعریف، معنویت به معنای ارتباط انسان با خود، خلقت و خالق است. نتیجه سفر با همگامی معنویت، کسب حقیقت جویی برای دستیابی به سلوکی متعالی است، حتی اگر زیبایی ها و جاذبه های مادی سفر، حاکمیتی در فرآیند تاثیرگذاری بر جسم و روح انسان گردشگر داشته باشد.

نکته اینجاست که هر چقدر سفر بتواند انسان را به معنویت و درون خود هدایت کند و با وی هم قدم شود، فطرت پاک او به دلیل دوری از وابستگی ها و اتصالات به مظاهر زندگی، نمایان تر خواهد نمود.

در واقع جوهره معنویت در سفر، خود انسان است. اوست که با درک از شهود و اتصال به ضمیر خودآگاه و ناخودآگاهش، هم خود را متأثر می کند و هم بر دیگران تاثیر می گذارد، چرا که شهود، دانشی بی نیاز از اثبات و استدلال و عقلانیت است.

انسان  
(جسم، فکر)



انسان  
(معنویت)

انسان  
(گردشگر)

انسان  
(روح، اندیشه)

شهود، نوعی روشنگری درونی است، واقعیتی آمیخته به احساس و عقلانیت برای ظهور شعور و آگاهی.

در واقع این نوع بینایی، نظر به احوالات گوناگون درونی در تماس با واقعیات، قابل رویت نیست. شهود وسیله‌ای حیاتی برای به حقیقت پیوستن رویاهاست.

با این تعاریف می‌توان گفت، شهود انسان گردشگر؛ نوعی آگاهی است.

فلسفه معنویت در گردشگری، رجوع به خویشتن خویش در مسیر تعالی و تکامل است و چنانچه تعریف معنویت را براساس روابط ذکر شده، تصویر کنیم اگر این بعد ماورایی و روحانی همراه با گردشگر باشد، دور از باور نخواهد بود که گفته شود هر گردشگر، یک پیامبر است و لحظه شروع حرکتش، آغازین رسالت اوست.

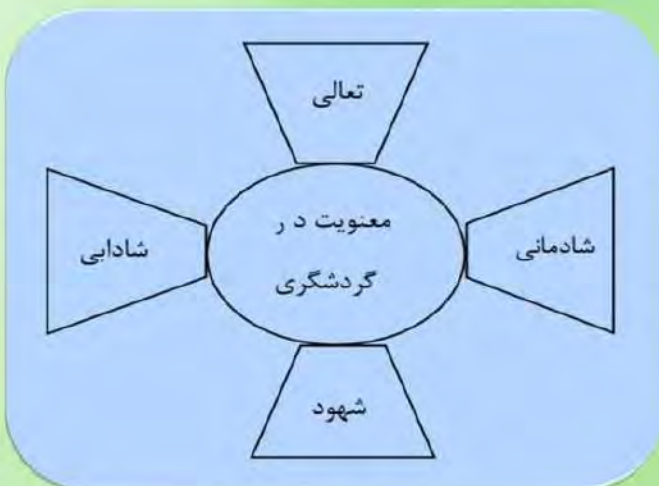
معنویت می‌تواند هادی گردشگر در مسیر تعالی باشد و تجربه‌ای را نصیب او گرداند. شاید بتوان گفت بزرگترین رسالت فلسفه، درک معانی زندگی است، آنچه انسان گردشگر آن را در سفر جستجو می‌کند، انسان عابد، در مسجد و عارف بی پروا، در خرابات می‌یابد.





## سفر از خویشتن باید "مولانا"

معنویت کرانه ندارد، زیرا هر آنچه به درون انسان باز می‌گردد، معنوی است. لذا می‌توان به این نکته رسید که فلسفه معنویت از جنس مادی نیست، چراکه مادیگرایان از معنویت فاصله دارند.



## در آمیختگی معنویت و گردشگری

چه اینکه معنویت در سفر ذاتی باشد یا اکتسابی، در اصل تفاوتی در مفهوم آن ایجاد نمی‌کند. هدف همراهی معنویت و آمیختگی معنویت در گردشگری است.

آنچه منجر به فرهیختگی انسان گردشگر می‌شود همین آمیختگی است که او را به پرواز و کنکاش در درون خویش دعوت می‌کند که این مهم، جز به غیر از فلسفه خلقت نخواهد بود.

## معنویت در ذات گردشگری است

تعریف معنویت در سفر، نامترادف با توجه به غیر مادیت نخواهد بود چرا که حتی ارتباط انسان با خلقت نیز در چهار چوبی از مادیت قرار دارد.

آنچه مورد توجه می‌باشد این است که با آمیختن و بالفعل کردن معنویت و برجسته نمودن و همراهی آن با انسان گردشگر به تجربه های سفر، حظ معنوی نیز افزوده خواهد شد.

این نتیجه از سفر به همراه سایر تجربیات، علاوه بر نشاط روح و تکامل انسان، او را به وحدت و جاودانگی فرا می‌خواند و این همان نقطه عطفی است که انسان رها شده را به خویشتن خویش می‌خواند و باز می‌گرداند.

معنویت در گردشگری یک ظرفیت مغفول است

هر چقدر انسان ها به گذشته خود گره بخورد به سوی یگانگی باز می‌گردد و به اصالت انسان که ریشه در بدو خلقتش دارد، نزدیک تر می‌شود.

نقطه آغازین بشر، اشتراکی بر اصالت ذاتی اوست، گو اینکه از آن زمان هر چه می‌گذرد فاصله او با اصالت، بیشتر و بیشتر می‌گردد و ثمره این دوری، نتیجه ای جز جنگ ها و نسل کشی ها و ناهنجاری ها نخواهد داشت.

پس معنویت در سفر نه تنها یک الزام، بلکه ضرورتی برای بقای بشری است. به عبارتی رویکرد معنویت در گردشگری، سرآغازی، دوباره برای باز پیوستن و وحدت انسان در عصر کنونی خواهد بود.



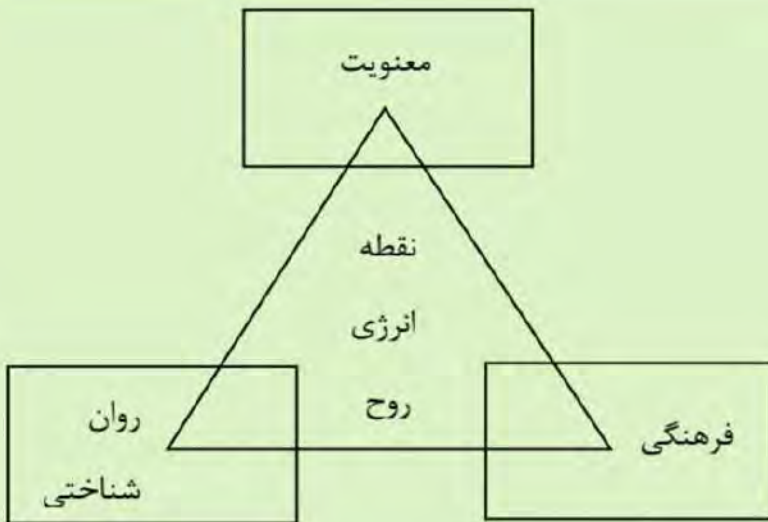
## ریتم موسیقایی و سمفونی

### معنویت در گردشگری

جوهره ریتم موسیقایی، وحدت است. وحدتی با خویش و مخلوقات و خالق. شرایط زندگی در عصر حاضر نیز بشدت نیازمند تاثیر پذیری از روح معنوی است.

در تعریف ریتم و نظم آمده است که ریتم تناسبی بین کشش نت ها، سکوت ها، و ضربه های قوی و ضعیف در میزان ها که با ایجاد وحدت با دیگر صداها، مفهوم پیدا کند و سمفونی به معنی هم صدایی و هم آوایی منظم و معین و هدایت شده است.

سمفونی در موسیقی به قطعه ای ارکسترال گفته می شود که از چند بخش مجزا بنام موومان تشکیل شده است، هر کدام از موومان ها با ضرب آهنگ خود، نواخته می شوند و در نهایت این ضرباهنگ ها هستند که روح را به وجد و وحدت و رقص در می آورند. معنویت در گردشگری نیز، دارای ریتم و ضرباهنگ و موومان می باشد. هر گام یک گردشگر معنوی، یک نت است و حرکت موسیقایی و ضرباهنگ کلی نظام معنویت در گردشگری نیز به مشابه یک سمفونی که با وحدت روح، روان، درک و شهود، انسانیت را به اوج انرژی و کمال می رساند. اگر با روح آمیخته شویم او نیز همراهمان خواهد شد و از انرژی سرشارش بی نیازمان خواهد نمود. معنویت در ذات انسان نهفته است و با اتصال حوزه روان شناختی، معنایی نوین پیدا خواهد کرد.



علاوه بر این حوزه، شناخت و بررسی بعد فرهنگی معنویت و تاثیر آن در فرهنگ (یافته های غیر مادی گردشگر) و اتصال معنوی گردشگران از منظر تناسبات فرهنگی و ارتباطشان با اندیشه و درک روحانی انسان مورد توجه خواهد بود. در این محدوده ابعاد روانشناختی فرهنگی و معنوی گردشگری دارای نقاط تلاقی و اشتراک بوده که در این نوشته از آن به عنوان نقطه انرژی نام برده می شود. شاید در نظر اول، معنویت در گردشگری به قاعده و رعایت قوانین، بدعت گذاری شده باشد اما در معنای واقعی آن حکمتی شهودی نهفته که از جوهره یک عشق درونی سرچشمه می گیرد و با سفر، به مرحله اوج و ظهور می رسد.

بازتاب سمفونی در گردشگری، رقص روح است، رقص

انرژی وجودی انسان است.

سماع روح و رقص انرژی رقص کنان، نجوا کنان، بوسه

زنان، کف زنان، نردبانی میگذاریم، تا عرش؛ قدم به قدم، گام

به گام، لحظه لحظه تا خود خدا.

## اگروتوریسم، اگریتوریسم، فارم توریسم؟ یک تحلیل تطبیقی



**دکتر لیلا طاهری**

فعال بخش خصوصی و مدرس گردشگری  
کشاورزی



**دکتر مهدی بهاروند**

رئیس گروه توسعه محصولات  
گردشگری، معاونت گردشگری

### چکیده

هر چند که اگروتوریسم یا فارم توریسم، فعالیتی گردشگری است که از مدت ها پیش در محیط روستایی انجام شده و در طی سال های اخیر به شدت مورد توجه بوده است، اما به نظر می رسد که هنوز ابهامات زیادی در ارائه آن وجود دارد. رویکردهای متفاوت کشاورزان و گردشگران در مورد این فعالیت، هر گونه اقدام در جهت ارائه ی تعریفی کامل از اگروتوریسم را دشوار می کند. همین پدیده در کاوش های علمی اتفاق می افتد؛ جایی که عبارات اگروتوریسم، اگریتوریسم و فارم توریسم، بی آن که با هم تلاقی کنند، در طول هم قرار می گیرند. مزید بر این تفاوت های واژگانی که باعث افزایش ابهام در استاندارد سازی این فعالیت می شود و ارائه تعریف از محصولات گردشگری کشاورزی را دشوار می کند. در حقیقت نه تنها اصطلاحات استفاده شده برای تشریح فعالیت و محصولات گردشگری کشاورزی از کشوری به کشور دیگر متفاوت است، بلکه برداشت و استنباط از تعاریف «محیط کشاورزی» و «محیط گردشگری» گاهی چنان متفاوت است که بسختی می توان میزان و تصویر آماری مشترکی از اگروتوریسم به دست آوریم. با این وجود انتخاب تعاریف مربوط به اصطلاح شناسی، کار ساده ای نیست و مستلزم تصمیمات حقوقی، پروسه های اداری و درخواست کمک مالی از نهادهای مربوط است. همچنین انتخاب یک تعریف، مستلزم سبک شناسی تحقیقات بکار رفته جهت ارزیابی فعالیت های اگروتوریسم است که تاثیری تعیین کننده روی مطالعات، پیامدهای اقتصادی و تاثیرات اجتماعی وابسته به این فعالیت دارد. سرانجام، تعریف بکار رفته ممکن است نتایجی مانند اهمیت بخشی به یکی از این دو عامل داشته باشد: کشاورزی یا گردشگری.

