



دانشگاه گوارا

نشریه کارآفرینی در کشاورزی

جلد هفتم، شماره دوم، تابستان ۱۳۹۹

<http://jead.gau.ac.ir>

صفحات: ۳۰-۱۹

DOI: 10.22069/jead.2021.18726.1445

شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی

احمد بهرامی پور^۱، سیدمحمد رضا حسینی^{۲*}، محمودرضا مستقیم^۳، سامره شجاعی^۴

^۱ دانشجوی دکتری، کارآفرینی، گرایش توسعه، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

^۲ گروه اقتصاد، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

^۳ گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

^۴ گروه مدیریت دولتی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۱۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۱/۲۷

چکیده

یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی، توسعه گردشگری است؛ زیرا توسعه گردشگری می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی روستاها داشته باشد. بنابراین هدف از این تحقیق شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری در جهت توسعه پایدار روستایی می‌باشد. این پژوهش از نوع کاربردی با رویکرد کیفی بوده و روش تحقیق در آن توصیفی-تحلیلی می‌باشد. جهت گردآوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش شامل خبرگان حوزه گردشگری اداره میراث فرهنگی و گردشگری گرگان و خبرگان دانشگاهی می‌باشد. نتایج به‌دست آمده نشان‌دهنده سه بعد اقتصادی با شش مؤلفه «افزایش میزان سرمایه‌گذاری»، «افزایش درآمد»، «ایجاد تقاضا نسبت به کالای جدید»، «ایجاد بازار برای تولیدات صنایع دستی و غذاهای محلی»، «ایجاد بازار محلی مناسب محصولات کشاورزی» و «میزان ریسک سرمایه‌گذاری»، بعد فرهنگی-اجتماعی با هشت مؤلفه «افزایش سطح آگاهی عمومی»، «افزایش سطح رفاه اجتماعی»، «افزایش مشارکت برای زنان و جوانان»، «افزایش میزان انگیزه پیشرفت»، «افزایش روابط اجتماعی و انسانی»، «ارتقای مهارت‌های فردی»، «افزایش میزان علاقمندی به آموزش» و «شکل‌گیری فرهنگ اشتغال و تقویت فرهنگ خوداشتغالی» و بعد زیست‌محیطی و زیرساختی با شش مؤلفه «افزایش میزان توجه به محیط‌زیست»، «افزایش علاقمندی به حفظ بناهای تاریخی و باستانی»، «تلاش برای حفظ آداب، سنن، هنر و موسیقی‌های محلی»، «توجه سیاستمداران و مدیران محلی و منطقه‌ای»، «ایجاد زیرساخت‌های فنی و تکنولوژی و IT»، «ایجاد زیرساخت‌های اقامتی» می‌باشند. لذا مدیران حوزه گردشگری باید در سیاست‌گذاری‌های مربوط به گردشگری روستایی مؤلفه‌های شناسایی‌شده پژوهش حاضر را مدنظر قرار داده و زیرساخت‌های لازم را فراهم آورند.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، گردشگری روستایی، توسعه روستایی، توسعه پایدار.

*نویسنده مسئول: mehranhosseini163@gmail.com

مقدمه

بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی از مشکلات اصلی روستاها، به ویژه در بین جوانان روستایی است. کاهش شاغلان بخش کشاورزی این واقعیت را نشان می‌دهد که در آینده افزایش اشتغال در نواحی روستایی در گرو توسعه بخش‌های صنعت و خدمات است (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰). از این‌رو بسیاری از کارشناسان متنوع‌سازی اقتصاد روستایی را از طریق ایجاد انواع فعالیت‌های اقتصادی به‌منظور توسعه روستایی تأکید دارند (مطیعی لنگرودی، ۱۳۸۲). یکی از راهبردهای اصلی متنوع‌سازی اقتصاد و استفاده بهینه از منابع روستاهای کشور کارآفرینی است که به‌عنوان موتور توسعه اقتصادی شناخته می‌شود (میرزایی، ۱۳۸۸). ضرورت توجه به کارآفرینی در نواحی روستایی از آنجا ناشی می‌شود که پتانسیل‌های بالقوه طبیعی و انسانی در محیط روستایی می‌تواند منشأ ایده‌های نو و بکری برای کسب‌وکارهای جدید باشد که شاید در محیط شهری کمتر فرصت بروز پیدا کنند. همچنین کارآفرینی روستایی به مثابه حافظ امنیت اقتصادی روستا باید در اولویت سیاست‌ها و برنامه‌های توسعه روستایی قرار گیرد. علاوه بر این باید توجه داشت کارآفرینی در اجتماعات روستایی دارای درآمد اندک، در صورتی موفقیت حاصل می‌نماید که ابتکارات و تنوعات مشاغل از درون خود روستا برخیزد (رحمانی فضلی و همکاران، ۱۳۹۸).

