

ارزیابی نقش و تأثیر توسعه‌ی فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)

ابوطالب کاویانی^۱

دانشجوی دکترای جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

بیژن رحمانی

دانشیار جغرافیای انسانی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

محمد تقی رضویان

استاد جغرافیای انسانی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

عباس علیپور نخی

استادیار مرکز تحقیقات و آموزش کشاورزی و منابع طبیعی مازندران،

سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، ساری، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۲/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۲/۳۰

چکیده

یکی از عوامل مؤثر در توسعه‌ی روستایی، توسعه فضای کسب و کار گردشگری است، زیرا توسعه گردشگری می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. به همین دلیل سنجش سطح توسعه فضای کسب و کار گردشگری روستایی می‌تواند منجر به دریافت رهیافت‌های مناسبی در راستای توسعه پایدار روستایی شود. در پژوهش حاضر با استفاده از مدل رگرسیون خطی (ANOVA) به بررسی عوامل مؤثر در توسعه فضای کسب و کار گردشگری و میزان تأثیرگذاری آن بر توسعه پایدار روستایی در روستاهای دهستان استرآباد جنوبی شهرستان گرگان پرداخته می‌شود. شیوه جمع‌آوری اطلاعات از نوع کتابخانه‌ای و میدانی است. برای تعیین حجم نمونه آماری مورد بررسی از مدل کوکران استفاده شد و ۴۴۰ نمونه برای پرسشگری انتخاب شده است. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد که حدود ۵۶/۷ درصد واریانس توسعه پایدار روستایی در محدوده روستاهای دهستان استرآباد جنوبی را توسعه فضای کسب و کار گردشگری تبیین می‌کند و ۴۳/۳ درصد دیگر مربوط به سایر متغیرهای دیگر است، نتایج حاکی از آن است که متغیر مستقل (توسعه فضای کسب و کار گردشگری) از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و به خوبی قادر است میزان تغییرات و واریانس متغیر وابسته (توسعه پایدار روستایی) را توضیح دهد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، گردشگری، توسعه فضای کسب و کار، توسعه پایدار روستایی، دهستان استرآباد جنوبی.

^۱ - (نویسنده مسئول) kaviani1966@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. کارآفرینی به عنوان موتور توسعه اقتصادی، می‌تواند یکی از راهبردهای اصلی حل مشکلات روستایی، متنوع سازی اقتصاد و استفاده بهینه از منابع روستاهای کشور باشد. گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد است، در نتیجه تقاضاهای جدید گردشگران و نیاز به تنوع محصولات و مقصدهای گردشگری، زمینه‌ای برای توسعه کسب و کارها، به ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط و توسعه کارآفرینی فراهم می‌آورد. یکی از شناخته‌شده‌ترین راهبردهای توسعه روستایی، گردشگری و فرصت‌های مربوط به آن در زمینه کارآفرینی است. گردشگری و کارآفرینی از جمله موضوعات نوپا در نوشتارهای علمی جهان محسوب می‌شوند. بدون شک تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان، متضمن گردشگری ایمن و مطلوب برای گردشگران باشد. نکته اساسی در تحقق و فعالیت کارآفرینانه در سطح اجتماع، فراهم بودن زمینه‌ها در جامعه، یا در واقع چیزی است که امروزه از آن با عنوان فضای کارآفرینی یاد می‌شود.

امروزه گردشگری روستایی یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود و عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی و پیرامون آن‌ها که در بردارنده آثاری (مثبت/منفی) برای محیط زیست روستا (انسان/طبیعی) می‌باشد، بدیهی است این چنین برداشتی از گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری چون سکونتگاه‌ها، رویدادها، جشنواره‌ها، ورزش‌ها و تفریحات گوناگون را در برگیرد که در محیط روستا شکل می‌گیرند (Darban astaneh, 1385: 53) و گردشگری روستایی می‌تواند به عنوان یک ابزار برای تولید اشتغال و توسعه اقتصادی در سطح منطقه امیدهایی را برای کاهش فقر فراهم آورد (Slee, 1997: 181). کارآفرینی گردشگری روستایی از طریق نفوذ و تأثیر بر کلیه جوانب زندگی روستایی، آن‌ها را چه از نظر اقتصادی و چه از نظر فرهنگی - اجتماعی به رشد می‌رساند. گردشگری روستایی در واقع شکلی از مشارکت همه اقشار جامعه روستایی در فرایند توسعه است چرا که با ورود گردشگر به یک منطقه تمامی افراد ناخودآگاه در مسیر توسعه قرار می‌گیرند.

همچنین گردشگری روستایی با هدف فقرزدایی در روستاها در حال توسعه است، اما این استراتژی به دلیل عدم توجه به مسئله معیشت پایدار و توسعه کلی روستا از نقش بایسته خود برخوردار نبوده است، اما این عقیده وجود دارد که این نارسایی می‌تواند توسط در اختیار گرفتن یک رویکرد جامع‌نگر و سیستمی به توسعه گردشگری که از تئوری توسعه به طور عام یا توسعه روستایی به طور خاص برجسته باشد، تا حدودی رفع گردد و توسعه گردشگری به نقش خود قائل شود. همان‌طور که عنوان گردید گردشگری از دیرباز به عنوان کاتالیزوری مؤثر در توسعه اجتماعی - اقتصادی روستاها و احیاء آن‌ها تلقی می‌شده است (Sharply, 2002: 233).

شهرستان گرگان علی‌الخصوص دهستان استرآباد جنوبی که ناحیه ناهارخواران در آن قرار دارد، یکی از مناطق جذاب گردشگری در شمال ایران بوده که روزانه تعداد بی‌شماری از ساکنین شهر گرگان و گردشگران ورودی به

این استان را به خود جذب کرده، محدوده مورد مطالعه در بخش مرکزی شهرستان گرگان با ۲۱ آبادی و جمعیتی برابر با ۲۹۲۴۹ نفر در قالب ۷۳۲۸ خانوار بوده که به لحاظ تقسیمات کشوری در دهستان استرآباد جنوبی واقع گردیده است. این ناحیه از آب و هوای خنک و معتدل، چشم اندازهای بدیع، جنگل‌های زیبا و برخوردار بودن از موقعیت ممتاز گردشگری و استراحتگاهی طی دهه‌های اخیر مورد توجه شهرنشینان قرار گرفته است. عمده‌ترین جاذبه‌های گردشگری این ناحیه عبارت‌اند از: پارک جنگلی نه‌ارخوران، النگ‌دره، قرق، شصت کلا، گرمابدشت، سدنومل (کوثر)، هزارپیچ، آبشار زیارت، آب گرم زیارت، منطقه حفاظت شده جهان‌نما، روستای ییلاقی زیارت؛ اما نکته بسیار مهم عدم وجود استراتژی مناسب نزد سیاست‌گذاران و متولیان گردشگری استان در خصوص برنامه‌ریزی‌های اصولی برای بهبود فضای کارآفرینی با نگاه توسعه پایدار گردشگری روستایی در سطح روستاهای این ناحیه می‌باشد. در این تحقیق کوشش خواهد شد که زمینه‌های بهبود فضای کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در این ناحیه از کشور را مورد مطالعه دقیق قرار داده تا با ارائه پیشنهادات منتج از این پژوهش بتوان تحولی در وضعیت معیشتی ساکنین این ناحیه به وجود آورد.

در این تحقیق کوشش خواهد شد که زمینه‌های بهبود فضای کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در این ناحیه از کشور را مورد مطالعه دقیق قرار داده تا با ارائه پیشنهادات منتج از این پژوهش بتوان تحولی در وضعیت معیشتی ساکنین این ناحیه به وجود آورد. روش مورد استفاده در این تحقیق، ترکیبی از روش‌های توصیفی و تحلیلی با استفاده از شیوه کتابخانه‌ای و میدانی است. در راستای تعیین حجم نمونه و مشخص نمودن تعداد افرادی که بایستی مورد مطالعه قرار گیرد از روش نمونه‌گیری طبقه‌بندی و مدل کوکران مورد استفاده قرار گرفت. نمونه آماری در مرحله مطالعه میدانی شامل ۴۴۰ نفر می‌باشد. قبل از تجزیه و تحلیل داده‌ها و تفسیر نتایج حاصل از بررسی آزمون فرضیه‌ها بایستی پایایی پرسشنامه مورد بررسی قرار گیرد. جهت حصول این نتیجه روش‌های مختلفی وجود دارد که روش آلفای کرونباخ در مطالعات علوم انسانی روش پذیرفته شده‌ای است و مقدار ضریب به دست آمده برای معیارهای مورد بررسی (کرونباخ ۰/۹۲۳) می‌باشد. همچنین قابل ذکر است که روایی محتوای سؤالات پرسشنامه توسط اساتید و کارشناسان امر (۱۰ کارشناس) مورد تأیید قرار گرفته است.

رویکرد نظری

از نظر اسنيسکا (۲۰۱۴) گردشگری روستایی از دو جنبه اهمیت دارد: ۱- گردشگری روستایی مزایای اقتصادی و اجتماعی برای نواحی بیرون از شهر ایجاد می‌کند. این نوع گردشگری فعالیتی جذاب برای جوانان می‌باشد و همچنین منبعی برای سودآوری مردم کشور به شمار می‌رود. ۲- گردشگری روستایی عاملی مهم در حفظ و نگهداری طبیعت، فرهنگ و ارزش‌های سنتی است. گردشگری اهمیت ویژه‌ای به حفاظت، بازسازی کاخ‌های قدیمی و پژوهش‌های اجتماعی و تاریخی می‌دهد و همچنین اعضای جامعه را به طبیعت و تاریخ سرزمین‌های دیگر علاقه‌مند می‌سازد.