هدف این تحقیق، شناسایی بهتر تفاوت های واژه های مختلفی است که برای نامیدن این تجربه گردشگری در محیط کشاورزی به کار رفته است. به شیوه ای کاملاً مشخص، هدف از تحقیق ما، شناختن شکلی است که اصطلاحات اگروتوریسم، اگریتوریسم و فارم توریسم به خود داده اند. برای تحقق این هدف، تحقیق ما در برگزیده ی سه بخش می باشد. اولین بخش شامل تعاریف وابسته به زمینه ی اگروتوریستی است به همراه یک مجله ی تجربی شامل تحقیقاتی که در مورد فارم توریسم و اگروتوریسم انجام شده است. بخش دوم شامل معرفی طبقه بندی عواملی است که مشخص می کنند، اگروتوریسم چیست؛ نه از نقطه نظر فعالین این بخش بلکه از منظر عرضه ی بازرگانی. بخش آخر تبادل نظر در مورد نتایج و محدودیت های آن و راه های جستجو را پیشنهاد می کند.

مطلب پیش رو ترجمه ای است از  
مقاله ی:

Pascale Marcotte, Laurent Bourdeau et Maurice Doyon, Agrotourisme, agritourisme et tourisme à la ferme ? Une analyse comparative. 2006. <http://journals.openedition.org/teoros/1091>

## جدول شماره ۱- فهرست منابع بررسی شده و عنوان استفاده شده برای فعالیت

نوع مستندات	کشور	نام گذاری	نام نویسنده
علمی	فرانسه	اگروتوریسم	بازین ۱۹۹۳
علمی	فرانسه	اگروتوریسم	بگون و دیزز ۱۹۹۵
علمی	فرانسه	اگروتوریسم	بوشوت ۱۹۹۵
حرفه ای	کانادا	اگروتوریسم	بوک در بوره، مارکوت و دیویون ۲۰۰۲
علمی	فرانسه	اگروتوریسم	دیزز ۱۹۹۹
حرفه ای	کانادا	اگروتوریسم	انجمن نایت دی، دلبیو ۱۹۹۹
حرفه ای	فرانسه	اگروتوریسم	کرامونده، مورت و پورت فیه ۱۹۹۸
حرفه ای	کانادا	اگروتوریسم	گروه مشاوران اگروتوریسم کبک ۱۹۹۸
حرفه ای	کانادا	اگروتوریسم	گروه نمونه ۱۹۹۷
حرفه ای	فرانسه	اگروتوریسم	مارد ۱۹۹۴
حرفه ای	آمریکا	اگروتوریسم	هلیجی و کوهن ۲۰۰۱
علمی	یونان	اگروتوریسم	لاکووییدو و ترتر ۱۹۹۵
حرفه ای	فرانسه	اگروتوریسم	مارتین - کروز ۱۹۹۱
علمی	ایتالیا	اگروتوریسم	اومه و سیانی ۲۰۰۰
حرفه ای	فرانسه	اگروتوریسم	پوه و مارسل پوآل ۲۰۰۱
حرفه ای	آمریکا	اگروتوریسم	مزرعه مرکزی کوچک ۲۰۰۴
علمی	زلاتندو	فارم توریسم	کلارک ۱۹۹۶
حرفه ای	انگلیس	فارم توریسم	مرکز تعطیلات رفاهی دارینگتون ۱۹۷۴
علمی		فارم توریسم	داویس و ژیلبرت ۱۹۹۲
علمی		فارم توریسم	دنمان ۱۹۹۴
حرفه ای		فارم توریسم	دنمان و دنمان ۱۹۹۰
علمی	اروپا	فارم توریسم	دنوا ۱۹۸۳
علمی		فارم توریسم	ایوانس و الیری ۱۹۸۹
علمی	کانادا	فارم توریسم	فل و ویور ۱۹۹۷
علمی		فارم توریسم	فرانز ۱۹۸۳
علمی	سوئد	فارم توریسم	گوسلینگ و نائسون ۲۰۰۲
علمی		فارم توریسم	هولند ۱۹۸۲
علمی		فارم توریسم	ایلیری و آل ۱۹۹۸
علمی		فارم توریسم	مورفی ۱۹۸۵
علمی		فارم توریسم	بیرس ۱۹۹۰
حرفه ای	زلاتندو	فارم توریسم	رایرس ۱۹۹۲
حرفه ای		فارم توریسم	حیث گردشگری ویز ۱۹۸۶

### منطقه روستایی و زراعی

علاوه بر عبارت‌های اگروتوریسم و فارم توریسم، در متون نگارش شده درباره‌ی اگروتوریسم، این عبارات را می‌بایم: اکوتوریسم، توریسم سبز، توریسم پایدار، توریسم کشوری، توریسم دشت و صحرا، تعطیلات در مزرعه، توریسم روستایی. اگر واژه‌ها مطابق موضع‌گیری جدید دولت و کشاورزان به فعالیت‌های گردشگری ساخته می‌شود، تشخیص میان هر یک از این عبارات‌ها متناسب با مکان اجرای آن بهتر مشخص می‌شود: پارک ملی، حیات وحش، دشت و صحرا، مزرعه کشاورزی.

تا آنجایی که به تحقیق ما مربوط می‌شود، از منظر ادبی، مفهوم اگروتوریسم یا فارم‌توریسم در بطن گردشگری روستایی قرار دارد. گردشگری روستایی، شکلی از گردشگری است که سایر انواع دیگر را در بر می‌گیرد. مثال: توریسم موروثی، اکوتوریسم (آسی دی ۱۹۹۴). در حقیقت گردشگری روستایی دربرگیرنده‌ی مجموعه فعالیت‌های گردشگری تعریف شده در فضایی روستایی است (فیکه، ۱۹۹۲؛ بوردو ۲۰۰۱؛ کاولی و گافی، ۲۰۰۲). همچنین می‌توان گفت که گردشگری روستایی وابسته به یک تجربه‌ی تفریحی است که فعالیت‌هایش نه در محیط شهری بلکه در طبیعت کشاورزی صورت می‌گیرد.

### روش شناسی

به منظور بهتر شناختن تفاوت‌هایی که عبارات اگروتوریسم، اگریتوریسم و فارم‌توریسم را مشخص می‌کند، ما یک بررسی مقایسه‌ای، روی مدارک علمی و حرفه‌ای [نگارش شده در حوزه‌ی اگروتوریسم] انجام داده‌ایم. مقالات یا مدارک علمی مورد تحقیق، می‌بایست در مجلات دارای کمیته‌ی خوانش منتشر شده باشند و یا گزارش کنفرانس‌های علمی، تز دکترای یا پایان‌نامه‌ی ارشد باشند. مقالات یا مدارک حرفه‌ای از ادارات رسمی که مستقیماً در حوزه‌ی اگروتوریسم فعالیت می‌کنند، به دست آمده است. اگر صنعت گردشگری به ویژه در اروپا بیشتر از صد سال قدمت دارد، ما بررسی خود را به مقالاتی که سی سال اخیر چاپ شده‌اند، محدود کرده‌ایم، تا مربوط به زمانی باشد که تغییرات اقتصادی و تکنولوژی در دنیای کشاورزی، محیط کشاورزی را به شکلی که ما امروزه می‌شناسیم، ایجاد کرده‌اند (تمرکز روی مزارع، صنعتی شدن، برای مزارع کوچک مقیاس که به دنبال منابع درآمد تکمیلی باشند، ضروری است).

برای ترسیم یک تصویر کلی ادبی، ما تعاریف اگروتوریسم و فارم‌توریسم را مقایسه کردیم (جدول شماره ۱). ما از ۱۷ معیار استفاده کردیم و براساس آن، مزارع را به دو دسته مزارع اگروتوریسم یا فارم‌توریسم تقسیم کرده‌ایم. این معیارها از مطالعه متون بدست آمده است. دو کارشناس در زمینه تولیدات خوراکی-کشاورزی و گردشگری، پس از مطالعه این مستندات، فهرستی از معیارها را برای تعریف اگروتوریسم تعیین کرده‌اند.

بنظر می‌رسد که تاریخچه‌ی این فعالیت‌ها، نامگذاری آن‌ها را تحت تاثیر قرار داده است. در حقیقت در طی سال‌های اخیر، صنعتی شدن، تخصصی شدن و تمرکز فعالیت‌ها مانند رقابت بین‌المللی، بهره‌برداران بخش کشاورزی را وادار ساخته تا منابع درآمدی خود را تنوع ببخشند و این مساله بسیاری از جوامع را به حمایت از خلاقیت و نوآوری در صنعت اگروتوریسم سوق داده است. در چنین فضایی، استقبال از گردشگران در مزرعه تبدیل به روشی برای تنوع بخشی به درآمد و مانع ورشکستگی کشاورزان خرده پا شده است (بوردو و آل، ۲۰۰۱). بنابراین فعالیت وابسته به اگروتوریسم، به‌عنوان فعالیت جانبی وابسته به فعالیت‌های کشاورزی در نظر گرفته می‌شود. در طول سال‌های دهه‌ی ۹۰ میلادی، عبارات اگروتوریسم و اگروتوریسم وارد ادبیات شدند و به نوبه‌ی خود تلوپها توانستند دو فعالیت گردشگری و کشاورزی را در یکدیگر ادغام و به چرخه‌ی فعالیت‌های گردشگری وارد کنند. در حقیقت با ایجاد مزارع جدید اگروتوریستی توسط نوروستانیان و تنوع بخشی فعالیت‌های کشاورزی، عبارات اگروتوریسم و اگروتوریسم برای معرفی بسیاری از مزارع کشاورزی استفاده شد که در آنجا، جنبه‌ی گردشگری بر جنبه‌ی کشاورزی ارجحیت داشت. در چنین حالی، عموماً اگروتوریسم و گردشگری روستائی بیشتر به‌عنوان یک جایگزین معرفی می‌شدند تا مکمل بخش کشاورزی (فلشر و چتچیک، ۲۰۰۴).

با این وجود، تعاریف ارائه شده از «منطقه روستائی» نادقیق به نظر می‌رسد و مناطق حاشیه‌ی شهر را که می‌توانند پذیرای فعالیت‌های گردشگری با ماهیت روستائی یا زراعی باشند، در ابهام باقی می‌گذارد. بدیهی است که تعریف منطقه‌ی روستائی و منطقه‌ی شهری برای تائید و تشخیص مکان‌هایی که در طول پنجاه سال اخیر توسعه یافته‌اند، مناسب نیست. برای تمایز گردشگری روستائی از گردشگری در مناطق غیرشهری، بسیاری از کارشناسان، گردشگری روستائی را به‌عنوان نوعی از گردشگری تعریف کرده‌اند که در مناطقی با ماهیت فعالیت نیروی کار بویژه در بخش کشاورزی انجام می‌شود (درنوآ، ۱۹۸۳؛ اوپرمان، ۱۹۹۶). این وجه تمایز به ما اجازه می‌دهد که اشکال مختلف گردشگری اجرا شده در زمین‌های نامنظم، پارک‌ها و منابع طبیعی را از گردشگری کشاورزی جدا کنیم. همچنین باید پرسید که آیا گردشگری بیلاقی زیر مجموعه‌ی گردشگری روستائی است؟ گذراندن تعطیلات آخر هفته در مراکز بیلاقی، زندگی شهری را به زندگی روستائی بسیار نزدیک کرده است.

استفاده از عبارات اگروتوریسم، اگروتوریسم یا فارم توریسم به واسطه‌ی مکانی تعیین می‌شود که فعالیت در آن واقع می‌شود، و اینکه حتماً در مزرعه باشد.

استفاده کردن از عبارات مختلف توجه ما را به این نکته جلب می‌کند که گردشگران قبل از هر چیز در جریان بازدید از مزرعه، یک تجربه‌ی گردشگری خواهند داشت. تجربه به‌عنوان بخش جدایی ناپذیر گردشگری، با مشارکت در فعالیت‌ها یا با حضور ساده‌ی گردشگران در یک سایت گردشگری بوجود می‌آید و ماهیت عبارات مختلف مورد استفاده را مشخص می‌کند.

محصول اگروتوریسم در مفهوم وسیعی بعنوان تجربه‌ای که در طول یک سفر در محیط کشاورزی روی می‌دهد، تعریف شده است. در خلال کسب این تجربه، یک کنش متقابل میان گردشگران، فعالان بخش کشاورزی و غذایی-کشاورزی روی می‌دهد. خاطر نشان می‌شویم که اگروتوریسم اروپایی بویژه فرانسوی، بیشتر به واسطه‌ی گذراندن تعطیلات در دشت و صحرا توصیف می‌شود. همچنین عبارات گردشگری روستائی و فارم توریسم بدون تفاوت گذاری استفاده می‌شوند و اصطلاحی خاصی برای فعالیت‌های گردشگری در مراکز اگروتوریستی نیست.