از آنجا که مناطق روستایی دارای پتانسیل و ظرفیت ویژه‌ای در ابعاد گردشگری، کشاورزی، صنایع دستی است که با شناسایی و انسجام این پتانسیل‌ها، بسترسازی و توانمندسازی روستاییان می‌توان زمینه‌های پایدار ایجاد اشتغال و توسعه روستاها را فراهم نمود (رحمانی فضلی و همکاران، ۱۳۹۸)، یکی از رویکردهای اصلی دولت‌ها در راستای رفع محرومیت، ایجاد محرک‌های توسعه و تحقق اهداف

تعیین شده در سند چشم‌انداز بیست ساله کشور برای بهره‌گیری از توان مناطق روستایی مقوله گردشگری است (حیدری‌سربان و حاجی‌حیدری، ۱۳۹۷). گردشگری روستایی بالاخص گردشگری طبیعی روستایی که به نام اکوتوریسم روستایی تسمیه یافته است، از مهم‌ترین رویکردهای اقتصاد گردشگری در راستای بهره‌وری بهینه و پایدار از منابع طبیعی و زیست‌بوم روستایی به شمار می‌رود که از جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی، معیشتی و اقتصادی و رشد و پیشرفت رشد ناخالص ملی مورد توجه فزاینده‌ای قرار گرفته است (رضایی و همکاران، ۱۳۹۷).

در این رابطه ایران نیز با وجود جاذبه‌های فراوان فرهنگی، تاریخی و طبیعی هنوز نتوانسته است جایگاه خود را به عنوان یک کشور گردشگرپذیر در بازار جهانی گردشگری بیاید و از این‌رو سهم ناچیزی از درآمدهای این فعالیت نصیب کشور شده است. این مسأله در مورد گردشگری داخلی به‌ویژه گردشگری روستایی نیز صدق می‌کند. به طوری که در برخی از نواحی روستایی کشور که از جاذبه‌های گردشگری طبیعی و انسانی برخوردارند و تقاضا نیز برای آنها وجود دارد، از این قابلیت در راستای افزایش اشتغال و درآمد، کاهش مهاجرت و توسعه بخش کشاورزی به دلیل فقدان برنامه‌ریزی و مدیریت کارآمد استفاده نشده است (رخشانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹).

گردشگری و کارآفرینی از جمله موضوعات نوپا در نوشتارهای علمی جهان محسوب می‌شوند. بدون شک تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی در مناطق روستایی می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان، متضمن توسعه پایدار آنها نیز باشد. از این‌رو هدف از این پژوهش شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری در جهت توسعه پایدار روستایی می‌باشد.

کارآفرینی گردشگری: بهره‌گیری از ذهنیت و راه‌کارهای کارآفرینانه و ادغام آن با ظرفیت‌های موجود گردشگری و ایجاد فرصت‌های جدید جهت جذب گردشگر که منتج به کسب درآمد، ایجاد اشتغال، رونق سایر کسب‌وکارهایی روستایی می‌شود را کارآفرینی گردشگری می‌نامند. (رضایی و همکاران، ۱۳۹۷).

پیشینه تحقیق

غنیان و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی با ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی منطقه اورامان دریافتند عواملی چون علاقه‌مندی به تأسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تأسیس و گسترش شبکه‌های تولیدی محلی بین صاحبان کسب‌وکار و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران، در قیاس با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی، جایگاه و اهمیت بالاتری دارند. یافته‌های پژوهش اربابیان و همکاران (۱۳۹۳) و امیری و همکاران (۱۳۹۵)، در زمینه بررسی اثر گردشگری بر توسعه کارآفرینی نشان داد گردشگری به واسطه‌ی مزایای قابل توجهی که در ابعاد اقتصادی، اجتماعی فرهنگی به دنبال دارد باعث ترویج و تحرک ویژگی‌ها و مشخصه‌های کارآفرینی و در نتیجه رونق اقتصادی جوامع می‌شود. صفری و محمد میرزایی بافقی (۱۳۹۳) در پژوهشی به شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد پرداختند. یزد با توجه به ویژگی‌های ممتاز در زمینه تاریخی، فرهنگی و طبیعی جزو پنج استان ممتاز کشور از لحاظ جاذبه‌های متنوع گردشگری به حساب می‌آید و نتیجه تحقیق هفت زمینه را به عنوان فرصت کارآفرینی در گردشگری یزد مشخص نمود که فراهم کردن فضا و امکانات تفریحی

مبانی نظری تحقیق

گردشگری: در سال ۱۹۴۲ میلادی اقتصاددان‌های سوئیسی گردشگری را ظهور مجموعه روابطی که از مسافرت و اقامت یک نفر غیربومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به وجود می‌آید توصیف کرده‌اند (Marques and Santos, 2016). سازمان توریسم جهانی تعریف ذیل را در مورد گردشگری ارائه کرده است: "گردشگری، مجموع کارهایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط محصول خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است (Pamucar et al., 2015).

گردشگری روستایی: گردشگری روستایی شامل هر نوع فعالیت تفریحی و گذرانیدن اوقات فراغت با دریافت خدماتی از قبیل غذا، محل اقامت و محصولات محلی از ساکنان محلی و در مکانی که از نظر قوانین و مقررات جاری کشور از نظر ماهیت، اقتصادی و فرهنگی محسوب می‌شود (پاپلی و ابراهیمی، ۱۳۸۶).