راداک (۲۰۱۲) معتقد است که مزایای اقتصادی گردشگری روستایی می‌تواند به شکل ایجاد اشتغال، افزایش مخارج زندگی، تنوع اقتصادی، بازارهای کشاورزان و زیرساخت‌ها نمود پیدا کند. از سوی دیگر سوتاوا (۲۰۱۲) عقیده دارد که فعالیت‌هایی که در روستا انجام می‌گیرد احتیاج به مشارکت جامعه محلی دارد. با این وجود، مشارکت جامعه نیاز

به توانمندسازی جامعه محلی دارد و این توانمندسازی جامعه کلید اصلی رفاه جامعه و پایداری گردشگری محسوب می‌شود. ژانگ (۲۰۱۲) اعتقاد دارد که توسعه گردشگری روستایی می‌تواند مزایایی را همچون افزایش اقتصاد جمعی روستایی، زیباسازی جنبه ظاهری روستا، افزایش درآمد جامعه محلی، تغییر سبک زندگی، کاهش شکاف جامعه شهری-روستایی و ایجاد یک جامعه هماهنگ ایجاد کند. توسعه گردشگری روستایی از یک طرف می‌تواند نقش مهمی در تنوع سازی اقتصاد روستاها در قالب صنعت گردشگری ایفا کند و از طرف دیگر وسیله‌ای برای تحرک رشد اقتصاد ملی (از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه نیافتگی و بهبود استاندارد زندگی مردم محلی) به شمار آید- (Ardestani, 2008). در توسعه پایدار روستایی باید اشتغال، آموزش، تغذیه، مسکن و در به طور کلی سطح زندگی بهبود یابد. روند توسعه روستایی بایستی کاهش نابرابری در زمینه توزیع درآمدهای روستایی، کاهش عدم تعادل درآمدها بین مناطق شهری و روستایی، گسترش توانایی بخش روستایی و قدرت تثبیت جریان پیشرفت در طول زمان را در برداشته باشد (Todaro, 1366). دسترسی به خدمات زیربنایی، گسترش مشارکت مردم در فرآیند توسعه، اعتلای فرهنگی و از بین بردن بی‌سوادی، تأمین امنیت اجتماعی، افزایش خوداتکایی و افزایش تولید کشاورزی و مواد غذایی از جمله اهداف توسعه روستایی می‌باشند (Asayesh, 1374).

از دیدگاه آروین دولت‌ها برنامه‌ریزی روستایی را به منظور ایجاد فرصت‌های اشتغال در روستاها، بالا بردن سطح زندگی در روستاها در دستور کار خود قرار می‌دهند. توجه به عقب‌ماندگی شرایط اجتماعی و اقتصادی در روستاهای کم جمعیت و پرجمعیت و همچنین جلوگیری از تخریب مناظر زیبا و طبیعی روستا و حفظ زیبایی‌های آن از مهم‌ترین اهداف برنامه‌ریزی روستاها به شمار می‌آید (Asayesh, 1374). از سوی دیگر در فرآیند برنامه‌ریزی از مشارکت مردمی به عنوان یکی از راهبردهای رسیدن به سطح مناسب توسعه پایدار در راستای آگاهی دادن به مردم محلی نام برده شده است (Papeli Yazdi & Amir Ebrahimi, 1381). از کیا (۱۳۸۷) اشاره می‌کند که تحقق توسعه روستایی در گرو حضور فعالانه مردم و مشارکت آن‌ها در مراحل توسعه است. در چارچوب توسعه روستایی، توانایی‌های اجتماعات روستایی در جهت رفع نیازهای مادی و معنوی و کنترل مؤثر نیروهای شکل دهنده‌ی نظام سکونت محلی (بوم‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی و نهادی) رشد و تعالی می‌یابد (Rezvani, 1382). بر اساس نظریه‌های دانشمندان پایداری همچون چتری است که همه‌ی فعالیت‌های انسانی را در برمی‌گیرد و از طریق یکپارچه کردن فعالیت‌های انسانی توسعه مناطق مختلف را تداوم می‌بخشد (Sieman, 2009). از نظر لیبی و اونویل (۲۰۰۴) پایداری فرآیندهای هم‌افزا است که در آن به ملاحظات زیست محیطی، اقتصادی و کیفیت زندگی به طور مؤثری تأکید می‌شود تا بتوان نیازهای حاضر را بدون به خطر افتادن نیازهای نسل آینده برطرف نمود.

گردشگری پایدار حاصل تلاش در دستیابی به توسعه پایدار در تمام زمینه‌هاست. اجلاس زمین در سال ۱۹۹۲ در ریو دوژانیرو، دولت‌ها را به سمت توسعه‌ای سوق داد که حداقل زیان و لطمه را به محیط زیست وارد سازد. گردشگری پایدار نیز جزو توافقات حاصل در دستور کار اجلاس ۲۱ (یعنی برنامه‌های مربوط به قرن بیست و یکم) قرار گرفت و هدف اصلی در بسط معنایی گردشگری پایدار، ارائه روش‌های منطقی در بهره‌گیری از منابع طبیعی و انسانی و ممانعت از به‌کارگیری غیرعلمی این منابع است (Papeli Yazdi & Saghaei, 2006). بر اساس تعریف، گردشگری پایدار عبارت است از کلیه فرم‌های توسعه گردشگری شامل مدیریت و فعالیت‌های حفظ و احیای منابع

طبیعی، تمامیت اجتماعی، اقتصادی و رفاه جامعه، حفظ و تداوم ساختمان‌ها و منابع فرهنگی جامعه (Darban ahesteh, 1385: 53). توسعه پایدار گردشگری روستایی دارای چهار بعد اساسی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اکولوژیکی است و از بعد پایداری، هیچ‌گونه رقابتی با یکدیگر نداشته و تمام این ابعاد به یک اندازه دارای اهمیت هستند.

محیط روستایی معرف یک محیط کارآفرینی معین به لحاظ ارضی با شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی می‌باشد. موقعیت، منابع طبیعی و مناظر، سرمایه اجتماعی، نظارت روستایی، شبکه‌های اجتماعی و تجاری و همچنین تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی، اثرات پیچیده و پویایی را بر فعالیت کارآفرینی در مناطق روستایی می‌گذارند. روستائینی یک منبع پویا در بحث کارآفرینی است که هم فرصت‌ها و هم محدودیت‌ها را شکل می‌دهد. کارآفرینی روستایی در یک عملیات سه مرحله‌ای متوالی ترسیم شده است که ویژگی‌های خاص ارضی به شدت بر آن تأثیر می‌گذارند. عوامل و عناصر روستائینی که به صورت محیط خارجی، فیزیکی و اجتماعی - اقتصادی مشاهده شده‌اند هم می‌توانند ضعف کارآفرینی داخلی و نوآوری گردند. وجود منابع طبیعی مهم، شرایط اقلیمی و توپوگرافی منطقه و همچنین منظره‌ها با ارائه فرصت‌هایی برای استفاده و بهره‌برداری عظیم به لحاظ محیط زیست از منابع بر فعالیت کارآفرینانه تأثیر می‌گذارند. دوری و نزدیکی، حفاظت از مناظر منحصر به فرد و ویژگی‌های محیطی، سنت‌های مهم یا شیوه‌های سنتی و قدیمی تولید را تسهیل می‌بخشند که ممکن است منجر به فرصت‌های کارآفرینانه شوند (Statopoulou, 2004).

برخلاف بسیاری از صنایع در اقتصاد، صنعت گردشگری به پراکندگی گرایش دارد، چرا که خط تولید خدمات گردشگری در جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی کشور قرار دارد که معمولاً خارج از شهرهای عمده و مراکز خدماتی واقع است که آن‌ها را پشتیبانی می‌نمایند. به همین دلیل و در صورت برنامه‌ریزی صحیح که باعث مشارکت جوامع محلی در توسعه‌ی گردشگری شود، صنعت گردشگری بالقوه می‌تواند درآمد و فرصت‌های اشتغال قابل ملاحظه‌ای در خارج از شهرهای بزرگ ایجاد نماید و از این طریق به اهداف کلی دولت در کاستن از عدم تعادل اقتصادی بین مناطق یاری رساند. آشکار است که با در نظر داشتن ماهیت پراکندگی اثرات اقتصادی گردشگری، مسئله مهم آن است که سهم کسب و کار کوچک در اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد مورد توجه قرار گیرد.

صنعت گردشگری از عناصر و فعالیت‌هایی تشکیل می‌شود که این فعالیت‌ها به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم بر این صنعت تأثیر می‌گذارند. به دیگر بیان، برای اینکه صنعت گردشگری در یک کشوری متحول و توسعه یابد، می‌بایست در راستای آن فعالیت‌هایی متحول و توسعه یابند که در پویایی آن سهیم‌اند. اغلب این فعالیت‌ها مانند حمل و نقل، ساختمان، مراکز اقامتی و مراکز مالی و تجاری از بخش‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شوند. سازمان جهانی گردشگری برای سهولت بررسی و مطالعه این فعالیت‌ها آن‌ها را طبقه‌بندی کرده است. این طبقه‌بندی شامل ۱۷ بخش، ۴۳ گروه و ۱۸۵ طبقه و زیر طبقه است که بخش‌های اصلی عبارت‌اند از:

- بخش A کشاورزی، بخش B ماهیگیری، بخش C معدن، بخش D صنعت، بخش E برق، گاز و آب، بخش F ساختمان، بخش G عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، بخش H هتل و رستوران، بخش I حمل و نقل ارتباطات، بخش J

امور مالی واسطه‌ای، بخش K فعالیت‌های تجاری، بخش L مدیریت عمومی، بخش M آموزش، بخش N بهداشت و خدمات اجتماعی، بخش P خانوارهای شخصی، بخش Q سازمان‌های کشوری.