به عبارت کلی ما یک تغییر تدریجی در بین عبارات گردشگری روستائی، اگروتوریسم و فارم توریسم ملاحظه کرده‌ایم. این سه عبارت همانطور که از اسم شان پیداست، هم معنی نیستند. گردشگری روستائی تمام فعالیت‌های گردشگری انجام شده در زمین‌های روستائی را در بر می‌گیرد، اگروتوریسم در محیط کشاورزی یا در محیطی با گرایش کشاورزی انجام می‌شود در حالیکه فارم توریسم به زمین‌های مزروعی محدود می‌شود.



نام نویسنده	نام گذاری	کشور	نوع مستندات	ارتباط یا محیط روستا	مزرعه کشاورزی	مزرعه دالر	مزارع کوچک مقیاس	نوع بخشی
بازین ۱۹۹۳	اگروتورسم	فرانسه	علمی			۱		
یکون و دیزز ۱۹۹۵	اگروتورسم	فرانسه	علمی			۱		
بوشوت ۱۹۹۵	اگروتورسم	فرانسه	علمی			۱		
بوک در بوردو، مارکوت و دیبون ۲۰۰۲	اگروتورسم	کانادا	حرفه ای		۱			
دیزز ۱۹۹۹	اگروتورسم	فرانسه	علمی			۱		
انجمن نایت دی، دلبلیو ۱۹۹۹	اگروتورسم	کانادا	حرفه ای	۱				
گراموند، مورت و پورت فه ۱۹۹۸	اگروتورسم	فرانسه	حرفه ای		۱			
گروه مشاوران اگروتورسم کبک ۱۹۹۸	اگروتورسم	کانادا	حرفه ای	۱				
گروه نمونه ۱۹۹۷	اگروتورسم	کانادا	حرفه ای	۱				
هارد ۱۹۹۴	اگروتورسم	فرانسه	حرفه ای			۱	۱	
هیلچی و کوهن ۲۰۰۱	اگروتورسم	آمریکا	حرفه ای		۱			
لاکویدو و ترنر ۱۹۹۵	اگروتورسم	یونان	علمی	۱				
مارتین - کروز ۱۹۹۱	اگروتورسم	فرانسه	حرفه ای					
اوهه و سیانی ۲۰۰۰	اگروتورسم	ایتالیا	علمی			۱		
پره و مارسل پوال ۲۰۰۱	اگروتورسم	فرانسه	حرفه ای			۱		
مزرعه مرکزی کوچک ۲۰۰۴	اگروتورسم	آمریکا	حرفه ای		۱			
کلارک ۱۹۹۶	فارم تورسم	زلاتندو	علمی		۱			
مرکز تحقیقات رفاهی دارتینگتون ۱۹۷۴	فارم تورسم	انگلیس	حرفه ای			۱		
داویس و زلیبوت ۱۹۹۳	فارم تورسم		علمی	۱		۱		
دنمان ۱۹۹۴	فارم تورسم		علمی			۱		
دنمان و دنمان ۱۹۹۰	فارم تورسم		حرفه ای			۱		
درنوا ۱۹۸۳	فارم تورسم	اروپا	علمی			۱		
ایوانس و ایلیری ۱۹۸۹	فارم تورسم		علمی					
فنتل و ویور ۱۹۹۷	فارم تورسم	کانادا	علمی			۱		
فراتر ۱۹۸۳	فارم تورسم		علمی			۱		
گوسلینگ و ماتسون ۲۰۰۲	فارم تورسم	سوئد	علمی	۱		۱	۱	
هولند ۱۹۸۲	فارم تورسم		علمی			۱		
ایلیری و آل ۱۹۹۸	فارم تورسم		علمی			۱	۱	
مورفی ۱۹۸۵	فارم تورسم		علمی			۱		
پیپرس ۱۹۹۰	فارم تورسم	زلاتندو	علمی			۱	۱	
رابرتس ۱۹۹۳	فارم تورسم		حرفه ای			۱		
هیبت گردشگری ولز ۱۹۸۶	فارم تورسم		حرفه ای			۱		
مجموع				۶	۵	۲۴	۴	۳

عنوان تولیدکننده کشاورزی	خدمات گردشگری عادی	اقامت	فروش محصولات کشاورزی	رستوران داری	شرکت در فاینالهای مززعه	پویانمایی و استقبال	تناسب نسبی گردشگری با کشاورزی	ارتباط کشاورز با گردشگر	گردشگری سودمند کشاورزی	ارزش افزوده محصولات کشاورزی	اعتبار	شبهه توزیع منطقه ای	نام گذاری	نام نویسنده
		۱		۱		۱							آگرونورسم	بازین ۱۹۹۳
۱							۱						آگرونورسم	بگون و دیز ۱۹۹۵
	۱												آگرونورسم	بوشوت ۱۹۹۵
							۱						آگرونورسم	بوک در بوردو، مارکوت و دویون ۲۰۰۲
۱	۱												آگرونورسم	دیز ۱۹۹۹
	۱		۱		۱	۱		۱	۱				آگرونورسم	انجمن نایت دی، دلبو ۱۹۹۹
۱	۱												آگرونورسم	گراموند، مورت و پورت فه ۱۹۹۸
۱						۱	۱	۱		۱	۱	۱	آگرونورسم	گروه مشاوران آگروتوریسم کبک ۱۹۹۸
	۱							۱					آگرونورسم	گروه نمونه ۱۹۹۷
	۱	۱				۱			۱				آگرونورسم	هارد ۱۹۹۴
													آگرونورسم	هیلچی و کوهن ۲۰۰۱
	۱	۱	۱						۱		۱		آگرونورسم	لاکوویدو و ترنو ۱۹۹۵
۱	۱												آگرونورسم	مارتین - کووز ۱۹۹۱
۱													آگرونورسم	اوهه و سیانی ۲۰۰۰
۱	۱												آگرونورسم	پره و مارسل پوال ۲۰۰۱
					۱	۱							آگرونورسم	مززعه مرکزی کوچک ۲۰۰۴
	۱		۱				۱						فارم تورسم	کلارک ۱۹۹۶
													فارم تورسم	مرکز تحقیقات رفاهی دارتینگتون ۱۹۷۴
						۱							فارم تورسم	داویس و ژیلبرت ۱۹۹۲
													فارم تورسم	دنمان ۱۹۹۴
													فارم تورسم	دنمان و دنمان ۱۹۹۰
		۱											فارم تورسم	درنوا ۱۹۸۳
۱	۱	۱				۱							فارم تورسم	ایوانس و ایلیری ۱۹۸۹
	۱	۱							۱				فارم تورسم	فئل و وبور ۱۹۹۷
	۱						۱						فارم تورسم	فراتر ۱۹۸۳
									۱				فارم تورسم	گوسلینک و ماتسون ۲۰۰۲
	۱	۱											فارم تورسم	هوینلد ۱۹۸۲
													فارم تورسم	ایلیری و آل ۱۹۹۸
	۱						۱						فارم تورسم	مورفی ۱۹۸۵
۱													فارم تورسم	پیرس ۱۹۹۰
	۱					۱							فارم تورسم	رایرتس ۱۹۹۲
													فارم تورسم	هیبت گردشگری ولز ۱۹۸۶
۱۰	۱۹	۷	۳	۱	۵	۶	۶	۳	۵	۱	۲	۱		جمع

## فعالیت‌های گردشگری در مزرعه: اقامت و پویانمایی

امکان اقامت در مزرعه به‌عنوان تفاوت میان فارم‌توریسم و اگروتوریسم مطرح است. در این مورد، درنوآ (۱۹۸۳) یکی از اولین نویسندگانی بود که تصریح کرد: اقامت در مزرعه، ویژگی اصلی است که باعث می‌شود بتوانیم فارم‌توریست‌ها را از اسکورژنیست‌ها (گردشگران محلی) تشخیص دهیم. بنابراین نویسندگانی که از مقاله‌اش الهام گرفتند، این نظریه اصلی را دنبال می‌کنند (مهمترین آن‌ها ابرمان، ۱۹۹۶).

مع‌الوصف، الزام مزرعه‌داران به فراهم کردن امکان اقامت، جهت تضمین کردن ابعاد «گردشگری» اگروتوریسم (کاری که برخلاف اسکورژنیست‌هاست که کمتر از یک روز را در منطقه سپری می‌کنند و ممکن است ساکنان محلی باشند که بازدید می‌کنند)، اساساً یکی از دغدغه‌های مطرح شده توسط متخصصین است. از نظر آن‌ها، افراد حرفه‌ای در مورد الزام شرکت کردن در فعالیت‌های مزرعه یا داشتن ارتباط با کارکنان مزرعه یا کشاورز خیلی منعطف برخورد می‌کنند.

سازمان‌های حرفه‌ای و نویسندگان آمریکای شمالی توجه ویژه‌ای به پویانمایی و سرگرمی‌های مزرعه دارند (بعنوان مثال: مرکز مزرعه کوچک، ۲۰۰۴، گروه تمرکز بر اگروتوریسم کبک، ۱۹۹۸). توجه ویژه‌ای که سبب خلق واژه‌ای نو بنام اگریتیمنت شد (اولاند و وولف، ۲۰۰۴، اینفرا)

## تفاوت‌های فرهنگی و زبان شناختی

ما در تصویر شماره‌ی ۱ مشاهده می‌کنیم که نامگذاری بر اساس مناطق جغرافیایی که تحقیقات در آن انجام شده، متفاوت است. در حالی که بر اساس تحقیقات انجام شده در انگلیس، اتریش، آلمان یا در کشورهای اسکاندیناوی معمولاً از فارم‌توریسم و در آمریکا و بخشی از کانادا بیشتر از عبارت اگروتوریسم استفاده می‌کنند، در کشور فرانسه بیشتر از عبارت اگریتوریسم استفاده می‌شود. عبارت اگریتوریسم نامگذاری بسیار جدیدی است که در متون نگارش شده در دهه‌ی نود میلادی پدیدار شده است. تابلوی شماره‌ی ۱ نشان می‌دهد که برخلاف این تفاوت در نامگذاری، معیارهایی که این اشکال ویژه‌ی گردشگری را توصیف می‌کنند، اساساً یکی هستند. برای اجرای اگروتوریسم یا فارم‌توریسم، یک مزرعه باید در ابتدا فعالیت کشاورزی داشته باشد آنگاه خدمات گردشگری ارائه دهد.

## ماهیت حرفه‌ای فعالیت کشاورزی

ما متوجه شدیم که ارتباطی میان انتخاب نام (اگریتوریسم یا فارم‌توریسم) و این واقعیت وجود دارد که تجربه‌ی گردشگری باید روی یک مزرعه‌ی فعال کشاورزی انجام شود. همچنین تقریباً تمام نویسندگانی که روی فارم‌توریسم تحقیق می‌کنند (۱۴ نویسنده از ۱۶ نویسنده) این جنبه را متذکر می‌شوند، در حالی که کمی بیشتر از نصف نویسندگانی که از عبارت اگریتوریسم استفاده می‌کنند (۱۰ نویسنده از ۱۷)، این نکته را خاطر نشان می‌سازند. این مساله که مزرعه باید فعال باشد، به نظر می‌رسد که ویژگی کافی برای صحبت کردن در مورد فارم‌توریسم است، زیرا نویسندگانی که از این عبارت استفاده می‌کنند و الزام فعال بودن مزرعه را خاطر نشان می‌سازند، بسیار کم شمارند (فقط اوان و ایلبری، ۱۹۸۹؛ همچنین پیرس، ۱۹۹۰ آن‌را خاطر نشان کرده است)، در حالی که بیشتر از نیمی از نویسندگانی که از عبارت اگروتوریسم استفاده می‌کنند، این نکته را ذکر می‌کنند (اوه و سیانی، ۱۹۹۸). به زعم این دو نویسنده‌ی اخیر، فعالیت‌هایی که در محیط روستایی توسط غیر کشاورزان انجام می‌شوند، مانند اسکان گردشگران و رستوران‌داری، در بخش اگروتوریسم طبقه‌بندی نمی‌شوند، بلکه زیر مجموعه‌ی گردشگری روستایی هستند. همچنین خاطر نشان می‌کنیم که مساله الزام فعال بودن تولید کشاورزی در مزرعه، یک ویژگی است که مورد نظر نویسندگانی فرانسوی است (۵ مورد از ۸ مورد توسط نویسندگان فرانسوی مطرح شده است). از طرفی این ویژگی مربوط به قوانین کشور فرانسه است (دیسز، ۱۹۹۹) اما ممکن است در حال تغییر باشد. در حقیقت، قوانین کشاورزی فرانسه مربوط به سال ۱۹۸۶، در کنار فعالیت‌های گردشگری، فعالیت کشاورزی را برسمیت شناخت، مشروط بر اینکه "فعالیت تکمیلی پذیرائی از گردشگران" در کنار تولید کشاورزی باشد (بگون و دیسز، ۱۹۹۵: ۱۲۱).