توسعه پایدار و توسعه پایدار روستایی: توسعه پایدار را توسعه‌ای می‌دانند که نیازهای نسل حاضر را بدون تضعیف توان نسل آینده در تأمین نیازهای خود برطرف سازد. توسعه پایدار این ایده را ترویج می‌دهد که پیشرفت‌های اجتماعی-فرهنگی، محیطی و اقتصادی در محدوده منابع طبیعی زمین ما قابل دستیابی است (مطیعی لنگرودی، ۱۳۹۰). منظور از توسعه روستایی عموماً فرایند ارتقای کیفیت زندگی و وضعیت اقتصادی مردمی است که در نواحی نسبتاً منزوی و با تراکم جمعیت کم زندگی می‌کنند. به‌طور سنتی توسعه روستایی بر بهره‌گیری از منابع طبیعی سرزمینی نظیر کشاورزی و جنگلداری متمرکز بوده است (پورجعفر و همکاران، ۱۳۹۰).

بالاترین اولویت را در بین موارد شناسایی شده دارا بود.

عبدالله‌زاده و خواجه شاهکوهی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان شناسایی و تبیین عوامل موثر بر موفقیت کسب‌وکارهای گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان) به این نتیجه رسیدند که برای شروع و ادامه فعالیت‌های اقتصادی و مالی، اهداف و انگیزه‌ها غالب می‌باشند. همچنین یافته‌های نشان داد که پنج عامل امکانات و منابع، زیرساخت‌ها و خدمات، یادگیری و حرفه‌آموزی، ارتباطات و پیوندها و مدیریت کسب‌وکار عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای گردشگری را تبیین می‌کنند. نتایج پژوهش کریمی (۱۳۹۳) با عنوان کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه پایدار روستایی حاکی از این می‌باشد که کارآفرینی گردشگری کشاورزی از بعد اقتصادی، می‌تواند به متنوع‌سازی کشاورزی کمک کند و یک منبع درآمد مکمل برای کشاورزان محسوب شود و همچنین فرصت‌های شغلی جدیدی را در جوامع روستایی فراهم نماید. از بعد زیست‌محیطی می‌تواند به حفاظت از محیط‌زیست، اکوسیستم‌ها و زمین‌های کشاورزی کمک نماید و خسارت‌های زیست‌محیطی و آلودگی‌های کشاورزی را کاهش دهد. همچنین از بعد اجتماعی-فرهنگی می‌تواند فرهنگ و سنن روستایی را حفظ نماید، وضعیت اجتماعی کشاورزان را بهبود دهد و زنان کشاورز را توانمند سازد. ولیکن توسعه گردشگری کشاورزی با چالش‌ها و مشکلات فراوانی از جمله مشکلات برنامه‌ریزی، کمبود منابع مالی و انسانی، آموزش و حرفه‌ای‌گری روبرو می‌باشد. خسروجردی و نوری‌پور (۱۳۹۵) مطالعه‌ای با عنوان شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی انجام دادند که نتایج به‌دست آمده آن نشان می‌دهد که راهبرد های مطلوب

برای توسعه گردشگری روستایی در منطقه درودزن بر اساس امتیازهای نرمال شده در مدل ANN، «راهبردهای ته‌اجمی» و «راهبردهای تدافعی» در اولویت اول و دوم قرار دارند. همچنین براساس شبکه عصبی مصنوعی راهبرد «تلاش مسئولان رده‌بالا استانی در جهت ایجاد طرح و برنامه‌ای برای گسترش گردشگری روستایی و در راستای اشتغال‌زایی از طریق توسعه گردشگری» اولویت اول را در منطقه مورد مطالعه به‌دست آورد. تقدیسی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان بررسی و تحلیل چالش‌های توسعه توریسم روستایی از دیدگاه روستائیان روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان غربی یافتند که وجود امکانات و تأسیسات رفاهی و برنامه‌ریزی مناسب در زمینه گردشگری از متغیرهای کلیدی در توسعه گردشگری روستایی می‌باشد. فراهانی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه خود تحت عنوان تحلیل عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی مطالعه موردی: دهستان زوارم شهرستان شیروان نتیجه می‌گیرند که عامل اصلی در توسعه کارآفرینی گردشگری در روستاها، قبل از عوامل اقتصادی، اجتماعی و شرایط سازمانی، عامل محیطی (طبیعی اکولوژیک) است. مودودی ارخودی و فردوسی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء گردشگری روستایی مطالعه موردی: استان لرستان نشان دادند که ابعاد ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی، شامل سه بعد محیطی، منابع انسانی و جامعه محلی است. براساس یافته‌های پژوهش بعد منابع انسانی در الویت اول و بعد جامعه محلی و محیطی به‌ترتیب در اولویت دوم و سوم قرار گرفتند. در این میان، مؤلفه مؤثر بودن در بعد منابع انسانی، مؤلفه اقتصادی در بعد جامعه محلی و مؤلفه زیباشناختی در بعد محیطی دارای بیشترین اهمیت هستند.

با توجه به پیشینه بررسی شده مشاهده می‌شود که تحقیقات کمی در حوزه گردشگری روستایی و با هدف توسعه، بهبود یا شناسایی مزیت‌های این صنعت برای کارآفرینی انجام شده است، از این رو هدف این تحقیق شناسایی مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری با هدف دستیابی به توسعه پایدار روستایی می‌باشد.