مطابق این طبقه‌بندی نزدیک ۲۰۰ نوع شغل به صورت مستقل، با صنعت گردشگری ارتباط مستقیم دارند بنابراین ایجاد فرصت‌های شغلی از سوی صنعت گردشگری، بسیار حائز اهمیت است، به طوری که در حال حاضر در سطح جهانی حدود یک سوم مشاغل خدماتی بصورت مستقیم و غیرمستقیم در اختیار صنعت گردشگری می‌باشد (Heydari, 2008: 44). لذا هر کدام از این فعالیت‌ها در بخش گردشگری به‌عنوان فرصت کارآفرینی می‌تواند مطرح باشد.

کاملاً روشن است که تمام شهرها و روستاها پتانسیل یکسانی برای توسعه صنعت گردشگری و کارآفرینی ندارند. ویلسون، فسن مایر و ون اس ۱۰ عامل زیر را به عنوان مهم‌ترین شرایط برای توسعه صنعت گردشگری و فرصت‌های کارآفرینی در مناطق روستایی شناسایی نموده‌اند:

- ۱ - وجود جاذبه‌های گردشگری
- ۲ - وجود رهبری جامعه مطلوب
- ۳ - حمایت و مشارکت دولت‌های محلی
- ۴ - بودجه کافی برای توسعه صنعت گردشگری
- ۵ - برنامه‌ریزی استراتژیک
- ۶ - هماهنگی و همکاری بین کارآفرینان و رهبران محلی
- ۷ - هماهنگی و همکاری بین کارآفرینان گردشگری روستایی
- ۸ - اطلاعات و کمک‌های فنی برای توسعه و ترویج صنعت گردشگری
- ۹ - مجمع و دفاتر بازدیدکنندگان
- ۱۰ - حمایت گسترده از جامعه گردشگری.

مجمع توسعه اقتصادی سازمان ملل سه شاخص عمده‌ای که منجر به توسعه کارآفرینی در بخش گردشگری مناطق می‌گردد را به این صورت طبقه‌بندی نموده است و این شاخص‌ها به سه گروه عمده استوار است چارچوب قانونی و نظارتی مربوط به گردشگری زیرساخت‌ها و محیط کسب و کار منابع انسانی، فرهنگی و منابع طبیعی مربوط به گردشگری (Jennifer et al. 2009, 6-3).

گردشگری روستایی به عنوان شکل خاصی از گردشگری در صورتی که با مدنظر قرار دادن ویژگی‌ها، نیازها و مسائل اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی جوامع محلی، به همراه توجه به خواست‌های گردشگران، به درستی برنامه‌ریزی و ساماندهی شود، قادر است بخش عمده‌ای از مشکلات اقتصادی نواحی روستایی کشور را همچون بیکاری و فقر مرتفع سازد (Ghanian, 2010: 3).

هر فعالیتی در روستا مستلزم پاسخگویی روشن و شفاف به این دو مشکل عمده موجود در نواحی روستایی، یعنی فقر و بیکاری است. گردشگری با توجه به توانایی‌های انکارناپذیر در اشتغال‌زایی و تعریف منابع درآمدی غیر کشاورزی می‌تواند در این میان راه گشا باشد؛ اما تجربه عمدتاً ناموفق حضور گردشگران در نواحی روستایی کشور

به دلیل تحمیل هزینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر جامعه روستایی از یک سو و ناتوانی گردشگری رایج برای حل مشکلات اقتصادی نواحی روستایی از سوی دیگر، لزوم بازنگری در سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی و آمیختن آن با کار آفرینی - به عنوان فرآیندی پویا و مؤثر در نیل به توسعه پایدار روستایی - را ضروری می‌سازد.

از دیدگاه استونر و همکاران (۱۳۸۷) کارآفرینی سه اهمیت عمده در توسعه دارد:

۱ - افزایش رشد اقتصادی

۲ - افزایش بهره‌وری عوامل تولید و ایجاد فناوری، کالاها، ایده‌ها و خدمات جدید

۳ - تقویت قدرت رقابتی در بازار (Stoner et al. 2008: 261).

کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی:

کارآفرینی در تعریف ساده خود به عنوان تعداد مشاغل جدیدی که در یک دوره زمانی معین شکل می‌گیرد، بیان می‌شود. شامپر (۱۹۳۴) در مقاله «تئوری رشد اقتصادی» کارآفرینی را به عنوان محرک رشد اقتصادی می‌داند؛ زیرا وی معتقد است که این فرآیند از طریق تسهیل استفاده از ابزارهای تولید در یک جامعه به طوری که در ترکیبات جدیدتر و کارآمدتر استفاده شود، مؤثر می‌باشد؛ بنابراین وی معتقد است که کارآفرینی، عمدتاً دانش محور نبوده و به طور کامل از رفتار اقتصادی منطقی مردم جدا است (Smith, 2010). آدرتسچ و کیلباخ در مقاله کارآفرینی و رشد منطقه‌ای معتقدند که بین دانش و رشد اقتصادی رابطه مستقیمی وجود دارد. از دیدگاه این دو، تبدیل دانش عمومی به دانش اقتصادی از طریق تلاش کارآفرینان با کشف راه‌های جدید و سودآور کردن فعالیت‌ها صورت می‌گیرد. رابرت بدنارزیک در مقاله‌ای با عنوان «نقش کارآفرینی در ایجاد اشتغال در ایالات متحده و اروپا» عوامل تأثیرگذار در کارآفرینی روستایی را به شرح زیر برشمرده است ۱ - فرصت‌های کارآفرینی موجود، ۲ - ویژگی‌های جمعیتی، ۳ - سطح آموزش، ۴ - ظرفیت کارآفرینی، ۵ - زیرساخت‌های عمومی، ۶ - زمینه‌های فرهنگی - اجتماعی، ۷ - سرمایه و اعتبارات بانکی و بازارهای عمومی. مطالعه (Hubbard, 2008) با عنوان «توسعه غیر مخرب: کارآفرینی و نقش آن در مدیریت رشد» به این نکته اشاره می‌کند که سطح بالای رشد اقتصادی تنها از طریق افزایش نیروی کار، سرمایه و سطح فناوری به دست نمی‌آید، بلکه وجود روحیه و انگیزه کارآفرینی و مدیریت نیز اهمیت دارند؛ بنابراین، همان طور که موارد فوق‌الذکر نیز اشاره کرده‌اند، کارآفرینی به عنوان موتور اولیه رشد و توسعه اقتصادی شناخته شده است و بدون توجه به آن سایر عوامل توسعه کارایی خود را از دست خواهند داد؛ زیرا که کارآفرینی رشد اقتصادی را از طریق نشر دانش و افزایش رقابت بین کارآفرینان تحریک می‌کند (kare & Torric, 2005).

از دیدگاه ورتمن کارآفرینی روستایی عمدتاً می‌تواند به عنوان یک سازمان جدید که یک محصول جدید و تولید جدید، به خدمت گرفتن یا ایجاد یک بازار جدید، یا بهره‌گیری از یک تکنولوژی جدید در محیط روستا معرفی می‌کند، تعریف نمود (احمد و همکاران، ۲۰۱۲). در این مورد، کارآفرین روستایی کسی است که در مناطق روستایی زندگی کرده و در ایجاد ثروت‌های محلی کمک و مشارکت دارد. کارآفرینان روستایی می‌توانند تمرکز خود را بر روی فعالیت‌هایی از کشاورزی و گردشگری که با استفاده از منابع طبیعی مرتبط هستند، قرار دهند و یا بر اساس نظر هوی (۱۹۸۳) یک تصویر عمومی از کارآفرین روستایی این است که وی شخصی است. «... مستقل، ریسک‌پذیر،

هدف‌گرا، دارای اعتماد به نفس بالا، خوش‌بین، سخت‌کوش و نوآور؛ به عبارت دیگر، در فرآیند کارآفرینی در یک محیط روستای، تمرکز بر روی ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در مناطق روستایی، از طریق ایجاد نسل جدیدی از سرمایه‌گذاری‌ها صورت می‌گیرد که سه مرحله زیر را دارد ۱ - توسعه مفهومی، ۲ - آگاهی کارآفرینان از فرصت‌های موجود و ۳ - فاز عملیاتی واقعی راه‌اندازی کسب و کار (SaltoPulos, 2005).

بررسی تعاریف فوق نشان می‌دهد که کارآفرینان روستایی کسانی هستند که توانایی انطباق با هرگونه تغییر محیط و جو اجتماعی - اقتصادی را داشته و تلاش می‌کنند تا با استفاده از تولیدات روستایی به عنوان مواد اولیه و استخدام افراد روستایی در این فرآیند تولید تضمین کننده ارزش افزوده منابع روستایی بوده و توسعه درون‌زای این مناطق از طریق سهیم شدن منابع انسانی تا حد زیادی تسهیل کند. به طوری که، از دیدگاه اغلب محققان کارآفرینی عاملی برای ایجاد تغییرات اجتماعی - سیاسی است؛ زیرا که به عقیده چویندرد (۲۰۰۲) کارآفرینی ممکن است در یک زنجیره، از کارآفرینی خصوصی که ارضا اولین و مهم‌ترین نیازهای مالکین و صاحبان مشاغل، به کارآفرینی جمعی اختراع در جهت خدمت به ارتباط از کارگران و منافع جامعه رخ می‌دهد. از این رو، اصول اساسی کارآفرینی روستایی عبارت است از (Nandanore, 2012):

- استفاده بهینه از منابع محلی در سرمایه‌گذاری، ترکیب فعالیت‌های صنعتی و بهره‌برداری از محیط، توزیع بهتر محصولات کشاورزی و در نتیجه رفاه روستایی

- کاهش تبعیض و فراهم کردن شغل جایگزین در مقابل مهاجرات از روستا.