## تعادل درآمدهای کشاورزی و گردشگری

بمنظور تمایز مزارعی که آگروتوریسم یا فارم توریسم را عرضه می‌کنند از دیگر انواع مزارع، بسیاری از نویسندگان پیشنهاد می‌کنند که از حداقل و حداکثر درآمدهای حاصل از فعالیت‌های آگروتوریستی در مقایسه با درآمدهای حاصل از فعالیت‌های منحصرآ کشاورزی استفاده کنند (کلارک، ۱۹۹۵؛ ۱۹۹۶).

مفهوم مزرعه «فعال» یا «حرفه‌ای» برای صلاحیت دادن به یک مزرعه‌ی آگروتوریستی یا ارائه فعالیت‌های مربوط به مزارع فارم توریسم، گرایش دارد تا مزارعی که از تولید کشاورزی درآمدی کسب نمی‌کنند، حذف کند.

گذار و عبور از فارم توریسم به آگروتوریسم براساس نظر باسی و رندل، (۲۰۰۰) زمانی اتفاق می‌افتد که درآمد گردشگری بر درآمد کشاورزی فزونی یابد. اگر این پیشنهاد تئوریک مناسب و بجا باشد، به هر حال برای تولید کنندگان کشاورزی و همچنین برای محققان دشوار خواهد بود که درآمدهای ناشی از فعالیت‌های گردشگری را از درآمدهای ناشی از فعالیت‌های کشاورزی متمایز کنند. در حقیقت فعالیت‌هایی مثل خود- برداشت می‌تواند هم بعنوان فعالیت گردشگری و هم بعنوان فعالیت کشاورزی در نظر گرفته شود که معمولاً مختص ساکنان محلی است. علاوه بر این، محصولات کشاورزی مزرعه که صرف وعده‌های غذایی گردشگران می‌شود، می‌تواند هم بعنوان درآمد کشاورزی و هم گردشگری محاسبه شود. لازم است برای تشخیص دادن آن‌ها فقط ارزش افزوده توریستی در نظر گرفته شود (تبدیل محصول و خدمات آن) از محصول کشاورزی «خام»، کاری که اصلاً ساده نیست (دون، ۱۹۹۹؛ بوردو، ۲۰۰۲؛ مارکوت و بوردو، ۲۰۰۴).

با این وجود، همگام با رشد پدیده‌ی آگروتوریستی، چارچوب حقوقی کشاورزی فرانسه انعطاف پذیرتر شده است؛ تا شمار بیشتری از فعالیت‌های گردشگری اجازه‌ی ورود پیدا کنند. قانون ۱۹۹۰ تصریح می‌کند، چون ساختار پذیرش گردشگر باعث حمایت از بخش تولید کشاورزی می‌شود، مانند بخش کشاورزی به رسمیت شناخته می‌شود. اگر فعالیت گردشگری از طریق مزارع کشاورزی محقق شود، از نقطه نظر اجتماعی در فعالیت کشاورزی اقدام می‌شود.

اضافه می‌کنیم که تعریف حقوقی «الزام فعال بودن کشاورزی در مزرعه آگروتوریستی» در تمام کشورها مشترک نیست. وانگهی مشاهده می‌کنیم که اتحادیه‌ی اروپا علیرغم این که از نظر مالی در صنعت آگروتوریسم مشارکت می‌کند و به کشورهای عضو تعهد می‌دهد که در زیرساخت‌ها و آمایش مربوط به آگروتوریسم در بسیاری از مناطق سرمایه‌گذاری می‌کند، تعیین قوانین و مقررات آگروتوریسم را به کشورهای عضو واگذار کرده است. این بلا تکلیفی در مورد تولید کشاورزی می‌تواند توجیه کند که آگروتوریسم قبل از هر چیز به واسطه‌ی خدمات گردشگری ارائه شده در مزرعه تعریف می‌شود و تولید کشاورزی اهمیت کمتری دارد (پره و آل، ۲۰۰۱).

به عکس، اهمیت ارتباطات میان مزرعه‌ی آگروتوریستی و محیط روستایی فقط توسط کانادا، آمریکا و کشورهای شمال اروپا مورد توجه قرار گرفته است. این ارتباطات ممکن است با شراکت میان اعضای اتحادیه‌های متضمن، مرتبط باشد (بریدن‌هان و ویکنز، ۲۰۰۴). از نظر نویسندگان فرانسوی، تولید کنندگان کشاورزی که مایلند فعالیت گردشگری داشته باشند، باید قبل از هر چیز دارای مزارع کشاورزی فعال باشند. بنابراین می‌توان گفت که این الزام زیربنای موجود، مبنای وجود ارتباط میان مزرعه و محیط روستایی است.

این چشم‌انداز طبقه‌ی روستایی را در کلیتش در برمی‌گیرد و محدود به محیط کشاورزی یا تولید کشاورزی نیست. این نگرش بی‌شک توجه بیشتری معطوف به این مساله می‌کند که برای گردشگران، ویژگی فعال بودن یک مزرعه، عامل تعیین کننده در انتخاب انجام دادن فعالیت آگروتوریستی نیست. دکوراسیون، وجود سرگرمی‌های متنوع، زیبایی مناظر، اهمیت بیشتری برای گردشگران دارند تا سایر ویژگی‌های وابسته به بخش کشاورزی مزارع (فلشر و چچیک، ۲۰۰۴).





گردشگری روستایی

اگروتوریسم

فارم توریسم

بنابر نظر بسیاری از نویسندگان (بویژه درنوآ، ۱۹۸۳؛ کلارک، ۱۹۹۶ و اپرمان، ۱۹۹۶)، مهمترین راه تمایز میان گردشگران و بازدیدکنندگان یک روزه، اقامت در مزرعه است.

با این حال می‌توانیم استدلال کنیم که گردشگران می‌توانند در مزرعه اقامت کنند (بعنوان مثال در شبکه ژیت‌های محلی اروپایی) و در هیچ‌یک از فعالیت‌های مزرعه مشارکت نکنند. از سوی دیگر، مزارع کشاورزی با ارائه‌ی انواع مختلفی از فعالیت‌های تفریحی روزانه به مشتریان محلی (به‌عنوان مثال برنامه‌های سرگرمی، پویانمایی و خدمات رستوران‌داری) به مزارع «اگریتینمنت» تغییر نام دادند. در آمریکا تحقیقی برای تمایز «اگریتینمنت» از «اگروتوریسم» انجام شد (اولاند و وولف، ۲۰۰۴). تفاوت میان این دو کلمه اساساً مبتنی است بر مشتریانی که توسط این محصول هدف گرفته شده‌اند. در حالی که اگروتوریسم توسط گردشگران «خارجی» (کسانی که از سایر مناطق می‌آیند) و به‌عنوان مسافر از آن بازدید می‌کنند انجام می‌شود، مخاطب اگریتینمنت، ساکنان محلی هستند که رفت‌وآمد دائمی دارند و نیازی به زیرساخت‌های گردشگری تکمیلی ندارند (مثل اقامت‌گاه). اگر عمده‌ی محصولات و خدمات عرضه شده، قابل رقابت باشند (پویانمایی، رستوران‌داری)، رویکردهای تبلیغاتی و بازاریابی برای دستیابی به این دو نوع مشتری کاملاً متفاوت است.

مطالعات دون (۱۹۹۹) امکان تعیین و تعریف دقیق «یک محصول اگروتوریستی» را بطرز جالبی آشکار ساخته است. نویسنده در مورد گسترش مزارع کشاورزی به یک مزرعه اگروتوریستی و سایر اشکال فعالیت‌های گردشگری «سازگار» با پایه کشاورزی تمرکز کرده است. بزعم نویسنده، یک فعالیت گردشگری، زمانی اگروتوریستی محسوب می‌شود که اقامت و اسکان محدود شود به اقامت‌گاه‌های (ژیت‌های) روستایی که یادآور وابستگی‌های خانوادگی است؛ رستوران‌داری محدود شود به خدمات خانوادگی که برای محصولات مزرعه ارزش افزوده ایجاد کند؛ جذابیت محدود شود به پویانمایی با درون مایه‌ی کشاورزی، با مضمون آموزشی یا فرهنگی (مثل بازدید از مزرعه) که ایجاد یک مرکز نمایش یا موزه در مزرعه، باعث غنای آن شود و بازرگانی و تبلیغات، به فروش محصولات مزرعه درون مزرعه محدود باشد.

## فروش محصول در مزرعه یا تجربه گردشگری

طرح این مشکل، این نیاز را مطرح کرد که تعیین کنیم از چه زمانی، یک محصول کشاورزی و یا غذایی تبدیل به یک محصول اگروتوریستی می‌شود. به‌عنوان مثال، ممکن است از خودمان پرسیم که آیا فروش مستقیم محصولات «مزرعه» یک فعالیت گردشگری محسوب می‌شود. زمانی که محصول کشاورزی به مشتریان محلی فروخته شود، نباید آن را به‌عنوان یک فعالیت اگروتوریستی در نظر گرفت (بگون و دیسز، ۱۹۹۵). به‌عکس، اگر محصولات مزرعه به گردشگران فروخته شود، به‌عنوان بخشی از فعالیت‌های اگروتوریستی در نظر گرفته می‌شود. بنابراین شایسته است که عمل فروش محصول، براساس نوع مشتریان یا براساس نقطه نظرات مشتری، زمانی که محصول را بعنوان گردشگری یا کشاورزی دریافت می‌کنند، تعیین شود (باسبی و رندل ۲۰۰۰). برای حل مشکل اخیر، اووه (۲۰۰۱) یک محصول مشخص کشاورزی مثلاً یک سبب سبزیجات را در نظر می‌گیرد و دو جنبه را بر اساس این که این محصول از کانال سنتی خریداری شده (مثلاً سوپرمارکت) یا این که مستقیماً از مزرعه خریداری شده را در نظر می‌گیرد. همچنین از نظر این نویسنده، دو عنصر تمایز محصول اگروتوریستی از محصول کشاورزی را ممکن می‌سازد: اولین عنصر، انتقال کالا (خرید مستقیم از یک تولیدکننده در مقابل خرید از یک واسطه مثل سوپرمارکت) دومین عنصر خریدار (گردشگر در مقابل مصرف کننده‌ی روزانه). علاوه بر این، کالای اگروتوریستی، بیشتر از این که محصول فیزیکی باشد، از نظر نویسنده، به‌عنوان خدمات (سرویس) در نظر گرفته شده است. تفاوت میان یک محصول کشاورزی و یک محصول اگروتوریستی، براساس معیارهای تعیین محل بازار و حمل‌ونقل بنا شده است (جابجایی مشتری در مقابل جابجایی محصول)، نوع بازار (بازارهای تک محصولی در مقابل بازارهای بزرگ چندمحصولی)، نوع درخواست (تفریحی یا خرید محصولات محلی در مقابل نیازهای غذایی اساسی) و نوع محصول (شامل خدمات یا فقط محصول).