روش تحقیق

تحقیق حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و از منظر هدف کاربردی می‌باشد. این پژوهش با رویکرد کیفی صورت گرفته که روش گردآوری داده‌ها در آن به صورت کتابخانه‌ای و میدانی است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۱۵ نفر از متخصصین مجرب اداره میراث فرهنگی و گردشگری شهرستان گرگان و اساتید دانشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی شهرستان علی‌آباد کنترل دارای تجارب مفید و مرتبط و همچنین دارای تألیف کتاب، مقاله و رساله مرتبط با کارآفرینی می‌باشند که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب گردیدند. در گام نخست از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و انجام مصاحبه با متخصصان و خبرگان ابعاد و مولفه‌های پژوهش شناسایی گردید. به این گونه که با استفاده از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته از طریق پرسشنامه باز و به شیوه دستی اقدام به گردآوری اطلاعات تا رسیدن به مرز اشباع نظری شده است. اشباع نظری زمانی رخ می‌دهد که داده بیشتری که سبب توسعه، تعدیل، بزرگتر شدن یا اضافه شدن به تئوری موجود گردد، به پژوهش وارد نشود. در این وضعیت داده جدیدی که به پژوهش وارد می‌شود طبقه‌بندی موجود را تغییر نمی‌دهد یا پیشنهادی برای ایجاد طبقه جدید ایجاد نمی‌کند، یعنی در حقیقت این مقولات هستند که به اشباع می‌رسند (Corbin and Strauss, 2008). در این تحقیق پژوهشگر در مصاحبه ۱۱۵ به اشباع نظری رسید.

امبرکرافتس و همکارانش (۲۰۱۰) به بررسی نقش دولت محلی در گردشگری در بریتیش کلمبیا پرداختند. آن‌ها در مطالعات خود به مطالعه‌ی "لیوت" که در سال ۱۹۹۷ انجام شده بود، اشاره کردند. طبق این مطالعه دولت‌های محلی نقش مهمی را در جذب گردشگر ایفا می‌کنند. "امبرکرافتس" در این مطالعه با بررسی نقاط ضعف در زمینه گردشگری، توصیه‌های مربوط به نقش دولت محلی در گردشگری را ارائه کرد. ایده‌ها شامل: داشتن برنامه‌ریزی، روشن کردن مسئولیت‌های گردشگری در سطح محلی، ادغام گردشگری به طور کامل در توسعه‌ی اقتصادی می‌باشد. دایر و همکارانش (۲۰۰۹) در مقاله‌ای تحت عنوان مدیریت مقصد برای آینده گردشگری بیان کردند که عنصر کلیدی یک صنعت گردشگری موفق، توانایی آن در شناسایی و سروکار داشتن با تغییراتی است که در تعداد زیادی از عوامل کلیدی ایجاد می‌شود و راهی که با آن‌ها مواجه می‌شود. عوامل مهم تغییر جهانی را می‌توان عوامل اقتصادی، اجتماعی، محیط‌زیستی، سیاسی، تکنولوژیکی و جمعیت‌شناختی عنوان کرد. وارولگونز و همکاران (۲۰۱۷) در تحقیقی تحت عنوان نقش معماری سنتی در توسعه گردشگری روستایی در ترکیه به نقش سنت‌ها، معماری سنتی و صنایع دستی در جذب گردشگر و ایجاد کلبه‌های روستایی سنتی، نساجی سنتی و فرش‌بافی سنتی به عنوان عوامل مهم در توسعه گردشگری داست یافتند. اوگرافوا و اسمایلو (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان گردشگری روستایی به عنوان یک فاکتور تاب‌آوری توسعه روستایی عواملی از قبیل زیرساخت، حمایت‌های مردمی و دولتی، حمایت مسئولین محلی، معرفی مکان‌ها جهت گردشگران، هدف‌گذاری برای آینده و برنامه‌ریزی را برای توسعه گردشگری ضروری می‌دانند.

کدگذاری انتخابی است، ادامه می‌یابد. در مرحله بعد از تکنیک دلغی برای دستیابی به اجماع میان نظرات خبرگان استفاده شد. به این منظور پرسشنامه‌ای حاوی ۲۵ سؤال با طیف لیکرت ۵ امتیازی جهت ارزیابی و غربال یافته‌های حاصل از تحلیل محتوای کیفی و نظرات خبرگان مورد استفاده قرار گرفت.

یافته‌ها

وضعیت جمعیت‌شناختی خبرگان در جدول ۱ نشان داده شده است.