ارتباط بین کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان قابلیت با اثر مثبت بر روی جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی آن است. به طوری که رابطه بین کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی به ارتباط بین کسب و کار و محیط آن بستگی دارد که خود می‌تواند به عنوان یک رابط دوسویه عمل کند. در این فرآیند، از یک سو فرصت‌های بازار و سیاست‌های پشتیبان توسعه پایدار از طریق شکل‌دهی و توسعه کسب و کارهای جدید می‌توانند راه‌های جدیدی برای تأمین محصولات و خدماتی به استفاده بهینه منابع توجه دارند را معرفی کنند که خود زمینه را برای ایجاد مؤسسات و فعالیت‌های اقتصادی دوستدار محیط فراهم می‌کند؛ و از سوی دیگر، کپ و کارهای جدید ممکن است به افزایش ریسک‌های زیست محیطی بیانجامد که این مسئله را می‌توان در قالب فشارهای محیطی مانند مقررات ایمنی، اخلاقی، اجتماعی و ... بررسی نمود که می‌تواند روند ایجاد کسب و کارهای جدید را تحت تأثیر قرار دهد (Hertin, 2001).

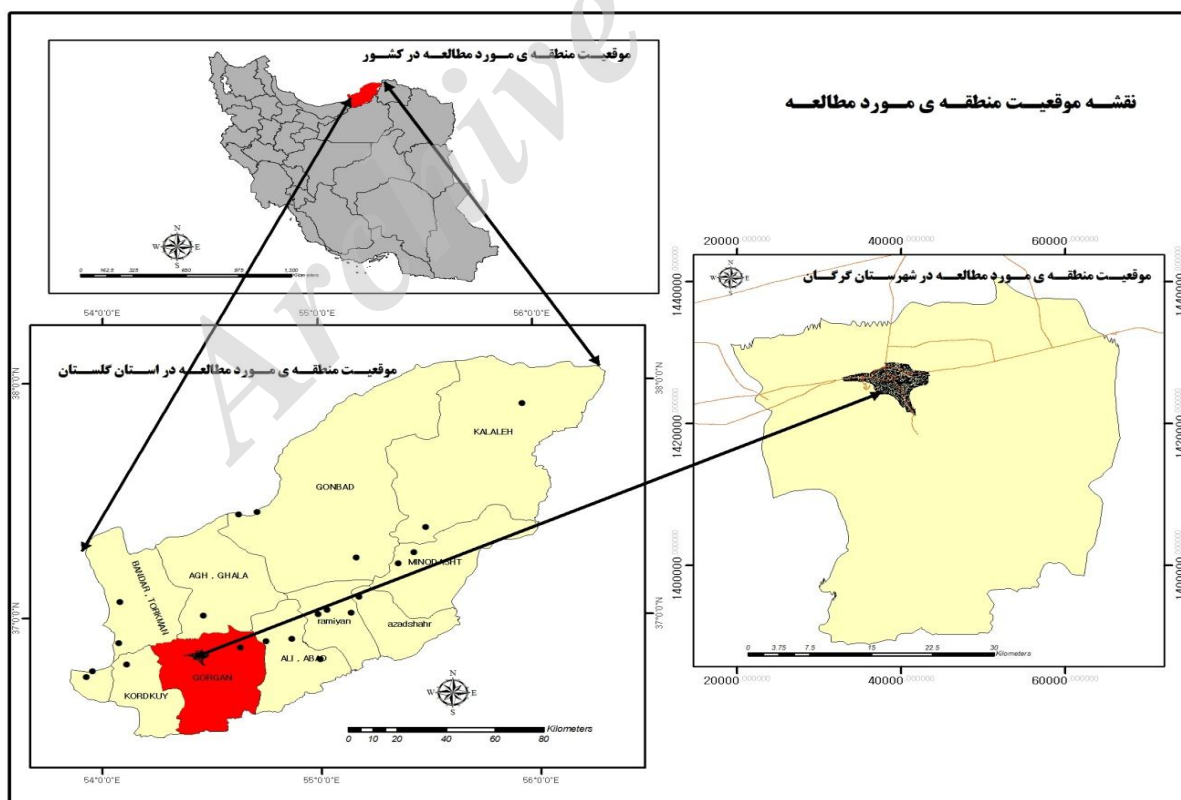
منطقه مورد مطالعه

شهر گرگان مرکز استان گلستان است که در شمال شرقی ایران با مساحت ۲۶۰۰ هکتار در ارتفاع متوسط ۱۵۵ متر از سطح دریا در ۵۴/۴۳۶ درجه طول شرقی و ۳۶/۸۳۶ درجه عرض شمالی و در دامنه شمالی رشته کوه البرز واقع شده است. بر اساس تقسیمات کشوری سال ۱۳۸۹ از دو بخش مرکزی و بهاران و سه شهر گرگان، سرخنگلاته، جلین و قرق پنج دهستان و ۹۸ روستا تشکیل شده است. جمعیت شهرستان گرگان ۴۸۰۵۴۱ نفر است که نسبت به جمعیت استان حدود ۳۵ درصد را به خود اختصاص داده است. تراکم نسبی جمعیت در شهرستان گرگان به ازای هر کیلو متر مربع ۲۵۹ نفر است که نسبت به استان که ۸۳ نفر می‌باشد بیش از ۳ برابر تراکم نسبی جمعیت را دارا است.

دهستان‌های بخش مرکزی گرگان عبارت‌اند از: استرآباد جنوبی با مرکزیت جلین علیا، روشن آباد با مرکزیت لمسک، انجیرآباد به مرکزیت زنگیان و در بخش بهاران عبارت‌اند از: استرآباد شمالی با مرکزیت سرخنکلاته و قرق به مرکزیت نوده ملک می‌باشد. از نظر ویژگی‌های طبیعی، این شهرستان دارای سه ناحیه‌ای جلگه‌ای، کوهپایه‌ای و کوهستانی می‌باشد. از نظر اقلیم نقاط جنوبی این شهرستان اقلیم کوهستانی و نواحی شمالی اقلیم نیمه مرطوب دارند (Anvari et al. 2016: 10).

دهستان استرآباد جنوبی از توابع بخش مرکزی شهرستان گرگان است که از سمت شمال و جنوب به ترتیب به دهستان‌های استرآباد شمالی و کوهپایه و از سمت غرب به شهر گرگان و دهستان انجیراب و از سمت شرق به دهستان قرق محدود می‌گردد. این دهستان بین ۳۶ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۵۳ دقیقه عرض شمالی و ۵۴ درجه و ۲۶ دقیقه و ۵۴ درجه و ۳۷ دقیقه طول شرقی واقع شده است. دهستان فوق‌الذکر بر اساس سرشماری سال ۸۵ دارای ۲۴ آبادی بوده که از این تعداد ۲۲ آبادی دارای سکنه و تعداد ۲ آبادی خالی از سکنه بوده و مرکز آن روستای جلین علیا است که تقریباً در مرکز جغرافیایی دهستان واقع گردیده است. شیب عمومی منطقه از جنوب به شمال است (Mirketoli & Mossadegh, 2010: 154).

دهستان مذکور بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ دارای ۲۴ آبادی بوده که از این تعداد ۲۲ آبادی دارای سکنه و تعداد ۲ آبادی خالی از سکنه بوده و مرکز آن روستای جلین علیا است که تقریباً در مرکز جغرافیایی دهستان واقع گردیده است. شیب عمومی منطقه از جنوب به شمال است (Mirketoli & Mossadegh, 2010: 157).