تعریفی از اگروتوریسم که تولیدکنندگان و مصرف کنندگان را بهم متصل می کند

تحلیل تطبیقی اسناد به ما امکان می دهد تعریفی از اگروتوریسم ارائه دهیم که فعالیت های اگروتوریستی (توسط تولیدکنندگان کشاورزی) و تقاضا (توسط گردشگران) را در هم بیامیزد. دانش و اطلاعات فعلی ما از اگروتوریسم ما را به این فکر وامی دارد که در حال حاضر ترجیح داده می شود که با تعاریف فراگیر از پدیده اگروتوریستی کار شود. اگر اگروتوریسم را متناسب با مکان فعالیت آن ( یعنی محیط کشاورزی)، یا توسط عوامل اصلی اجرایی اش ( یعنی تولیدکنندگان کشاورزی) تعیین کنیم، بنظر می رسد که تقاضا تا حد زیادی تعیین می کند که یک «محصول کشاورزی» یک «خدمات اگروتوریستی» است یا نه. ازین پس هر تعریفی که این نکته را در نظر نگیرد، ناقص است. تفاوت میان ادراک مشتریان و ادراک تولیدکنندگان محصولات کشاورزی در مورد فعالیت های اگروتوریستی خودشان، در جهت گنجاندن مزارع، سازمان ها و رویدادهایی است که بر کل بخش کشاورزی تأثیر می گذارد و هدف آنها گردشگران است. تعریف پیشنهادی، اگر همه فعالیت ها و مزارع مناطق روستایی را دربر نگیرد، مطلقاً به تولیدکنندگان کشاورزی محدود نمی شود. این می تواند زمینه مربوط به فارم توریسم باشد. بنابراین می توان اگروتوریسم را اینگونه تعریف کرد: «تجربه ای گردشگری که در محیط کشاورزی محقق می شود. این تجربه بر ارتباط میان یک سازمان کشاورزی، خدماتی که محصول کشاورزی را همراهی می کند و گردشگر (اکسکورژنیست) بنا شده است. تقاضا برای این نوع خدمات در یک چشم انداز جذاب طرح ریزی می شود.»

تجربه توریستی دربرگیرنده مفهوم جابجایی موقت گردشگر یا اکسکورژنیست به سمت مزارع کشاورزی است.

## گردشگری روستایی، اگروتوریسم و فارم توریسم

تمایز میان گردشگری روستایی، اگروتوریسم و فارم توریسم درست تر به نظر می رسد. واژه «گردشگری روستایی» مثل چتری است بر سر انواع گردشگری که در قلمرو روستا روی می دهد و اگروتوریسم به یکی از اجزای آن تبدیل شده است. اگر اگروتوریسم در مزرعه هایی با کاربری کشاورزی معمول است، فارم توریسم مختص بازدیدکننده هایی است که در مزرعه اقامت می کنند.

این تمایزات هم برای صنعت گردشگری و هم برای صنعت کشاورزی ضروری است. علاوه بر یارانه هایی که برای تسهیل فعالیت های متنوع اختصاص یافته اند، این تمایزات را می توان در بعد قانونی، جهت حفاظت از مناظر خاص طبیعی و در بعد اجتماعی جهت انگیزش دادن به تجارب مدرن و سنتی، بکار برد. همچنین این تفاوت ها باعث می شوند تا ما بتوانیم جایگاه گردشگری روستایی، اگروتوریسم و گردشگری دشت ها و منابع طبیعی، تلاش های منجر به سرمایه گذاری و استقرار یک ساختار تشکیلاتی، شبکه سازی و غیره را به درستی استوار کنیم. در حقیقت، اگر اگروتوریسم و فارم توریسم شکلی از یک محصول کاملاً ویژه هستند، نمی توانند به تنهایی عرضه شوند. آنها باید به عنوان فعالیت ها و خدمات وابسته به یک مجموعه، یک منطقه ی روستایی و سبک زندگی آن معرفی شوند (دی. دلبلیو. انجمن نایت، ۱۹۹۹). در نهایت، تفاوت میان اگروتوریسم، فارم توریسم و سایر فعالیت های گردشگری در محیط روستایی به ما فرصت می دهد تا پیامد و نتایج نظام اقتصادی و اجتماعی مربوط به تولیدکنندگان کشاورزی که تصمیم دارند فعالیت های کشاورزی خود را با روی آوردن به سمت گردشگری و خدمات مشتریان تنوع ببخشند را بطور دقیق بشناسیم.

همچنین فارم توریسم و اگروتوریسم به عنوان زیر مجموعه ی گردشگری روستایی در نظر گرفته می شوند، حوزه ای که باید در آن ادغام شوند و در فعالیت های مربوط به آن مشارکت داشته باشند. بنابراین مکان ها و رویدادهایی با مضمون کشاورزی که خارج از مزرعه محقق می شوند، اجزاء گردشگری روستایی را تشکیل می دهند.



بنابراین، این بعد «خدمات» مربوط به «محصول آگروتوریستی»، به ما این امکان را می‌دهد که فعالیت‌هایی را که به گردشگران ارائه می‌شود، از فعالیت‌های مختص ساکنان محلی، متمایز کنیم. در واقع، خدماتی مثل اقامت، پذیرایی، رستوران‌داری و سرگرمی‌های اوقات فراغت، مختص گردشگران است؛ در حالی که فروش محصولات خوراکی-کشاورزی، عموماً مختص ساکنان محلی است. خدمات پویانمایی مرتبط با فعالیت‌های «مزارع اکتشافی» یا «مزارع باز» که هدف آن جمعیت محلی است، بیشتر به «مزارع اگریتینمنت» ارتباط دارند تا به «مزارع آگروتوریسم».

در آخر، می‌توانیم نوع تقاضا (محلی یا توریستی) برای محصولات کشاورزی را با این واقعیت متمایز کنیم که تقاضای محلی عموماً یک تقاضای «انتفاعی» است (با هدف برآوردن نیازهای انتفاعی اساسی). نیازهای گردشگری به نوبه خود، براساس نیاز به تفریح و تفنن است. گردشگر صرفاً جهت خرید مایحتاج خود به مزرعه نمی‌رود. او برای کشف محصولات محلی منطقه‌ای و انجام تفریحات در اوقات فراغت به آنجا می‌رود، با کشاورز ارتباط برقرار می‌کند، در مورد ویژگی‌های منطقه‌ای اطلاعات کسب می‌کند و از فضای بی‌نظیر روستا لذت می‌برد. مفهوم لذت بردن تنها شامل فعالیت‌های سرگرم کننده نیست، بلکه شامل فعالیت‌های آموزشی و فرهنگی می‌شود که برای اهداف غیرانتفاعی انجام می‌شود.

برای این که این تجربه، یک تجربه آگروتوریستی باشد، گردشگر باید به مزارع کشاورزی سفر کند. بنابراین، بازار شهری که محصولات منطقه‌ای می‌فروشد، همچنین فروش مستقیم به ساکنان محلی، به عنوان فعالیت آگروتوریستی در نظر گرفته نمی‌شود. "محیط کشاورزی" شامل تمام مکان‌هایی است که به تولید و تفسیر جهان کشاورزی وابسته است. آگروتوریسم، مستلزم مشارکت و حمایت تشکیلات کشاورزی است، چه از طریق حضور کشاورز (خانواده یا کارکنانش) و چه سایر سازمان‌ها و ارگان‌ها (انجمن‌ها، موزه‌های روستایی، تعاونی‌های روستایی و ...) که در حوزه کشاورزی فعالیت می‌کنند. آگروتوریسم باعث می‌شود کشاورز و یا سازمان‌های کشاورزی، محصولات کشاورزی بیشتر و متنوع‌تری را تولید کنند. در تفاوت گذاری میان محصول کشاورزی، محصول غذایی و محصول آگروتوریستی، باید به این واقعیت توجه داشت که «محصول» - از جنبه سودآوری - تنها هدف ما از انجام فعالیت آگروتوریستی نیست. این کل تجربه‌ای است که از طریق ارائه خدمات (که تولید کشاورزی، اطلاعات و پویا نمایی در آن می‌گنجد) بدست می‌آید و به آن ماهیت آگروتوریستی می‌دهد. ویژگی بارز خدمات، ناملموس بودن و مشارکت الزامی مشتری در تولید آن است (فیلیپو، ۱۹۸۴، لولوک و لاپرت، ۱۹۹۹). ناملموس بودن خدمات از یک طرف به این واقعیت اشاره دارد که ذخیره سازی یک سرویس غیرممکن است و از طرف دیگر به این واقعیت اشاره دارد که ارزیابی کیفیت و محتوای سرویس برای مشتری دشوار است (مشتری قبل از خرید نمی‌تواند آن خدمات را لمس یا امتحان کند). بنابراین ناملموس بودن خدمات آگروتوریستی به این معنی است که خدمات باید در زمان حضور مشتری ارائه شود و نمی‌توان آن را به بعد موکول کرد.

گردشگر، برای ارزیابی خدمات از عناصری مانند فضای محیط کشاورزی، منظره، هویت سرزمین، ارتباط (آموزشی، پذیرایی یا سرگرمی) با کشاورز یا نمایندگان او استفاده خواهد کرد تا خدمات ملموس‌تر شود. بنابراین این عناصر برای گردشگر ابعاد مهمی به خود می‌گیرند. مشارکت ضروری مشتری در خدمات به این دلیل است که تولید و مصرف خدمات، همزمان است. این ویژگی تا حدی با ماهیت غیرقابل ذخیره سازی سرویس مطابقت دارد، اما جنبه حضور اجباری مصرف کننده، این واقعیت را نیز در بر می‌گیرد که این مشارکت "منحصراً به فرد" (با توجه به اینکه مشتری‌ها با یکدیگر تفاوت دارند) هرگونه یکسان‌سازی یا استانداردسازی خدمات را پیچیده می‌کند.

اجرای خدمات به مشتری بستگی دارد. اگر مشتری، توریست باشد، خدمات آگروتوریستی خواهد بود؛ اما اگر از ساکنان محلی باشد، خدمات توریستی نخواهد بود.



## گزارش دوره گردشگری کشاورزی در باغشهر بم



**دکتر ناهید کمال الدینی**

محقق و مدرس دانشکده گردشگری  
مجتمع آموزش عالی بم  
nd.kamaladini@gmail.com

پروژه "الگوسازی کشاورزی چندکارکردی در باغشهر بم" که طی دو سال گذشته در باغشهر بم اجرا شد، در نظر داشت که با معرفی، تنوع بخشی و ترویج کارکردهای جدید، به ایجاد ارزش افزوده برای کشاورزان منطقه، کمک نماید. احیا و ترویج کشت واریته‌های بومی خرما (غیر از مضافتی)، تولید کمپوست، بستر کشت گلخانه و علوفه دامی از سرشاخه‌های نخل، راه اندازی کارگاه تولید شیرینی‌های خرمایی و ... برخی از اقدامات انجام شده در قالب اهداف این پروژه بوده اند. هدف نهایی این مجموعه فعالیتها نیز، کمک به حفاظت از باغشهر بم به عنوان یک میراث جهانی بوده است. در همین راستا در اسفندماه سال ۱۴۰۰ یک دوره آموزشی با هدف ترویج "گردشگری کشاورزی" در منطقه برگزار شد. موضوع "گردشگری کشاورزی" نیز یکی دیگر از کارکردهای کمتر شناخته شده برای کشاورزی بوده و مفهوم آن اشاره به یک واحد کشاورزی دارد که با اضافه شدن برخی خدمات، به عنوان یک مکان گردشگری با اهداف آموزشی و تفریحی نیز مورد کاربری قرار می‌گیرد.

عرصه ی ۲۳ هزار هکتاری منظر فرهنگی باغشهر بم در سال ۱۳۸۳ در فهرست میراث جهانی یونسکو به ثبت رسیده است. پس از این ثبت مهم نیز که میراث ملموس و ناملموس باغشهر بم را شامل میشد، مجامع داخلی و بین المللی از اجرای پروژه های مختلفی در این منطقه حمایت کرده اند. یکی از این پروژه ها که اخیرا با حمایت بخش SGP سازمان ملل و در راستای حفاظت از باغشهر بم به اجرا رسید، پروژه "الگوی کشاورزی چندکارکردی در باغشهر بم" بود. در همین راستا الگوسازی گردشگری کشاورزی به عنوان یکی از کارکردهای کشاورزی در برنامه اقدامات این پروژه قرار گرفت و با همین هدف در اسفند سال ۱۴۰۰ یک کارگاه آموزشی برای کشاورزان منطقه، برگزار شد. در ادامه گزارش دکتر ناهید کمال الدینی، دبیر علمی این رویداد را مطالعه می‌نمایید.