در گام بعد با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی کدهای اولیه استخراج گردید. این فرایند سه مرحله دارد که در مرحله کدگذاری باز، مفاهیم و مقولات از داده‌های خام میدانی استخراج می‌شوند. این یافته‌ها در مرحله‌ی کدگذاری محوری طی کشف ارتباطات منطقی میان آن‌ها به الگوهای پارادایمی تبدیل می‌شوند که هر یک معرف اشکالی از روابط میان مقولات با محوریت پدیده اصلی‌اند. یافتن ارتباط میان مقولات و پدیده‌ها تا مرحله‌ی نهایی که همان

جدول ۱- وضعیت جمعیت‌شناختی خبرگان

ویژگی	وضعیت	فراوانی	فراوانی نسبی
جنسیت	مرد	۱۰	۶۰
	زن	۵	۴۰
سابقه خدمت	۵-۱۰ سال	۱	۳۰
	۱۱-۱۶ سال	۴	۷
	۱۷-۲۲ سال	۷	۲۶
	۲۳-۲۸ سال	۳	۴۷
میزان تحصیلات	لیسانس	۶	۴۰
	فوق لیسانس	۶	۴۰
	دکتری	۳	۲۰
موقعیت شغلی	کارشناس اداره میراث فرهنگی	۸	۵۳
	کارشناس گردشگری	۳	۲۰
	معاون اداری و پشتیبانی	۱	۷
	عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علی آباد	۳	۲۰

گرفت که نتایج به‌دست آمده در جدول ۲ ارائه شده است. موارد ارائه شده در جدول زیر از جمله مواردی هستند که اگر انجام شود یا در جهت انجام شدنشان اقدامی صورت گیرد باعث توسعه پایدار روستایی می‌شود.

در مرحله کیفی داده‌های به‌دست آمده از مشارکت کنندگان در چندین مرحله مورد بازبینی و تحلیل قرار گرفت و یافته‌های حاصل از تحلیل و کدگذاری داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان به استخراج ۲۵ مؤلفه منتهی شد. به منظور روایی‌سنجی کدها و مفاهیم، پرسشنامه تحقیق در اختیار گروه خبرگان قرار

جدول ۲- نتایج مرحله نخست نظرسنجی از خبرگان در مورد کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی				
شماره	مؤلفه	تعداد	میانگین	انحراف معیار
۱	افزایش میزان سرمایه‌گذاری	۱۵	۴/۶	۰/۶۳
۲	ورود کسب‌وکارهای جدید	۱۵	۲/۳۳	۰/۸۲
۳	افزایش درآمد	۱۵	۴/۶۷	۰/۴۹
۴	ایجاد تقاضا نسبت به کالای جدید	۱۵	۴/۲	۰/۶۸
۵	ایجاد بازار برای تولیدات صنایع دستی و غذاهای محلی	۱۵	۵	۰
۶	منفعت مالی همه اهالی	۱۵	۲/۲	۰/۸۶
۷	ایجاد بازار محلی مناسب محصولات کشاورزی	۱۵	۴/۶	۰/۶۳
۸	میزان ریسک سرمایه‌گذاری	۱۵	۴/۲	۰/۵۶
۹	افزایش میزان توجه به محیط‌زیست	۱۵	۴/۲۷	۰/۷
۱۰	افزایش علاقمندی به حفظ بناهای تاریخی و باستانی	۱۵	۴/۴	۰/۶۳
۱۱	تلاش برای حفظ آداب، سنن، هنر و موسیقی‌های محلی	۱۵	۴/۶	۰/۵۱
۱۲	ایجاد امکانات رفاهی (پارک، مجتمع ورزشی، کتابخانه)	۱۵	۲/۳۳	۰/۹۸
۱۳	ایجاد زیرساخت‌های مربوط به عبور و مرور	۱۵	۱/۸۷	۰/۸۳
۱۴	توجه سیاستمداران و مدیران محلی و منطقه‌ای	۱۵	۴/۴۷	۰/۵۲
۱۵	ایجاد زیرساخت‌های فنی و تکنولوژی و IT	۱۵	۴/۲	۰/۶۸
۱۶	ایجاد زیرساخت‌های اقامتی (هتل، رستوران و مسافرخانه)	۱۵	۳/۸۷	۰/۷۴
۱۷	افزایش میزان علاقه به طبیعت‌گردی	۱۵	۲/۲۷	۰/۸
۱۸	افزایش سطح آگاهی عمومی	۱۵	۴/۲	۰/۷۷
۱۹	افزایش سطح رفاه اجتماعی	۱۵	۳/۸۷	۰/۸۳
۲۰	افزایش مشارکت برای زنان و جوانان	۱۵	۳/۶	۰/۶۳
۲۱	افزایش میزان انگیزه پیشرفت	۱۵	۳/۸۷	۰/۶۴
۲۲	افزایش روابط اجتماعی و انسانی	۱۵	۴/۰۷	۰/۸
۲۳	ارتقای مهارت‌های فردی	۱۵	۴/۲	۰/۷۷
۲۴	افزایش میزان علاقمندی به آموزش	۱۵	۳/۸۷	۰/۸۳
۲۵	شکل‌گیری فرهنگ اشتغال و تقویت فرهنگ خوداشتغالی	۱۵	۴/۲	۰/۷۷

خبرگان گذاشته شد و با اتفاق نظر این شاخص‌ها حذف گردیدند. ۲۰ مؤلفه باقیمانده بعد از ۲ هفته مجدد توسط پرسشنامه‌ای با ابعاد و مؤلفه‌های تعیین شده به خبرگان ارجاع داده شد و نتایج تجزیه و تحلیل و مناسب بودن مؤلفه‌ها برای نهایی شدن در جدول ۳ ارائه شده است.