نقشه شماره ۱- موقعیت منطقه‌ی مورد مطالعه در کشور، استان و شهرستان

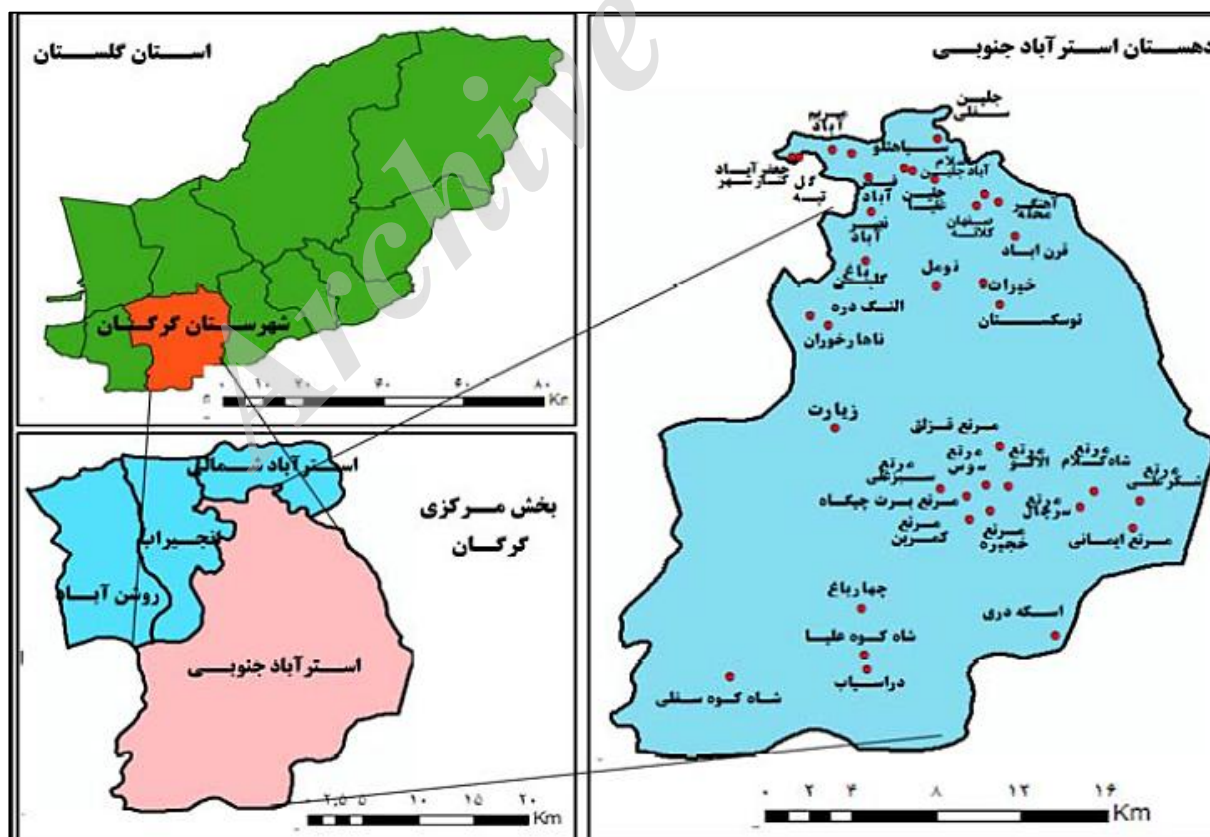
Source: (Mirketoli & Mossadegh, 2010: 154)

بر اساس آخرین سرشماری سال ۹۰ جمعیت گرگان ۴۶۲۴۵۵ نفر که از این تعداد ۳۴۳۹۷۷ نفر در شهرها ۱۱۸۴۷۸ نفر در روستاها زندگی می‌کنند که حدوداً جمعیت شهری ۷۷ درصد و جمعیت روستایی ۲۳ درصد می‌باشد. گرگان به تنهایی بالغ بر ۳۵ درصد جمعیت شهری استان را در خود جا داده است و در مجموع جمعیت شهری و روستایی بالغ بر ۲۴ درصد جمعیت استان در شهرستان گرگان قرار گرفته است. بر اساس آمارهای ارائه شده ۴۴ درصد جمعیت شهرستان در سن فعالیت قرار گرفته است که در این بخش بالغ بر ۸۸/۵ درصد آن‌ها شاغل می‌باشند. جمعیت مردان در شهرستان با حدود ۲ درصد بیشتر نسبت به زنان حدود ۵۱ درصد جمعیت شهرستان را به خود اختصاص داده‌اند. غالب فعالیت در مناطق روستایی شهرستان مربوط به فعالیت‌های کشاورزی می‌باشد و بیشتر از ۸۰ درصد مردم در روستاها به‌طور مستقیم و یا غیرمستقیم به فعالیت‌های کشاورزی می‌پردازند (Najafi Kani et al. 2015: 56).

جدول شماره ۱ - روستاهای مورد مطالعه

۱	نصرآباد	۲	قرن آباد	۳	مریم آباد
۴	توسکاستان	۵	فیض آباد	۶	اصفهان کلاته
۷	زیارت	۸	دودانگه	۹	باغ گلین
۱۰	ولیک آباد	۱۱	آهنگر محله	۱۲	چهارباغ
۱۳	خیرات	۱۴	فزاق محله	۱۵	سیاهتلو
۱۶	شاهکوه سفلی				

Source: Najafi & et.al. 2015: 56



نقشه شماره ۲-موقعیت روستاهای منطقه مورد مطالعه

Source: Najafi Kani et al. 2015: 56

یافته‌ها

- یافته‌های توصیفی

جنسیت پاسخگویان

نتایج جدول شماره ۶ که توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان را نشان می‌دهد، حاکی از این است که از بین ۴۴۰ نفر نمونه مورد پرسشگری، ۲۷۱ نفر از آنان مرد و ۱۶۹ نفر از آنان را زن تشکیل می‌دادند.

جدول شماره ۲- توزیع فراوانی جنسیت پاسخگویان

جنسیت	فراوانی	درصد نسبی	درصد تجمعی
مرد	۲۷۱	۶۱/۶	۶۱/۶
زن	۱۶۹	۳۸/۴	۱۰۰
جمع	۱۶۶	۱۰۰	-

Source: (Research findings)

میزان تحصیلات پاسخگویان

نتایج جدول شماره ۴-۱-۲، حاکی از این است که از مجموع ۴۴۰ نفر پاسخگو، ۱۰۲ نفر زیر دیپلم، ۱۳۸ نفر دارای مدرک دیپلم، ۷۸ نفر دارای مدرک فوق دیپلم، ۹۲ نفر لیسانس و بالاخره ۳۰ نفر نیز دارای مدارک فوق لیسانس و دکتری بوده‌اند؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کمی بیش از نیمی از پرسش شونده‌گان (۵۴/۵ درصد) دارای دیپلم و زیر دیپلم بوده و به‌عنوان ساکنین محلی با مسائل طرح شده در پرسش‌های تحقیق کاملاً آشنا بوده‌اند.

جدول شماره ۳- توزیع فراوانی میزان تحصیلات پاسخگویان

درصد تجمعی	درصد نسبی	فراوانی	میزان تحصیلات
۲۳/۲	۲۳/۲	۱۰۲	زیر دیپلم
۵۴/۵	۳۱/۴	۱۳۸	دیپلم
۷۲/۳	۱۷/۷	۷۸	فوق دیپلم
۹۳/۲	۲۰/۹	۹۲	لیسانس
۱۰۰	۶/۸	۳۰	فوق لیسانس و دکتری
-	۱۰۰	۴۴۰	جمع

Source: (Research findings)

سن پاسخگویان

در این پژوهش، سن افراد پاسخگو به شش گروه سنی کمتر از ۲۵ سال، ۲۶-۳۵، ۳۶-۴۵، ۴۶-۵۵، ۵۶-۶۵ و ۶۵ سال به بالا تقسیم شده بود. همان طوری که در جدول شماره ۸ مشاهده می‌شود بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۲۶-۳۵ سال (۳۹/۸ درصد) بوده که اگر با گروه سنی ماقبل خود (۳۶-۴۵) سال جمع گردد، عملاً کمی بیش از دو سوم از پاسخگویان در گروه بزرگسالان قرار دارند (۶۷/۵ درصد) اما کمترین فراوانی به گروه سنی ۶۵+ سال با ۰/۷ درصد باز می‌گردد. البته جوانان و میانسالان نیز به ترتیب با ۱۷/۷ و ۱۴/۱ درصد تعداد قابل توجهی از مشارکت کنندگان در این تحقیق را تشکیل می‌دهند. نتیجه آن که با توجه به مطالعات جمعیت‌شناسی می‌توان جمعیت نمونه را از پختگی لازم در پاسخگویی به پرسش‌های این تحقیق محسوب نموده که با توجه به موضوع پژوهش مطلوب به نظر می‌رسد.

جدول شماره ۴- توزیع فراوانی سن پاسخگویان

گروه سنی	فراوانی	درصد نسبی	درصد تجمعی
کمتر از ۲۵ سال	۷۸	۱۷/۷	۱۷/۷
۲۶-۳۵ سال	۱۷۵	۳۹/۸	۵۷/۵
۳۶-۴۵ سال	۱۲۲	۲۷/۷	۸۵/۲
۴۶-۵۵ سال	۵۰	۱۱/۴	۹۶/۶
۵۶-۶۵ سال	۱۲	۲/۷	۹۹/۳
بیشتر از ۶۵ سال	۳	۰/۷	۱۰۰
جمع کل	۴۴۰	۱۰۰	-

Source: (Research findings)

نوع شغل پاسخگویان

در این پژوهش، وضعیت نمونه‌های مورد پرسشگری در قالب ۴ گروه سنجیده شده است که عبارت‌اند از: ساکنین جوامع محلی محدوده پژوهش، کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گلستان، کارشناسان و مسئولین استانداری استان گلستان و سرمایه‌گذاران بخش گردشگری استان گلستان. همان‌گونه که از نتایج جدول شماره ۹ بر می‌آید، بیشترین افراد از لحاظ نوع شغل مرتبط با موضوع پژوهش به ترتیب مربوط به ساکنین جوامع محلی محدوده پژوهش با ۸۸/۶ درصد و کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گلستان با ۵/۵ درصد قرار دارند. همچنین از مجموع افراد پاسخگو، ۴/۵ درصد به سرمایه‌گذاران بخش گردشگری استان گلستان و ۱/۴ درصد نیز به کارشناسان و مسئولین استانداری استان گلستان اختصاص داشته است.