عکسها: رضا اسدی



منبع: نشریه طلوع بم، عکاس: علی آهنگران

با این توصیف، عرصه ۲۳ هزار هکتاری باغشهر بم با بیش از ۵۰۰۰ هکتار سطح زیر کشت باغی، از ظرفیت بالایی جهت عرضه خدمات اصیل گردشگری کشاورزی در داخل و حومه شهر برخوردار است. ترکیب چشم انداز وسیع و سبز باغات در کنار ارگ تاریخی و کویر لوت، امکانی است که گردشگران کمتر امکان بهره بردن از آن را در یک منطقه شهری پیدا میکنند. ویژگی قرار گرفتن یک مقصد گردشگری کشاورزی تاریخی در بستر شهر، موقعیت ممتازی به شمار می رود که مهمترین اثر خود را در دسترسی به زیرساختها (مانند حمل و نقل) و روساختهای گردشگری (مانند هتل) عیان میسازد. بنابراین با نگاهی به این ظرفیتها و با توجه به در خطر بودن حیات باغات باغشهر بم به واسطه تغییر کاربریهای متعدد از کشاورزی به مسکونی، میتوان امید داشت که از طریق توسعه گردشگری کشاورزی و ایجاد معیشت مکمل برای کشاورزان، انگیزه بیشتری برای حفظ باغات در ایشان ایجاد نمود.



به صورت رایگان

## اولین دوره آموزشی گردشگری کشاورزی

Agricultural tourism

### ویژه کشاورزان و باغداران و علاقه مندان حوزه گردشگری

- زمان برگزاری: ۱۴ لغایت ۲۰ اسفند ماه
- زمان ثبت نام: ۷ لغایت ۱۴ اسفند ماه
- مکان ثبت نام: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی دفتر بم / بلوار امام، روبروی فرمانداری

**مهندس زمانی**  
مدیر پروژه گردشگری نوستا

**ناهد کمال الدینی**  
مدیر باغبانی گردشگری و مشاور جامع امور باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**امیر حسین حبیب زاده**  
راهبر و فعال حوزه گردشگری

**چاوید سنجایی**  
مدیر برنامه عملیاتی باغبانی و مشاور باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**مهندس مهشید جعفری**  
مدیر باغبانی گردشگری و مشاور جامع امور باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**دکتر مژگان ثابت تیموری**  
عضو هیات علمی و مدیر باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**دکتر سعید سربزندی**  
دکتر ای گردشگری و مشاور جامع امور باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**نادر کردی**  
مدیر باغبانی گردشگری و مشاور جامع امور باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**مهندس سید ابوالحسن میرلوچی**  
مدیر باغبانی گردشگری و مشاور جامع امور باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**دکتر حبیب محمودی چناری**  
عضو هیات علمی پژوهشگاه محیط زیست جهاد دانشگاهی تیتان

**دکتر سعید رضا صافری**  
مدیر گروه توسعه کشاورزی مرکز آموزش کشاورزی و صنایع طبیعی رسول اکرم

**دکتر لیلا ظاهری**  
مدیر گروه گردشگری کشاورزی، سرمد باغشهر و باغبانی گردشگری و مشاور جامع امور باغبانی و باغبانان باغبانان باغشهر

**مهندس محمد درویش**  
بزرگساز و مهندس حوزه بهای زدایی و کشتیگر محاسبه زمین

**دکتر روشن بابایی همتی**  
مدیر مرکز گردشگری ملایر ایران، مدیر کمیته علمی است شهر گلان، خوارک شامی رشت در بوئسکر

**مهندس ناصری**  
هیئت مدیره کافه مزرعه - باغ فروروزه

## اولین دوره آموزشی گردشگری کشاورزی ویژه کشاورزان

باغشهر بم

■ ظرفیت: ۳۰ نفر  
■ مدت زمان: ۱۴ لغایت ۲۰ اسفند ماه  
■ هزینه شرکت: رایگان  
■ ثبت نام حضوری: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی دفتر بم

به این منظور پس از طراحی سرفصل مباحث مورد نیاز جهت توجیه و ترغیب کشاورزان به راه اندازی مراکز گردشگری کشاورزی، یک دوره آموزشی ۳۰ ساعته با مشارکت ۱۵ استاد برجسته کشوری، ترتیب داده شده و از متقاضیان نیز ثبت نام به عمل آمد. طبق پیش بینی های اولیه، آموزش ۳۰ کشاورز و شهروند بمی علاقمند به این حوزه، در این برنامه در نظر گرفته شده بود که پس از اعلام فراخوان، به دلیل استقبال علاقمندان، ظرفیت دوره افزایش داده شد. همچنین با توجه به مجازی بودن ۲۴ ساعت از زمان دوره، هموطنانی از سایر نقاط کشور نیز امکان حضور در محیط مجازی کلاس را پیدا کردند و به این ترتیب ۶۰ شهروند بمی و ۴۰ هموطن از مناطق دیگر، در دوره شرکت نمودند. این برنامه در فاصله زمانی ۱۴ لغایت ۲۰ اسفند ۱۴۰۰ با کمک موسسه آموزشی سپهر گردشگری هفتاد کویر برگزار گردید.



عناوین دروس آموزشی و اساتید مربوطه از این قرار بودند:

۱. انواع واحدها و فعالیتهای گردشگری کشاورزی، دکتر سعید رضا اصغری، مدیرگروه توسعه کشاورزی مرکز آموزش جهاد کشاورزی رسول اکرم(ص)

۲. مولفه های گردشگری کشاورزی، دکتر حبیب محمودی چناری، عضو هیات علمی پژوهشکده محیط زیست جهاد دانشگاهی گیلان

۳. آشنایی با تجارب بین المللی گردشگری کشاورزی، دکتر لایلا طاهری، فعال و محقق گردشگری کشاورزی، سردبیر بولتن تخصصی آگروتوریسم، عضو کارگروه تدوین ضوابط گردشگری کشاورزی وزارت جهاد کشاورزی

۴. ظرفیتهای اکولوژیک و توسعه پایدار در باغشهر بم، مهندس محمد درویش، پژوهشگر و محقق حوزه بیابان زدایی و کنش گر محیط زیست

۵. گردشگری خلاق و مدیریت غذا و نوشابه دکتر روشن بابایی همتی، مدیر مرکز گردشگری خلاق ایران، مدیر کمیته علمی ثبت شهر خلاق خوراک شناسی رشت در یونسکو

۶. آشنایی با تجارب مرکز گردشگری کشاورزی باغ فیروزه، مهندس ناصری، هم بنیانگذار کافه مزرعه- باغ فیروزه

۷. آشنایی با تجارب مرکز گردشگری کشاورزی مزرعه توسکا، مهندس زمانی، مدیر مزرعه گردشگری توسکا

۸. گردشگری کشاورزی در باغشهر بم و ظرفیتهای آبیاری سنتی و گردشگری قنات، ناهید کمال الدینی، مدرس دانشکده گردشگری و هتلداری مجتمع آموزش عالی بم، دانشجوی دکتری گردشگری دانشگاه علامه طباطبایی

۹. فنون ارتباط با مشتری در گردشگری، امیرحسین حبیب زاده، راهنمای گردشگری
۱۰. مدیریت داخلی یک مرکز گردشگری کشاورزی، جاوید سبحانی، مدیر منطقه هتل‌های جهانگردی جنوب شرق کشور، دانشجوی دکتری مدیریت دولتی رفتار سازمانی
۱۱. دستورالعمل گردشگری کشاورزی، مهندس مهشید جعفری، سرپرست اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان بهم، کارشناس ارشد معماری
۱۲. رویدادهای گردشگری کشاورزی و نحوه برنامه ریزی آنها، دکتر مژگان ثابت تیموری، عضو هیات علمی پژوهشکده گردشگری جهاد دانشگاهی مشهد
۱۳. بازاریابی مرکز گردشگری کشاورزی و آشنایی با تجارب مجموعه ارگ سریزد، دکتر مجید سریزدی، دکترای گردشگری، مدیر و سرمایه گذار منطقه نمونه گردشگری ارگ سریزد
۱۴. مدیریت خدمات مورد نیاز گروه های خاص، نادر کردی، مدرس دانشکده گردشگری و هتلداری مجتمع آموزش عالی بهم، دانشجوی دکتری گردشگری دانشگاه علامه طباطبائی
۱۵. بازدید میدانی و کارگاه آموزشی مشارکتی گردشگری کشاورزی و تنوع زیستی در باغات مستعد بهم، مهندس سید محمد میرلوحی، کارشناس ارشد اصلاح نباتات، رئیس هیات مدیره انجمن ارگانیک البرز، مربی ارشد تولید و بازاریابی محصولات کشاورزی زیستی.
- در آخرین روز دوره، نیز فراگیران ساکن منطقه، در یک کارگاه حضوری شرکت نموده و ضمن کار تیمی و بازدید از باغات مستعد تبدیل به مراکز گردشگری کشاورزی، با ارزش‌های تنوع زیستی باغشهر بهم نیز بیشتر آشنا شدند.
- امید است که برگزاری این دوره آموزشی فتح باب خوبی جهت ورود ظرفیت‌های کشاورزی باغشهر بهم به عرصه گردشگری بوده باشد و در ادامه با جلب توجه بیشتر شهروندان و خصوصاً نسل جوان به ارزش‌های چندجانبه کشاورزی در منطقه، فصل نوینی در حفاظت و توسعه باغشهر بهم رقم بخورد.



## گیاه پالایی فلزات سنگین در سواحل خلیج فارس با استفاده از گیاه حرا



دکتر عابد بابک بهاروند

دکترای محیط زیست  
گرایش آلودگی محیط

گیاه پالایی یکی از مهم‌ترین روشهای زیستی پایدار جهت مقابله با اثرات روزافزون آلاینده‌ها است. در این مطلب خلاصه‌ای از پژوهش انجام شده بر روی کارایی گیاه حرا در پالایش فلزات سنگین (سرب، کادمیوم، نیکل) از محیط‌های آبی در سواحل خلیج فارس ارائه میشود. مقاله کامل با مشخصات ذیل منتشر شده است:

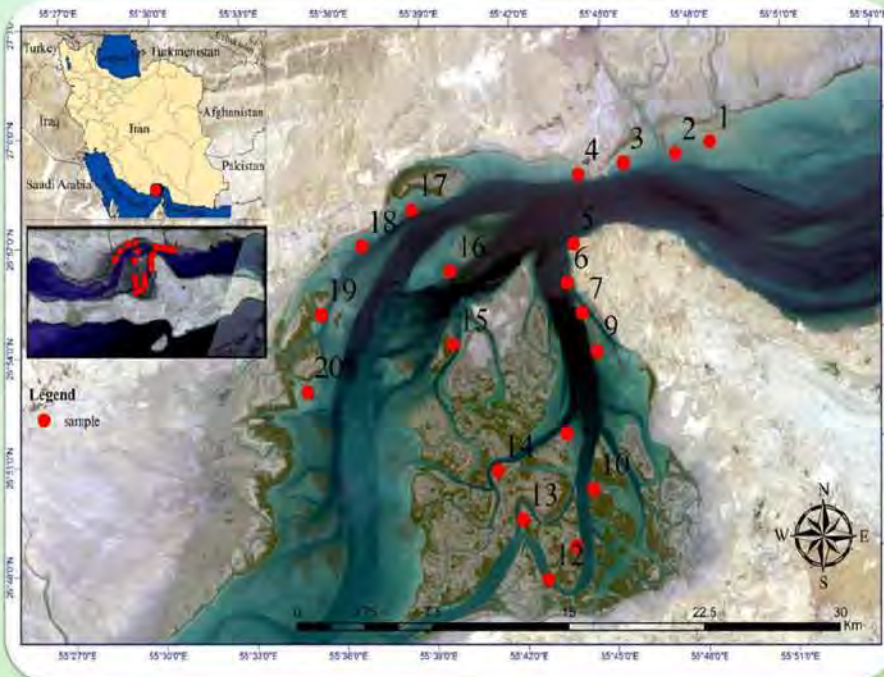
عابد بابک بهاروند، مریم کیانی صدر، بهاره لورستانی، مهرداد چراغی، سهیل سبحان اردکانی. ۱۴۰۱. گیاه پالایی فلزات سنگین نیکل، کادمیوم و سرب در سواحل خلیج فارس با استفاده از گیاه حرا (*Avicennia marina*)، نشریه محیط زیست و مهندسی آب « دوره ۸، شماره ۱.