با توجه به نتایج جدول ۲، مؤلفه‌های ورود کسب‌وکارهای جدید، منفعت مالی همه اهالی، ایجاد زیرساخت‌های مربوط به عبور و مرور و افزایش میزان علاقه به طبیعت‌گردی به دلیل کمتر بودن از حد متوسط از میان مؤلفه‌های اولیه حذف شدند. برای اطمینان از صحت نتایج در مرحله اول، جلسه‌ای با تیم

جدول ۳- ابعاد و مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی

بعد	مؤلفه	نمره میانگین	انحراف معیار
بعد اقتصادی	افزایش میزان سرمایه‌گذاری	۴/۷۳	۰/۴۶
	افزایش درآمد	۴/۶۷	۰/۴۹
	ایجاد تقاضا نسبت به کالای جدید	۴/۵۳	۰/۵۲
	ایجاد بازار برای تولیدات صنایع دستی و غذاهای محلی	۵	۰
	ایجاد بازار محلی مناسب محصولات کشاورزی	۴/۶۷	۰/۴۹
	میزان ریسک سرمایه‌گذاری	۴/۶	۰/۵۱
بعد فرهنگی و اجتماعی	افزایش سطح آگاهی عمومی	۴/۴۷	۰/۵۲
	افزایش سطح رفاه اجتماعی	۴/۵۳	۰/۵۲
	افزایش مشارکت برای زنان و جوانان	۴/۴۷	۰/۵۲
	افزایش میزان انگیزه پیشرفت	۴/۶	۰/۵۱
	افزایش روابط اجتماعی و انسانی	۴/۶	۰/۵۱
	ارتقای مهارت‌های فردی	۴/۵۳	۰/۵۲
	افزایش میزان علاقمندی به آموزش	۴/۶۷	۰/۴۹
	شکل‌گیری فرهنگ اشتغال و تقویت فرهنگ خوداشتغالی	۴/۶۷	۰/۴۹
بعد زیست‌محیطی و زیرساختی	افزایش میزان توجه به محیط‌زیست	۴/۵۳	۰/۵۲
	افزایش علاقمندی به حفظ بناهای تاریخی و باستانی	۴/۵۳	۰/۵۲
	تلاش برای حفظ آداب، سنن، هنر و موسیقی‌های محلی	۴/۷۳	۰/۴۶
	ایجاد زیرساخت‌های فنی و تکنولوژی و IT	۴/۶	۰/۵۱
	ایجاد زیرساخت‌های اقامتی (هتل، رستوران و مسافرخانه)	۴/۵۳	۰/۵۲
	توجه سیاستمداران و مدیران محلی و منطقه‌ای	۴/۵۳	۰/۵۲

سرمایه‌گذاری و همچنین رونق اقتصادی روستا از طریق ایجاد بازار فروش محصولات کشاورزی، صنایع دستی و غذاهای محلی و در نتیجه ارتقای سطح درآمد روستاییان می‌گردد که این نتایج با یافته‌های پژوهش اربابیان و همکاران (۱۳۹۳)، عبدالله‌زاده و همکاران (۱۳۹۴)، امیری و همکاران (۱۳۹۵) و وارولگونز و همکاران (۲۰۱۷) مطابقت دارد. در بعد فرهنگی-اجتماعی نیز روابط بیرونی روستائیان با مردم سایر شهرها و استان‌های کشور را گسترش داده و موجب مشارکت بیشتر زنان و جوانان، افزایش آگاهی، افزایش مهارت‌های فردی و میل به پیشرفت می‌شود که این نتایج با یافته‌های پژوهش اربابیان و همکاران (۱۳۹۳) و امیری و همکاران (۱۳۹۵) همسو می‌باشد.

با توجه به جدول ۳ تمامی مؤلفه‌ها دارای میانگین بالاتر از حد متوسط می‌باشند. لذا در این مرحله از تحقیق مؤلفه‌ای حذف نمی‌گردد که این به معنای اتمام مراحل دلفی و تأیید نتایج جدول ۳ توسط خبرگان می‌باشد.

نتیجه‌گیری

نتایج این مطالعه نشان‌دهنده‌ی ۳ بعد اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و زیست‌محیطی و زیرساختی در کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی می‌باشد. بر اساس مؤلفه‌های شناسایی شده در بعد اقتصادی جهت توسعه پایدار روستایی، کارآفرینی گردشگری موجب جذب

یارانه‌های دولتی و حمایت‌های بیمه‌ای و مشاوره‌ای، ویژگی‌های فردی و اجتماعی مانند روحیه و اندیشه‌ی کارآفرینانه و وجود نیروی کار مناسب از پایه‌های اساسی برای شکل‌گیری کارآفرینی بوده و به دنبال آن فراهم بودن شرایط محیطی و نهادی نیز می‌تواند تقویت‌کننده‌ی این امر باشد تا روستاییان علاقه‌مند و دارای روحیه‌ی کارآفرینی بتوانند ایفای نقش کرده و ظرفیت‌های خود را برای کارآفرینی گردشگری به کار گیرند.

لذا پیشنهاد می‌گردد مدیران مربوطه به بررسی عوامل محدودکننده‌ی فعالیت تجاری در گردشگری روستایی پردازند. همچنین توجه به خلق مزیت اقتصادی در میان روستاییان، تقویت نظام بانکی و مؤسسات پولی و مالی دولتی و صندوق‌های اعتباری ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، ارائه‌ی مشاوره‌های مالی و اقتصادی (در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه) به واحدهای کوچک و متوسط روستایی در برنامه‌ریزی‌های آتی در این زمینه ضروری است.