جدول شماره ۵- توزیع فراوانی نمونه‌های مورد پرسشگری

نوع شغل	فراوانی	درصد نسبی	درصد تجمعی
ساکنین جوامع محلی محدوده پژوهش	۳۹۰	۸۸/۶	۸۸/۶
کارشناسان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان گلستان	۲۴	۵/۵	۹۴/۱
کارشناسان و مسئولین استانداری استان گلستان	۶	۱/۴	۹۵/۵
سرمایه‌گذاران فعال در بخش گردشگری استان گلستان	۲۰	۴/۵	۱۰۰
جمع	۴۴۰	۱۰۰	-

Source: (Research findings)

آمار استنباطی (آزمون فرضیات و تجزیه و تحلیل یافته‌ها):

بررسی نرمالیت بودن متغیرهای تحقیق

جدول شماره ۶- نتایج آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع داده‌های فرضیه اصلی پژوهش

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
فرضیه اصلی پژوهش	
امکان‌پذیر بودن توسعه پایدار گردشگری روستایی در ناحیه مورد مطالعه از طریق بهبود کارآفرینی	
440	N
3.28	Mean
1.190	Std. Deviation
.206	Absolute
.119	Positive
-.206	Negative
4.323	Kolmogorov-Smirnov Z
.000	Asymp. Sig. (2-tailed)
a. Test distribution is Normal.	

Source: (Research findings)

همان‌گونه که نتایج جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد مقدار Z در آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای متغیر مربوط به فرضیه اصلی تحقیق از مقدار Z جدول کمتر شده و سطح معنی‌داری نیز از خطای مجاز (۰/۰۵) کمتر گردید لذا تفاوت توزیع داده‌های مربوط به این فرضیه با توزیع نرمال معنی‌دار گردید و نمی‌توان توزیع داده‌ها را نرمال فرض کرد.

ارزیابی فرضیه‌ها

- فرضیه اول

- به نظر می‌رسد توسعه فضای کسب‌وکار گردشگری، در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی تأثیر دارد؛ H1
 - به نظر می‌رسد توسعه فضای کسب‌وکار گردشگری، در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی تأثیر ندارد. H0
 برای تحلیل داده‌های مرتبط با این فرضیه که توسعه فضای کسب‌وکار گردشگری در محدوده مورد مطالعه در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی مؤثر می‌باشد، از روش تحلیل رگرسیون خطی استفاده شده است، که جدول زیر به عنوان اولین خروجی، تعداد مدل، متغیرهای وارد شده و متغیرهای خارج شده به مدل و همچنین -روش مورد استفاده برای ورود متغیرها به مدل‌ها را نشان می‌دهد. در پژوهش حاضر پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته توسعه پایدار روستایی بر اساس متغیر مستقلاً توسعه فضای کسب و کار گردشگری از یک مدل رگرسیون و روش Enter استفاده شده است.

جدول شماره ۷- خلاصه‌ای از نمای کلی مدل رگرسیون چندگانه

رگرسیون	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	سطح خطای معیار تعیین
مدل	۰/۵۱۳ ^a	۰/۵۶۷	۰/۵۶۷	۱۱/۳۶۴۹۸
اینتر				

Source: (Research findings)

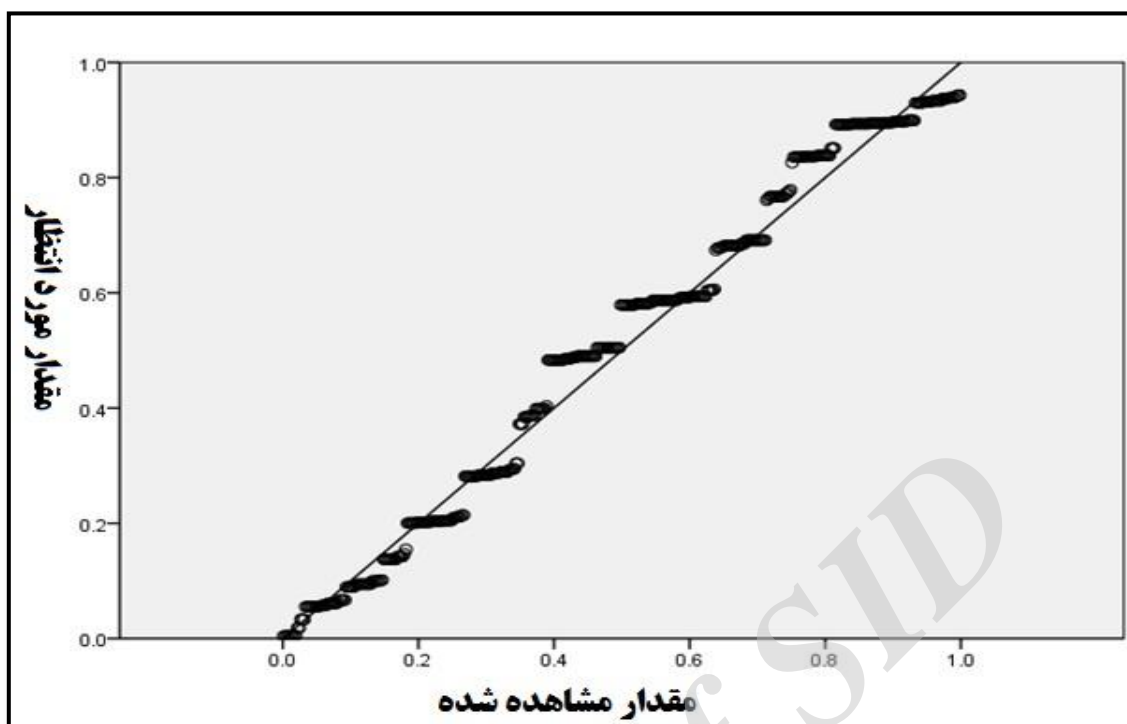
جدول فوق نشان می‌دهد که همبستگی بین متغیرها ۵۱/۳ درصد است و اینکه ضریب تعیین نشان می‌دهد که ۵۶/۷ درصد تغییرات متغیر وابسته (توسعه پایدار روستایی) توسط معیار مستقل (توسعه فضای کسب و کار گردشگری) تبیین می‌گردد. در پژوهش حاضر می‌توان تحلیل واریانس تأثیرگذاری شاخص‌های توسعه فضای کسب و کار گردشگری بر توسعه پایدار روستایی، روستاهای محدوده مورد مطالعه را به شرح جدول زیر ارائه نمود:

جدول شماره ۸- تحلیل واریانس تأثیرگذاری توسعه فضای کسب کار گردشگری بر توسعه پایدار روستایی

مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره F	سطح معنی‌داری
۲۱۱۹۸/۰۷۱	۱	۲۱۱۹۷/۰۷۱		
۵۹۲۰۴/۱۰۸	۴۳۹	۲۱/۵۳۸	۸۵۶/۷۳۰	۰/۰۰۰
۸۰۴۰۱/۱۷۹	۴۴۰			
کل				

Source: (Research findings)

بر اساس نتایج جدول شماره ۱۲ مقدار به دست آمده F (۸۵۶/۷۳۰) که در سطح خطای کوچک‌تر از ۰/۰۱ معنی‌دار است و نشان می‌دهد که متغیر مستقل (توسعه فضای کسب‌وکار گردشگری) از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و قادرند به خوبی میزان تغییرات و واریانس متغیر وابسته (توسعه پایدار روستایی) را توضیح دهند. به عبارتی مدل رگرسیونی تحقیق مدل خوبی است و به کمک آن قادریم تغییرات متغیر وابسته یعنی توسعه پایدار روستایی را بر اساس متغیر توسعه فضای کسب و کار گردشگری مورد نظر تبیین کنیم.



نمودار شماره ۱- نمودار پراکنش نقطه‌ای حاصل از مدل رگرسیون خطی استاندارد شده

Source: (Research findings)

در نمودار شماره ۵ نقاطی که نزدیک قطر قرار گرفته‌اند نشان می‌دهند که احتمال تجمعی مشاهده شده با احتمال تجمعی مورد انتظار یکسان است. در واقع هر چه تجمع نقاط حول قطر بیشتر باشد، دقیق‌تر می‌توان متغیر وابسته (توسعه پایدار روستایی) را پیش‌بینی کرد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود بین متغیر مستقل توسعه فضای کسب و کار گردشگری و متغیر وابسته توسعه پایدار روستایی رابطه وجود دارد. بر اساس این نمودار تقریباً بیشتر موردها از احتمال تجمعی مشاهده شده با احتمال تجمعی مورد انتظار هم اندازه است و نقاط روی خط ۴۵ درجه می‌افتد و یا به آن نزدیک هستند در بیشتر موارد، در واقع انحراف نقاط از خط کمتر است.

- فرضیه دوم

- سرمایه‌گذاران برای بهبود فضای کسب و کار در سطح روستاهای ناحیه پژوهش حاضر به سرمایه‌گذاری می‌باشند
(H1)

- سرمایه‌گذاران برای بهبود فضای کسب و کار در سطح روستاهای ناحیه پژوهش حاضر به سرمایه‌گذاری نمی‌باشند
(H0)

اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه‌ها که با مشارکت بیش از ۴۴۰ نفر از ساکنین جوامع محلی، کارشناسان و مسئولین سازمان میراث فرهنگی، استانداری و سرمایه‌گذاران فعال در بخش گردشگری استان از طریق آزمون ناپارامتری Chi-Square، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته نشان داده که فرض محقق (H1)، با حدود اطمینان ۹۹٪ و با مقدار کای اسکوئر برابر با $x^2 = 168/932$ ، درجه آزادی ۴ و سطح معنی‌داری $p = 0/000$ رد و فرض مخالف محقق تأیید می‌گردد.