محیط زیست با انواع زیادی از آلاینده‌ها به‌طور مداوم آلوده می‌شود و در این میان فلزات سنگین از جمله موارد مهم آلاینده‌های محیط زیستی هستند. فلزات سنگین به دلیل ماهیت غیر قابل تجزیه و پایدار زیستی، باعث آلودگی آب و خاک شده و باعث بروز خطرات جدی در سلامتی موجودات زنده حتی در مقادیر کم می‌شود. فلزات سنگین حتی در غلظتهای کم می‌توانند اثرات سرطان‌زایی و بروز ناهنجاری‌های مادرزادی بر موجودات زنده داشته باشند. آن‌ها حتی می‌توانند بر عملکرد غده درون‌ریز اثر گذاشته و باعث اختلال در رشد و واکنش‌های عصبی شوند لذا حذف آن‌ها از محیط‌های طبیعی برای بازسازی و احیاء مکان‌های آلوده بسیار ضرورت دارد. مطالعات نشان میدهد تا امروز استراتژی‌های زیادی برای حذف آلاینده‌ها از محیط‌های آبی مورد بررسی قرار گرفته است. این استراتژی‌ها شامل حذف آلاینده‌ها از محیط‌های آبی با استفاده از گیاهان آبری بوده است. در دهه‌های اخیر، اصلاح بیولوژیکی با توجه به هزینه کم و سازگار با محیط زیست در برنامه‌های طولانی مدت با استفاده از گیاهان مورد استفاده زیادی قرار گرفته است. جنگل‌های مانگرو، تالاب‌های بین جزر و مدی مناطق گرمسیری و نیمه گرمسیری بوده و از زیستگاه‌های مهم اکولوژیکی پر تولید در مناطق ساحلی به شمار می‌آیند. درخت حرا (*Avicennia marina*) گونه گیاهی غالب در جنگل‌های مانگرو ایران است. اکوسیستم‌هایی با حضور درختان حرا به نحو مؤثری بر محیط‌های مستقر در آن تأثیرگذارند. سیستم ریشه‌ای آن‌ها باعث پایداری رسوبات می‌شود و اجتماعات آن‌ها انرژی امواج را کاهش می‌دهد. این جنگل‌ها نقش مهمی در به دام انداختن رسوبات و مواد معلق موجود در ستون آب نیز دارند. از سوی دیگر مطالعات نشان داده‌اند که جنگل‌های مانگرو می‌توانند فلزات سنگین را از محیط جذب کنند و باعث کاهش دسترسی زیستی این عناصر برای موجودات زنده و کاهش حرکت فلزات در اکوسیستم شوند.



شکل ۱- جنگل حرا





شکل ۲- موقعیت قرارگیری محدوده مورد مطالعه و پراکندگی ایستگاه‌های نمونه‌برداری

فلزات سنگین (عناصری با جرم اتمی بیشتر از  $8/55 \text{g/mol}$ ) از آلاینده‌های مهم محیط‌های طبیعی می‌باشند به دلیل سمیت، پایداری و عدم تجزیه بیولوژیکی، این عناصر تمایل زیادی به تجمع در موجودات آبی دارند. مطالعات اخیر تأثیر نامطلوب این موارد از آلودگی‌ها را بر روی موجودات کف‌زی نشان می‌دهد. با تغذیه دیگر موجودات از این آبزیان، گسترش آلاینده‌گی به سطوح بالاتر و بالاخره به انسان که در رأس زنجیره‌های غذایی قرار دارد، می‌رسد و در بسیاری از موارد سلامتی انسان را تهدید می‌نماید. فعالیت‌های مختلف انسانی باعث ورود این آلاینده‌ها به اکوسیستم می‌شوند. این عناصر از راه تخلیه مستقیم و یا به‌طور غیرمستقیم توسط رواناب‌های ناشی از باران و همچنین از طریق اتمسفر وارد اکوسیستم‌های آبی می‌شوند. از جمله منابع عمده ورود مستقیم فلزات سنگین به اکوسیستم‌های آبی، پساب‌ها و فاضلاب‌های صنعتی، شهری، رواناب‌های کشاورزی و فعالیت‌های قایقرانی است.

با ورود پساب‌های مختلف به محیط‌های آبی، آلاینده‌های حاوی فلزات سنگین در رسوبات ته‌نشین می‌شوند. رویشگاه مانگرو تالاب بین‌المللی خور خوران در سواحل شمالی خلیج فارس از جمله مناطقی است که به دلیل ورود پساب‌های صنعتی، شهری و کشاورزی به این ناحیه احتمال حضور آلاینده‌ها در این رویشگاه وجود دارد.

## مواد و روش‌ها

این مطالعه در سال ۱۳۹۸ با هدف تهیه اطلاعات اولیه از سطوح غلظت فلزات سنگین شامل کادمیوم (Cd)، سرب (Pb) و نیکل (Ni) در رسوب، ریشه و برگ درختان حرا در تالاب خور خوران، تعیین میزان انتقال فلزات سنگین از رسوب به ریشه و برگ درختان حرا و همچنین شناسایی همبستگی بین pH، هدایت الکتریکی و دما با میانگین غلظت فلزات سنگین موجود در نمونه‌های آب و رسوب تالاب بین‌المللی خور خوران انجام گرفت. این تالاب در سواحل شمالی خلیج فارس، حد فاصل بندر خمیر و بندر لافت (جزیره قشم) در ۶۰ کیلومتری جنوب غربی بندرعباس قرار دارد (شکل ۱). وسعت این تالاب حدود ۸۹۶۷۲ هکتار است.

این مطالعه با استفاده از نمونه‌برداری از رسوب، ریشه و برگ درختان حرا و سنجش فلزات سنگین در هر یک و سرانجام تجزیه و تحلیل آماری یافته‌ها انجام شد. با توجه به وسعت تالاب خور خوران، ۲۰ ایستگاه نمونه‌برداری در منطقه تعیین شد. انتخاب ایستگاه‌ها به شکلی توزیع شد که تمام سطح تالاب را پوشش دهد و فراهم کننده اطلاعات لازم از انتشار آلاینده‌ها در بخش‌های مختلف تالاب باشد.

نمونه‌برداری از آب تالاب‌ها برای سنجش شوری، کل املاح محلول و کدورت و از رسوبات نیز انجام شد.

فلزات سنگین	ضریب انتقال برگ حرا	ضریب انتقال ریشه حرا
نیکل	۰/۰۴۱	۰/۰۶۲
سرب	۰/۷۸۱	۲/۲۲۳
کادمیوم	۰/۲۲۲	۱/۸۰

**جدول ۱- نتایج محاسبه ضریب انتقال عناصر سنگین نیکل، سرب و کادمیوم توسط برگ و ریشه گیاهان حرا**

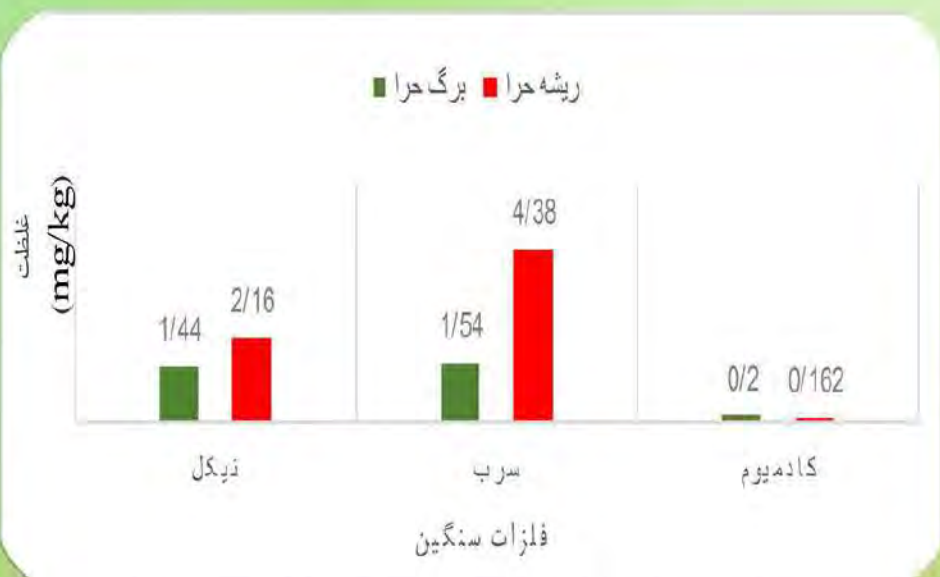
نتایج بررسی همبستگی بین پارامترهای فیزیکوشیمیایی با میانگین غلظت فلزات سنگین در نمونه‌های آب و رسوب، بیانگر آن بود که بین پارامترهای دما با میانگین غلظت تمامی فلزات سنگین به جز نیکل و بین pH و EC با میانگین غلظت تمامی فلزات سنگین در آب همبستگی معنی‌دار آماری وجود داشت ( $P > 0/05$ ). همچنین بین pH و دما با میانگین غلظت تمامی فلزات سنگین و بین پارامتر EC با میانگین غلظت تمامی فلزات سنگین به جز نیکل در رسوب همبستگی معنی‌دار آماری مشاهده شد ( $P > 0/05$ ). بنابراین می‌توان این‌گونه برداشت کرد که فلزات حاضر در آب و رسوب ناشی از فرسایش خاک و سنگ منطقه توسط آب ورودی است. ضمناً در پژوهش حاضر همبستگی منفی و معنی‌داری بین غلظت کادمیوم در آب و رسوب با پارامترهای EC و pH مشاهده شد که به نظر می‌رسد با افزایش EC و pH غلظت کادمیوم در آب و رسوب کاهش می‌یابد.

همچنین دیده شد که مقادیر متفاوتی از سه فلز سنگین سرب، کادمیوم و نیکل در رسوب، ریشه و برگ در رویشگاه مانگرو تالاب خور خوران وجود دارد. نتایج به‌دست‌آمده میزان بالای غلظت فلزات سنگین سرب، کادمیوم و نیکل را در ایستگاه‌های شماره ۱، ۹، ۱۵ و ۲۰ نشان داد که می‌تواند توسط عوامل مختلفی ایجاد شده باشد. از جمله این عوامل می‌توان به مجاورت ایستگاه‌های مذکور با محل تعمیر کشتی‌ها اشاره کرد. علاوه بر این، تخلیه پساب تصفیه نشده روستاها و شهرهای اطراف به این ایستگاه‌ها، حجم بالای تردد و بارگیری قایق‌ها و لنج‌های صیادی و نزدیکی این مناطق به مهم‌ترین صنایع تولیدی و پتروشیمی بندرعباس از دیگر عوامل مهم بالا بودن غلظت فلزات در این مناطق دانست.

غلظت نسبتاً بالای نیکل در رسوبات منطقه مورد مطالعه با توجه به بالا بودن غلظت طبیعی نیکل در خلیج فارس که ۸۶ (mg/kg) می‌باشد، می‌تواند تا حدودی منشأ طبیعی داشته باشد.

## نتایج

نتایج این مطالعه نشان داد مقادیر متفاوتی از سه فلز سنگین سرب، کادمیوم و نیکل در رسوب، ریشه و برگ در رویشگاه مانگرو تالاب خور خوران وجود دارد. نتایج به‌دست‌آمده میزان بالای غلظت فلزات سنگین سرب، کادمیوم و نیکل را در ایستگاه‌های شماره ۱، ۹، ۱۵ و ۲۰ (شکل‌های شماره ۲ تا ۴) نشان داد که می‌تواند توسط عوامل مختلفی ایجاد شده باشد. از جمله این عوامل می‌توان به مجاورت ایستگاه‌های مذکور با محل تعمیر کشتی‌ها اشاره کرد. علاوه بر این، تخلیه پساب تصفیه نشده روستاها و شهرهای اطراف به این ایستگاه‌ها، حجم بالای تردد و بارگیری قایق‌ها و لنج‌های صیادی و نزدیکی این مناطق به مهم‌ترین صنایع تولیدی و پتروشیمی بندرعباس از دیگر عوامل مهم بالا بودن غلظت فلزات در این مناطق دانست.



**شکل ۳- مقایسه میانگین غلظت فلزات سنگین مورد بررسی بین برگ و ریشه درخت حرا**

اما طبق نتایج به دست آمده از این پژوهش، درخت حرا در حذف سرب از محیط کارایی بیشتری دارد. این در حالی است که این توانایی برای فلز کادمیوم بسیار کمتر است و می توان گفت که درخت حرا در حذف کادمیوم کارایی چندانی نداشته و فلز نیکل در آب و رسوب باقی مانده و جذب درخت حرا نمی شود.

۳- به طور کلی، تجمع و انتقال فلزات سنگین در گیاهان بستگی به نوع گونه گیاهی، فعالیت های میکروبی، تمایل جذبی فلز، برخی موانع فیزیولوژیکی در مقابل انتقال فلزات به قسمت های هوایی و شرایط بستر همچون pH مواد آلی، ظرفیت تبادل یونی، شرایط احیاء، حضور هیدروکسید و سایر یون ها دارد. با توجه به نتایج مستخرج از مطالعه حاضر و حضور آلاینده ها در منطقه مورد مطالعه، توصیه می گردد پایش منظم و مداوم منطقه به منظور تعیین میزان آلودگی صورت گیرد. همچنین ایجاد قوانین به منظور کنترل آلودگی پساب های صنعتی و نیز ایجاد سیستم های مناسب برای تصفیه فاضلاب ها امری ضروری است. علاوه بر این، مطالعه بررسی زمین شناسی منطقه به منظور تعیین غلظت طبیعی فلزات حائز اهمیت است.