تحلیل عوامل راهبردی (SWOT). فصلنامه علوم و

تکنولوژی محیط زیست، ۱۴ (۲): ۷۹-۶۱.

۵. تقدیسی، ا.، گودرزی، س. و بیک‌محمدی، ح. ۱۳۹۴.

بررسی و تحلیل چالش‌های توسعه توریسم روستایی از دیدگاه روستائیان روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان غربی. برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا). ۵ (۱): ۱۰۰-۸۳.

۶. خسروجردی، م. و نوری‌پور، م. ۱۳۹۵ شناسایی راهبردهای توسعه گردشگری روستایی منطقه دزدن: تلفیق مدل‌های برنامه‌ریزی راهبردی و شبکه عصبی مصنوعی. همایش برنامه‌ریزی و آمایش فضا، ۲۱ (۱): ۳۰-۱.

۷. حیدری‌ساربان، و. و حاجی‌حیدری، س. ۱۳۹۷. تحلیل عوامل مؤثر بر موفقیت گردشگری روستایی، مطالعه

از نظر زیست‌محیطی نیز گردشگری باعث خواهد شد که مردم روستایی توجه بیشتری به زیباسازی روستاهای خود، آداب و رسوم، بناهای تاریخی و باستانی داشته باشند. از طرف دیگر مدیران دولتی و تصمیم‌گیران در زمینه گردشگری باید در سیاست‌گذاری‌های مربوط به گردشگری روستایی مؤلفه‌های شناسایی‌شده‌ی پژوهش حاضر را مدنظر قرار داده و زیرساخت‌های لازم از قبیل مکان‌های اقامتی و فناوری را فراهم آورند. این نتایج با یافته‌های پژوهش صفری و محمد میرزایی بافقی (۱۳۹۳)، فراهانی و همکاران (۱۳۹۷)، مودودی ارخودی و فردوسی (۱۳۹۹) و اوگرافوا و اسمایلو (۲۰۲۰) مطابقت دارد.

گردشگری یکی از اجزای اقتصادی ابعاد توسعه روستایی است که می‌تواند نقشی اساسی در توسعه نواحی روستایی داشته باشد (رخشانی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۹). اما باید به این نکته توجه داشت که در توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری در کنار عامل اقتصادی از قبیل وجود سرمایه‌ی مالی کافی، وام‌های کم‌بهره،

منابع

۱. اربابیان، ش.، زمانی، ز. و رحیمی، م. ۱۳۹۳. بررسی اثر گردشگری در توسعه کارآفرینی. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳ (۱۰): ۴۶-۱۲۶.
۲. امیری، ص.، احسانی‌فر، ت.، نادری و رستمی، ف. ۱۳۹۵. آرایه مدل مفهومی به منظور بررسی تاثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی. نشریه کارآفرینی کشاورزی، ۳ (۱): ۱۵-۱.
۳. پاپولی یزدی، م. ح.، ابراهیمی، م. ا. ۲۰۰۸. نظریه‌های توسعه روستایی. مطبوعات سامت تهران.
۴. پورجعفر، م. ر.، محمودی‌نژاد، ه.، ایلکا، ش. و عاقبت‌بخیر، ح. ۱۳۹۰. فراتحلیلی از ارزیابی رویکردهای توسعه گردشگری روستایی با تاکید بر