جدول شماره ۹- توزیع فراوانی حاصل از آزمون **Chi-Square Nonparametric Test** در خصوص نظر پاسخگویان برای تمایل سرمایه‌گذاران به

سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری روستایی منطقه تحقیق

Choices	Observed N	Expected N	Reidual
Very dissatisfied (هیچ / خیلی کم)	98	88.0	10.0
Somewhat dissatisfied (کم)	132	88.0	44.0
Neutral (متوسط)	158	88.0	70.0
Somewhat satisfied (زیاد)	37	88.0	-51.0
Very satisfied (خیلی زیاد)	15	88.0	-73.0
Total	440	-	-

Source: (Research findings)

جدول شماره ۱۰- نتایج آزمون **Chi-Square Nonparametric Test** در خصوص نظر پاسخگویان برای تمایل سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در زمینه

گردشگری روستایی منطقه تحقیق

Analyze Test	Chi-Square
۹۳۲/۱۶۸	
۴	df
۰/۰۰۰	Asymp. Sig.
a. 0 cells (.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 88.0	

Source: (Research findings)

از آن جا که مقدار کای اسکوئر محاسبه شده در این رابطه (۱۶۸/۹۳۲) بزرگ‌تر از مقدار کای اسکوئر جدول (۱۳/۳) می‌باشد؛ بنابراین، فرض صفر (H_0) رد و فرض تحقیق (H_1) اثبات می‌شود؛ بنابراین می‌توان گفت که مشارکت‌کنندگان در این پژوهش نظر مساعدی در خصوص تمایل سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری روستایی در این منطقه داشته‌اند.

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی و پژوهشی

در این مطالعه با رویکردی چندبعدی به موضوع بررسی بهبود فضای کارآفرینی در عرصه گردشگری پایدار روستایی استان گلستان پرداخته شود؛ یعنی علاوه بر بررسی تأثیرات کلی گردشگری بر زندگی مردم، تأثیرات متقابل کارآفرینی بر گردشگری و گردشگری بر کارآفرینی مورد ارزیابی قرار گیرد. نتایج این مطالعه و آمارهای به دست آمده به طور کلی وضعیت خوبی را نشان نمی‌دهد. مردم از درآمد فعلی خوب (با وجود جاذبه‌های گردشگری در منطقه) رضایت خوبی ندارند. اغلب شغل خود را وابسته به گردشگری نمی‌دانند. از طرفی وضعیت گردشگری را رو به رشد ارزیابی نمی‌کنند. داده‌های پرسشنامه نشان می‌دهد طی سال‌های اخیر درآمد اهالی از گردشگری تغییرات مثبتی نداشته است. پاسخ دهندگان معتقدند که گردشگری شغل‌های جدیدی برای مردم ایجاد نکرده است و در کارآفرینی موفقیت قابل ملاحظه‌ای ایجاد نشده است. در بخش‌های مختلف کشاورزی و صنعت اشتغال‌زایی خوبی صورت نگرفته است. خدمات عمومی و زیربنایی که حاصل توسعه وضعیت اقتصادی و فرهنگی هر جامعه‌ای است، در اثر گردشگری در منطقه مورد مطالعه موفقیت چشمگیری را نشان نمی‌دهد.

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که توسعه پایدار گردشگری روستایی در این منطقه از طریق بهبود کارآفرینی امکان‌پذیر است. از طرف دیگر نیز ایجاد شغل و کارآفرینی در این منطقه از طریق توسعه پایدار گردشگری روستایی امکان‌پذیر است و این دو ارتباط متقابلی با یکدیگر دارند. نتایج به دست آمده از پژوهش نشان می‌دهد که حدود ۵۶/۷ درصد واریانس توسعه پایدار روستایی در محدوده روستاهای دهستان استرآباد جنوبی را توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری تبیین می‌کند و ۴۳/۳ درصد مربوط به سایر متغیرهای دیگر می‌باشد، بدین معنی که

بهبود فضای کسب و کار در حوزه کارآفرینی گردشگری به تنهایی و بدون مداخله سایر عوامل مؤثر بر توسعه پایدار روستایی می‌تواند در حدود ۵۶ درصد توسعه پایدار روستایی محدوده دهستان استرآباد جنوبی شهرستان گرگان را تأمین نماید؛ بنابراین می‌توان بیان داشت که متغیر مستقل (توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری) از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و قادر است به خوبی میزان تغییرات و واریانس متغیر وابسته (توسعه پایدار روستایی) را تبیین نماید.

از دیگر نتایج مهمی که از این مطالعه به دست آمد نظر مردم در مورد نقش گردشگری در رونق اقتصادی منطقه است. پاسخ‌دهندگان معتقدند که گردشگری نقش مهمی در توسعه و رونق اقتصادی منطقه ندارد و از طرف دیگر هم تمایل سرمایه‌گذاران در این بخش را کم می‌دانند. با این وجود پاسخ‌دهندگان معتقدند که سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری در ایجاد فضای کارآفرینی به صرفه و مفید است. پاسخ‌دهندگان معتقدند که تأثیرات منفی گردشگری بسیار کم می‌باشد و در مقابل تأثیرات مثبت احتمالاً چشمگیر خواهد بود. بین ورود گردشگران و وجود پرونده‌های قضایی و آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی و زیست‌محیطی ارتباط زیادی وجود ندارد و به نظر می‌رسد از این جهات توسعه گردشگری آسیبی به منطقه نمی‌رساند و یا آسیب احتمالی قابل چشم‌پوشی و یا حداقل قابل کنترل است. از لحاظ فرهنگی حتی باعث افزایش سطح آگاهی و دانش مردم روستاهای منطقه شده روابط بیرونی روستائیان با مردم سایر شهرها و استان‌های کشور گسترش یافته است. از نظر زیست‌محیطی گردشگری باعث خواهد شد که مردم روستایی به زیباسازی روستاهای خود بپردازند.

نکته بسیار مهم این مطالعه این است که بین بیشتر گویه‌ها و مشخصات کلی پاسخ‌دهندگان ارتباط معنی‌داری وجود دارد. از بین همه گویه‌ها تنها گویه‌های ۱۲ (افزایش اشتغال در بخش کشاورزی)، ۱۴ (افزایش خدمات زیربنایی)، ۱۵ (افزایش خدمات عمومی)، ۲۰ (تمایل سرمایه‌گذاران به سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری)، ۲۱ (میزان تأثیر منفی گردشگری بر کیفیت زندگی)، ۲۳ (رابطه افزایش گردشگران با پرونده‌های قضایی)، ۲۹ (موافقت با ورود گردشگران بیشتر و رونق گردشگری) و ۳۰ (موافقت با ساخت‌وساز ویلاهای شخصی یا اجاره‌ای برای اقامت گردشگران در روستاهای بیلاقی) با مشخصات کلی ارتباط معناداری ندارند. این به این معنی است که بین این گویه‌ها و متغیرهای مورد نظر (ساکن بودن، کارشناس و سرمایه‌گذار بودن) ارتباط معناداری نیست اما سایر گویه‌ها و پاسخ‌دهی به آنها متأثر از متغیرهای مذکور است. همه گویه‌ها ارتباط معناداری با محل زندگی پاسخ‌دهندگان دارند به جز دو گویه شماره ۱۴ (افزایش خدمات زیربنایی) و ۱۵ (افزایش خدمات عمومی). این به این معنی است که اهل کدام روستا بودن پاسخ‌دهندگان در نحوه پاسخ دادن آنها به این سؤالات مهم بوده است. بقیه موارد نیز به همین منوال است. مقایسه گویه‌های مختلف از نظر وابستگی آنها با متغیرهایی مانند سن و تحصیلات و محل زندگی جالب است. برای نمونه گویه‌های ۶ (میزان درآمد از گردشگری)، ۲ (وابستگی شغل به گردشگری) و ۱ (میزان رضایتمندی از درآمد فعلی) بیشترین میزان وابستگی را به متغیرهای مورد نظر نشان می‌دهند. این بدین معنی است که واکنش گروه‌های مختلف به متغیرهای شخصی (مثل سن و تحصیلات و محل زندگی) وابسته است. برای نمونه دو شخص کشاورز میزان متفاوتی از رضایتمندی در دو شهر متفاوت دارند. یا مثلاً در برخی از روستاها شغل مورد نظر ارتباطی با گردشگری ندارد و یا در برخی از مناطق این ارتباط بسیار زیاد است.

در نهایت نتیجه آنالیز واریانس نشان داد که تفاوت معناداری بین روستاهای مورد مطالعه در مقایسه با یکدیگر از نظر نحوه پاسخگویی و نگرش آن‌ها به سؤالات و گویه‌ها مشاهده می‌شود. نتیجه این آزمون نشان می‌دهد که نحوه پاسخ به سؤالات در روستاهای مختلف متفاوت است.

به طور خلاصه می‌توان گفت که وضعیت فضای کارآفرینی ناشی از گردشگری در شرایط کنونی در منطقه مورد مطالعه رضایت‌بخش نیست. به نظر می‌رسد در بسیاری از موارد پخش ناهمگون گردشگران و همچنین مشکلات دیگر بر نظر آن‌ها در این زمینه نیز تأثیر گذاشته است؛ اما آنچه مشخص است دیدگاه متفاوت اهالی ساکن در روستاهای مختلف است. همان‌گونه که در بالا بیان گردید دیدگاه افراد در مناطق مختلف با هم متفاوت است؛ که در مبحث پیشنهادات در این مورد بیشتر بحث خواهد شد.