شکل ۴- مقایسه غلظت فلزات سنگین مورد بررسی بین درختان حرا و نمونه های آب و رسوب

## بحث و نتیجه گیری کلی

گیاهان حتی در غلظت های بالا قادر به تحمل فلزات سنگین هستند که عمدتاً مربوط به دو مکانیسم اصلی تجمع و دفع آلاینده ها در گیاهان است. مکانیسم به دام انداختن فلزات سنگین شامل تجمع و اتصال فلزات در دیواره سلول، به دام انداختن آن ها در واکوئل ها با ایجاد واکنش هایی با مواد آلی است. به دلیل آنکه فلزات سنگین در ریشه، تجمع بیشتری نسبت به سایر اندام گیاهی دارند، آن است که ریشه با رسوب تماس بیشتری دارد و به دلیل مجموع واکنش هایی که در ریشه بین فلزات سنگین و مواد آلی رخ می دهد و دستیابی زیستی آن را کاهش می دهد، این نوع از آلاینده ها در ریشه تجمع یافته و به قسمت های بالاتر گیاه انتقال نمی یابد.

این نتایج با یافته های حاصل از برخی مطالعات در مناطق دیگر متفاوت است و دلیل آن احتمالاً تفاوت بودن شرایط فیزیکی و شیمیایی اکوسیستم های مورد بررسی در این مطالعات با تالاب خورخوران و همچنین تفاوت در فصل های نمونه برداری می باشد.

۱- غلظت بالای فلزات سنگین Pb، Cd و Ni در این مطالعه در ایستگاه های ذکر شده (ایستگاه های شماره ۱، ۹، ۱۵ و ۲۰) قابل توجه است زیرا این خورها در نزدیکی محل تعمیر کشتی بودند، بنابراین هنگام شستشو، تعمیر و رنگ آمیزی کشتی ها ممکن است آلودگی های فلزی زیادی به ایستگاه وارد شوند. به نظر می رسد مهم ترین دلایل آلودگی این ایستگاه ها در بندر خمیر وجود واحدهای صنعتی و تخلیه فاضلاب شهری و روستایی، صنایع بزرگ نفتی و ترانزیت محصولات نفتی باشد.

۲- طبق نتایج به دست آمده از این مطالعه، میزان تجمع فلزات در رسوبات از بافت های گیاه حرا بیشتر است. اکوسیستم های تالاب به دلیل وجود شرایط اکسایش و کاهش و جنس رسوبات این زیستگاه ها که از خاک رس سیلتی و با درصد زیاد رس است باعث به دام انداختن فلزات شده و فراهمی زیستی عناصر را برای گیاه کاهش می دهد.



## معرفی ظرفیت های گردشگری روستای حسین آباد بهشهر



مهندس ایمان عبدی

دهیار روستای حسین آباد - بهشهر

گردشگری روستایی، عبارت است از همه فعالیت های گردشگری در محیط روستایی، با توجه به فرهنگ و بافت سنتی روستا، هنر و صنایع روستایی و آداب و رسوم سنتی که می توان با برنامه ریزی مناسب در توسعه مناطق روستایی نقش مؤثری ایفا کرد. صنعت گردشگری روستایی دارای پتانسیل های بسیاری است که می تواند جزء گزینه های مناسب برای کسب درآمد، اشتغال زایی و ایجاد تغییرات مثبت در درآمد روستایی در نظر گرفته شود. صنعت گردشگری و توسعه آن ابزاری ضروری برای برنامه ریزی توسعه روستاها به شمار می آید. گردشگری روستایی به شکوفایی اقتصاد روستایی و ایجاد راهی برای عرضه تولیدات محلی و ایجاد ارزش افزوده بسیار کمک می کند. ایران از جمله کشورهای به شمار می رود که دارای روستاهایی است که مستعد سفر و گردشگری هستند. یکی از این روستاها، روستای حسین آباد است.

حسین آباد، روستایی است از توابع بخش مرکزی شهرستان بهشهر در استان مازندران که در دهستان میان کاله قرار دارد. این روستا از سمت شمال به شبه جزیره میانکاله و از جنوب به رستمکلا منتهی می شود. روستای قره تپه و امیرآباد هم برتیب در سمت شرق و غرب قرار دارند.

جمعیت روستای زیبای حسین آباد براساس آخرین سرشماری ۲۳۵۳ نفر است که معمولاً این جمعیت در فصل کار به بیش از ۴۵۰۰ نفر می رسد. طبق سرشماری سال ۹۰، بیش از ۸۶۰ خانوار در این روستا ساکن هستند.

روستاها یکی از مقاصد مهم گردشگری به شمار می آیند و سالانه افراد زیادی برای دیدار از آنها سفر می کنند.

حسین آباد، روستایی است از توابع بخش مرکزی شهرستان بهشهر در استان مازندران که در دهستان میانکاله قرار دارد. این روستا به سبب قرار گرفتن در یک موقعیت استثنائی و دارا بودن مواهب طبیعی فراوان میتواند به عنوان یک قطب گردشگری روستایی و کشاورزی در شرق استان مازندران مطرح شود. قرار گرفتن در شاهراه شرق و غرب و شمال و جنوب، نزدیکی به تالاب میانکاله، وجود آب بندهای زیبا، محصولات متنوع کشاورزی و طبیعت بکر و قومیت خاص ساکنان روستا از مزایای این روستای زیبا به شمار میرود.

بر اساس رسالت نشریه و کمک به توسعه روستاهای دارای ظرفیت های توسعه گردشگری خلاق از جمله گردشگری کشاورزی؛ با آقای ایمان عبدی، دهیار محترم روستا به صحبت نشستیم. لیلا ظاهری



حسین آباد یکی از چهار روستای ایل عبدالملکی می باشد. در کنار این ۴ طایفه که دارای زبان و نژادی مشترک می باشند، گروهی از مردم گیلکی زبان هم در این روستا زندگی می کنند که همه ی آنها در کمال صفا و صمیمیت در کنار یکدیگر زندگی کرده و برای آبادانی و پیشرفت روستا سعی و تلاش می نمایند.

عبدالملکی، عبدالمالکی، عبدالملکیان یا ملکی های غرب مازندران که در بخش های کجور (روستاها میر کلاه، کدیر، پول)، چمستان و صلاح الدین کلا ساکن اند، همگی به عبدالملکی یا اوملکی شهرت دارند. آنها اصالتاً کرد و از نژاد آریا می باشند. خاستگاه نیاکان عبدالملکی قبل از اسلام در اورامانات کردستان بود.



حسین آباد از نظر استراتژیک و جغرافیایی موقعیت بسیار مهمی داشته و در شاهراه ارتباطی شهرستان بهشهر، نکا، رستمکلا، بندر امیر آباد و منطقه ویژه اقتصادی امیر آباد می باشد و جاده اصلی بهشهر به بندر امیر آباد و صنایع نوار ساحلی دریای خزر از جمله ( نیروگاه شهید سلیمی نکا ، شرکت ایران صدرا، شرکت نفت خزر، شرکت حفاری شمال، منطقه ویژه اقتصادی و بندر امیر آباد، پالایشگاه نفت مازندران واقع در حسین آباد و مرداب و حیوانات وحش میانکاله ) از میان روستای حسین آباد عبور کرده و جاده کریدور شمال و جنوب ( بندر امیر آباد به رستمکلا) و راه آهن بندر امیر آباد دقیقاً از این روستا عبور می نماید.

حسین آباد دارای دو آب بندان ۸۰ و ۱۲۰ هکتاری است که به صورت تعاونی روستایی برای پرورش ماهی استفاده می شود و به وسیله ی کانالها و جویهای حفر شده، آب مورد نیاز زمینهای کشاورزی روستا را تامین می کند. علاوه بر این آب بندانها و کانالها، با افتتاح سد گلورد شاهد افزایش سطح زیر کشت محصولات کشاورزی در این روستا خواهیم بود.



حسین آباد بیش از ۴ هزار هکتار اراضی کشاورزی مستعد دارد که از این میان حدود هزار هکتار در شرایط پیش روی آب دریای خزر و خلیج میانکاله به زیر آب رفته و در شرایط کم باران کنونی در اثر پس رفت آب دریا سر از آب بیرون آورده و قابل کشت می باشد که در حال حاضر اکثر مناطق آن زیر کشت رفته است. این روستا از دیر باز یکی از قطبهای کشاورزی کشور ایران، استان مازندران و شهرستان بهشهر بوده و در گذشته ضمن اینکه قطب پنبه کاری بوده کشاورزان نمونه کشوری و استانی پنبه کار را معرفی کرده و در حال حاضر بیش از ۲۵۰۰ هکتار گندم دیم هم قطب گندم کاری بوده و هم گندم کار (دیم) نمونه کشوری تحویل جامعه داده است.



در فصل کشت بهاره بیش از ۱۰۰۰ هکتار برنج، برنج کار نمونه کشوری و استانی را نیز به جامعه معرفی نموده است اخیراً کشاورزان زحمتکش حسین آباد در کنار کار کشاورزی و دامپروری که از دیر باز به آن مشغول بوده اقدام به درختکاری نموده و باغات وسیع مرکبات و سیاه ریشه را غرس کاشته اند و در زمینه تولید مرکبات، انار، هلو (سیاه ریشه) نقش بسیار مهمی را ایفا می نمایند و در زمینه تولید صیفی جات خصوصاً هندوانه و خربزه و دانه های روغنی از جمله سویا، کنجد و کلزا نقش مهمی دارند.



بزرگترین مجوز بومگردی استان مازندران مربوط به روستای حسین آباد است که در حال حاضر شروع به ساخت کرده است. اولین مجوز گردشگری کشاورزی استان مازندران نیز مربوط به اهالی روستای ماست که آن نیز در حال ساخت و صدور مجوزهای تکمیلی در جهت توسعه پروژه است. با کمک همین افراد آگاه، مطلع و علاقمند، جلساتی با حضور اعضای شورای روستا، اساتید مسلم حوزه گردشگری کشاورزی و روستائی برگزار شده تا بزودی شاهد برگزاری جلسات آموزشی در سطح مدیران روستا، روستاییان، کشاورزان، جوانان علاقمند و زنان روستایی باشیم.



تپه باستانی دین تپه



ظرفیتها و جذابیتهای کشاورزی (جهت توسعه گردشگری کشاورزی)، نزدیکی به تالاب و شبهه جزیره میانکاله (جهت توسعه گردشگری حیات وحش) وجود آب بندانهای بزرگ (توسعه گردشگری صیادی و شیلات) نزدیکی به کوه، جنگل و دریا (توسعه گردشگری طبیعی، گردشگری سلامت گردشگری دریا) تنها بخشی از ظرفیتهای گردشگری این روستا هستند. مطمئنا با توسعه گردشگری، آموزش، فرهنگسازی، توانمند سازی و توسعه شبکه نیروهای بومی درون روستا و ایجاد خود باوری در آنها و استفاده درست و مبتنی بر هر سه محور توسعه پایدار (اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی) از این ظرفیتها در طرح توسعه شهرستان، میتوان شاهد شکوفایی اقتصادی این بخش از استان بزرگ مازندران بود.





IRAN AGROTOURISM BULLETIN

## کشت و گشت

نمونه گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم) ایران  
نشریه داخلی معاونت گردشگری - دفتر توسعه گردشگری داخلی

در این شماره از نشریه دو تعریف از گردشگری کشاورزی بیان شده است: تعریف بین الملل از گردشگری کشاورزی (گردشگری کشاورزی در جهان) و تعریف گردشگری کشاورزی بر اساس زیرساختها و قوانین موجود در ایران (جاذبه های گردشگری کشاورزی). شما نیز با شناخت خود از این فعالیت، میتوانید نظر و تعریف خود را ارائه نمایید. نظر شما در بخش نظرات مخاطبان در شماره بعد منتشر خواهد شد. نظرات خود را به پست الکترونیک [iranagrotourism@gmail.com](mailto:iranagrotourism@gmail.com) ارسال فرمایید.