- موردی: (روستای موئیل شهرستان مشگین‌شهر).
برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)، ۷ (۴): ۷۳-۹۲.
۸. رحمانی فضلی، ع. ر.، عزیزپور، ف. و شامانیان، م. ۱۳۹۸. تحلیل ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی دامغان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۸ (۲): ۱۵۶-۱۳۳.
۹. دادورخانی، ف.، رضوانی، م. ر.، ایمنی‌قشلاق، س. و بوذرجمهری، خ. ۱۳۹۰. تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو). پژوهش‌های جغرافیای انسانی، ۴۳ (۴): ۱۹۶-۱۶۹.
۱۰. رخشانی‌نژاد، ا.، شریعت‌پناهی، و. و حاجیلویی، م. ۱۳۹۹. بررسی تاثیر گردشگری بر توسعه پایدار روستاهای سیستم با بهره‌گیری از پتانسیل‌های روستایی، فضای گردشگری. ۹ (۳۴): ۱۵۵-۱۳۵.
۱۱. رضائی، ح.، سمیعی، ر.، دیده‌خانی، ح. و شجاعی، س. ۱۳۹۷. عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی، با تأکید بر گردشگری الکترونیکی در استان گلستان. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. ۷ (۳): ۱۰۰-۸۷.
۱۲. صفری، س. و محمد میرزایی‌بافقی، م. ۱۳۹۳. شناسایی و اولویت‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در صنعت گردشگری شهرستان یزد). مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۶: ۱۴۷-۱۳۱.
۱۳. عبدالله‌زاده، غ.، و خواجه شاهکوهی، ع. ۱۳۹۲. شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستای زیارت شهرستان گرگان). نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، ۵ (۲): ۹۳-۱۰۷.
۱۴. غنیان، م. ۱۳۹۰. تبیین راهبردهای توسعه گردشگری کارآفرین روستایی؛ مطالعه منطقه اورامان. رساله دکتری تخصصی در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران: ۱۸-۲.
۱۵. فراهانی، ح.، حسینی، س. پ. و بایزیدی، ش. ۱۳۹۷. تحلیل عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی
- مطالعه موردی: دهستان زوارم شهرستان شیروان. راهبردهای توسعه روستایی، ۵ (۳): ۳۲۹-۳۴۶.
۱۶. کریمی، س. ۲۰۱۵. کارآفرینی گردشگری کشاورزی، راهبردی نوین برای توسعه پایدار روستایی. کارآفرینی در کشاورزی. ۱ (۴): ۶۹-۹۰.
۱۷. مطیعی لنگرودی، س. ح. و نصرتی، م. ۱۳۹۰. امکان‌سنجی توسعه گردشگری در مناطق روستایی از دیدگاه جهانگردان (منطقه کارگانرود شهرستان تالش). جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۲ (۱): ۶۹-۸۴.
۱۸. مطیعی لنگرودی، ح. ۱۳۸۲، برنامه‌ریزی روستایی با تأکید بر ایران، مشهد، انتشارات جهاد دانشگاهی.
۱۹. مودودی‌ارجودی، م. ، فردوسی، س. ۱۳۹۹. شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی مطالعه موردی: استان لرستان. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، مقاله آماده انتشار.
۲۰. میرزایی، ر. ۱۳۸۸، تاثیر توسعه گردشگری روستایی بر اشتغال در منطقه اورامانات کرمانشاه. روستا و توسعه. ۱۲ (۲): ۷۶-۴۹.
21. Amber Crofts, A. 2010. Study of Local Government Engagement in Tourism in British Columbia, Master of Arts in Tourism Management IHMN690–Applied Graduate Research Paper Dr. Brian White Submitted: April 24.
22. Corbin, Juliet and Anselm Strauss. 2008. Basics of Qualitative Research, Third Edition, London: Sage Publications.
23. Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., and Scott, N. 2009. Destination and enterprise management for a tourism future. Tourism management, 30(1): 63-74.
24. Evgrafova, L.V., Ismailova, A.Z. and Kalinichev, V.L. 2020. Agrotourism as a factor of sustainable rural development. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 421 (2): 115-136.
25. Marques, J., and Santos, N. 2016. Developing business tourism beyond major urban centres: The perspectives of local stakeholders. Tourism and hospitality management, 22(1):1-15.

27. Varolgüneş, F.K., Doğan, E., and Varolgüneş, S. 2017. The Role of Traditional Architecture in the Development of Rural Tourism: The Case of Turkey. *International Journal of Scientific Study*, 5(8): 237-243.

26. Pamučar, D., Čirović, G., & Sekulović, D. 2015. Development of an integrated transport system in distribution centres: A FA'WOT analysis. *Tehnički vjesnik*, 22(3): 649-658.



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 7(2), 2020

<http://jead.gau.ac.ir>

DOI: 10.22069/jead.2021.18726.1445

Identifying the dimensions and components of tourism entrepreneurship to achieve sustainable rural development

A. Bahramipour¹, S.M.R. Hosseini^{2*}, M.R. Mostaghimi³, S. Shojaei⁴

¹Ph.D. Student, Entrepreneurship, development orientation, Ali Abad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran

²Department of Economics, Ali Abad Katoul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad Katoul, Iran

³Department of Management, Ali Abad Katoul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad Katoul, Iran

⁴Department of Management, Ali Abad Katoul Branch, Islamic Azad University, Ali Abad Katoul, Iran

Received: 08/01/2021; Accepted: 16/04/2021

Abstract

One of the effective factors in rural development is tourism development; Because it can play an effective role in improving the economic situation of villages by creating new employment and income opportunities. Therefore, this study aims to identify the dimensions and components of tourism entrepreneurship for sustainable rural development. This is an applied research with a qualitative approach and analytical descriptive method. Library and field method has been used to collect information. The study population includes tourism experts of The Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of Gorgan and academic experts. The results show 3 dimensions, economic with 6 components, increasing the amount of investment, increasing income, creating demand for new goods, creating handicrafts and local food markets, creating a local market suitable for agricultural products and investment risk, socio-cultural dimension with 8 components, increasing public awareness, increasing the level of social welfare, increasing participation for women and youth, increasing the motivation for progress, increasing social and human relations, improving individual skills, increasing the interest in education and forming a culture of employment and strengthening the culture of self-employment, and the environmental and infrastructure dimension with 6 components, increasing the level of attention to the environment, increasing interest in preserving historical and ancient monuments, efforts to preserve local customs, traditions, art and music, attention of local and regional politicians and managers, creating technical, technological and IT infrastructure, creating residential infrastructure. Therefore, tourism managers should consider the identified components in rural tourism policies and provide the necessary infrastructure.

Keywords: Entrepreneurship, Tourism, Rural development, Sustainable development

*Corresponding author; Mehranhosseini163@gmail.com