اما باید به این نکته توجه داشت که در توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری در کنار ویژگی‌های فردی و اجتماعی همچون روحیه و اندیشه‌ی کارآفرینانه و وجود نیروی کار مناسب، عامل اقتصادی مثل وجود سرمایه‌ی مالی کافی، وام‌های کم‌بهره، یارانه‌های دولتی، حمایت‌های بیمه‌ای و مشاوره‌ای و ... 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. در همین زمینه تحقیقات انجام شده نیز مؤید این مطلب است؛ به طوری که اسمیت درصدد شناسایی مهم‌ترین متغیرهای تأثیرگذار بر فضای کارآفرینی بود که به این نتیجه دست یافت که نقش و اهمیت فضای کارآفرینی در گروه درک و فهم شاخص‌ها و عواملی است که بر این فضا تأثیر می‌گذارند، که البته با توجه به ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی هر جامعه می‌تواند متفاوت باشد. وی از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر بر فضای کارآفرینی را منابع مالی و سرمایه، فعالیت‌های تولید و فروش، سطح حمایت مالی محلی و منطقه‌ای و قابلیت دسترسی به شبکه‌های شغلی، حمایت‌های مالی دولتی، دسترسی به انواع منابع مورد نیاز به ویژه منابع مالی و آموزش‌های مرتبط اشاره دارد و تأثیر معنادار این موارد را بر کارآفرینی افراد گوشزد می‌کند (Smith, 2008: 18). همچنین کرین و می‌یر نیز معتقدند که با وجود ساختار سازمانی قدرتمند برای حمایت از مشاغل و بنگاه‌های کوچک کارآفرینی فضای کارآفرینی با موانعی از جمله فقدان حمایت‌های مالی، وجود سیستم مالیاتی سنگین، فقدان سرمایه و آموزش‌های کارآفرینی مواجه است که در این میان به نظر می‌رسد در قیاس با دیگر موانع اقتصادی نقشی کمرنگ‌تر در ایجاد تغییر در سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولت در فضای کارآفرینی دارند (Kerin & Meyer, 2009: 21). ریگلووا نیز در تحقیقی به بررسی عوامل محدودکننده‌ی فعالیت تجاری در گردشگری روستایی در جمهوری چک پرداخت. او موانع شناسایی شده برای کسب و کارهای گردشگری را ضعف مالی، قوانین اداری و سیستم مالیاتی برشمرده است (ریگلووا، ۲۰۰۷: ۲۵). بنابراین مواردی همچون خلق مزیت اقتصادی در میان روستاییان، تقویت نظام بانکی و مؤسسات پولی و مالی دولتی و صندوق‌های اعتباری ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط، ارائه‌ی مشاوره‌های مالی و اقتصادی (در زمینه‌ی سرمایه‌گذاری و جذب سرمایه) به واحدهای کوچک و متوسط روستایی می‌تواند در برنامه‌ریزی‌های آتی در این زمینه مورد توجه واقع گردد.

References

- Anvari, Mahmoud Reza & Haniyeh Yazerloo & Habib Haji Hosseini (2017), Measurement of Urban Quality in Gorgan, *Journal of New Research in Humanities*, No. 22 (in Persian).
- Mirkentoli, Jafar & Razieh Mosaddegh (2010), Study of rural tourism status and its role in the crafts of the south of Strabad district of Gorgan city, *Quarterly Journal of Urban and Regional Studies and Research*, No. 7(in Persian).
- Najafi Kani, Ali Akbar & Mehdi Hesam and Haditha Ashoor (2015), Assessing the Situation of Entrepreneurship Development in Rural Areas Case: Southern Estarabad Village in Gorgan, *Quarterly Journal of Rural Space and Rural Development*, No. 11(in Persian).
- Ardestani, Mohsen (2002), Rural Development in Iran with Considerable Possibilities of Tourism (Case Study: Masouleh), *Doctorate of Geography and Rural Planning*, University of Tehran(in Persian).
- Baba Zadeh, Seyed Ahmad. East, Majid (2009), Regression analysis of climate data using selected Iranian stations, *Geographical Quarterly and Regional Planning*, No. 1, pp. 95-107(in Persian).
- Shahroozi, Masoud & Mohammad Ali Shapur Abadi (2002), Rural Development and Agriculture: Developing the Borkhar Region of Isfahan through the Development of Rural Tourism, *Jihad Quarterly*, No. 253, pp. 59-50(in Persian).
- Heidari Sarban, Vakil (2012), Effective Factors on Entrepreneurship Enhancement of Farmers in Rural Areas (Case Study: Mesghine Shahr), *Geography Journal*, Vol. 10, No. 35, pp. 263-278(in Persian).
- Dadvarkhani, Fazileh, Rezvani, Mohammad Reza, Imani Gheshlagh, Siavash, Bazr-e Jahromi Khadijeh (2011), An Analysis of the Role of Tourism in the Development of Entrepreneurial Characteristics and the Inclining for Entrepreneurship among Rural Youth (Case Study: Kandovan and Scandan Village, Sco City), *Geographical Research Journal Human (Geographical Research)*, Volume 43, Number 78, Pages 169-195(in Persian).
- Daeban Astana, Alireza (2006), Sustainable Rural Tourism and its Evaluation Indicators, *Special Issue of the First Conference on Rural and Nomadic Tourism Development, Organizations and Municipalities of Iran*, pp. 51-61(in Persian).
- Rezaei, Pejman (2003), Study and Study of Tourism Areas in Rural Areas of Chaharmahal & Bakhtiari Province for Rural Development, *Master's Thesis*, University of Tehran(in Persian).
- Sharifzadeh, Abolqasem & Morad Nejad, Homayoun (2002), sustainable development and rural tourism. Unpublished publication location: *Jihad Economic Monthly*, p. 47-61. Cover 250,251(in Persian).
- Sadiqi, Anahita (2015), The feasibility of road construction with an emphasis on promoting social security (Case study: The range between Sheikh Safi's Tomb to the Ardebil mosque), *Master's Thesis for Geography and Urban Planning*, Islamic Azad University of Ardebil (in Persian).
- Abdollahi, Majid (2006), Prospects for Tourism Development in Iran and the World, *Special Issue for the First Conference on Development of Rural and Nominee Tourism, Organizations and Municipalities of Iran*, pp. 25-27(in Persian).
- Ghanian, Mansour & Khani, Fazileh & Baghaei, Leila (2011), Evaluation of Entrepreneurship Space in Rural Tourism (Case Study: Oraman Region), *Rural Studies Journal*, Autumn 2011, Volume 2, Issue 3 (7), Pages 99-123(in Persian).
- Faraji Eslbanbar, Hasanali & Motiee Langroudi & Seyyed Hasan, Yidolahi Farsi, Jahangir & Karimzadeh Hossein (2014), Spatial Identification and Analysis of Appropriate Subjects for Entrepreneurship Opportunities in Rural Areas Tourism Case Study of Various Area Villages in Varzaghan, *Journal of Geography: Volume 14, Issue 45, Pages 19 - 46(in Persian)*.
- Fallah Jaloodar, Rabi & Farajollah Hosseini & Seyyed Jamal Hosseini% Seyyed Mahmoud, Mirdamadi & Seyyed Mehdi (2007), Factors Affecting the Entrepreneurship Success of Rural Women in the North of Iran, *Journal of Rural and Development*, Volume 10, Issue 4, Pages 87-115(in Persian).
- Qaderi, Zahed (2004), Principles of Sustainable Development of Rural Tourism; Distribution of the Organization of Municipalities and Demarcations of the Country(in Persian).

- Mohammadi Yeganeh Behrouz, Einali Jamshid, Bigdeli Azam (2016), The Role of Entrepreneurship in Rural Development with Emphasis on Tourism (Case: Hesar Valisar Village - Ajaj County), *Regional Planning Quarterly Journal* Volume 6, Issue 21, Pages 193-204 (in Persian).
- Najafi Kani, Ali Akbar. Hesam, Mehdi Assyria, Haditha (2015), the assessment of the development of entrepreneurship in rural areas: Estarabad southern city of Gorgan, space and Rural Development *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 4, No. 1, pp. 56-37(in Persian).
- Ashley, C. (2000). The impacts of tourism on rural livelihoods: Namibia's experience. London: Overseas Development Institute.
- Bell, S. & Morse S. 2003, *Measuring Sustainability: Learning by doing*, Earthscan, London.
- Choi, H.S & Sirakaya, E. 2006, *Sustainable Indicators for Managing Community Tourism*, *Tourism Management*, Vol. 27.
- Felsenstein, D. & Fleischer, A. (2003). Local festivals and tourism promotion: The role of public assistance and visitor expenditure. *Journal of Travel Research*, 41(4), 385-392.
- Holland, J. Burian, M. & Dixey, L. (2003). Tourism in poor rural areas: Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic.
- Mason M. C. Van der Borg J.1999, *Sustainable Tourism Development in Rural Areas. The Case of the Dolomite Basin, Italy*.
- Rattanasuwongchai, N. 1998, *Rural Tourismthe Impact on Rural Communities: II. Thailand*, Food & Fertilizer Technology Center.
- Sharply, R. (2002) "Rural Tourism and challenge of Tourism diversification", *Tourism Management*, Vol. 23.
- Slee,Bill, (1997): The economic impact of alternative types of rural tourism, *Journal of agriculture economics*, vol:10,No:6
- Walpole M.J. and Goodwin H.2000, Local economic impacts of Dragon Tourism in Iendonesra, *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 3.
- Ying, Tianyu and Zhou, Yongguang. 2007. Community, governments and external capitals in China's rural cultural tourism: A comparative study of two adjacent villages. s.l. : *Tourism Management*, 2007. pp. 96-107. Vol. 28.