



تحلیل نقش توسعه گردشگری در رونق کسب و کارهای خرد روستایی مطالعه موردی: دهستان باروق، شهرستان میاندوآب

حسین کریمزاده^۱، محمد ولانی^۲

DOI:10.22034/jtd.2021.207527.1868

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۰۶

چکیده

با رشد و رونق گردشگری نیازها و تقاضاهای جدیدی پیش می‌آید و میزان تقاضای کالاها، خدمات و امکانات موجود افزایش می‌یابد. این امر محیطی را برای شکل‌گیری کسب و کارهای جدید فراهم می‌کند و موجب افزایش روحیه کارآفرینی بین روستاییان می‌شود و به افزایش سرمایه‌گذاری و ایجاد بنگاه‌های جدید اقتصادی در مناطق روستایی می‌انجامد. بنابراین، هدف تحقیق حاضر بررسی تأثیر توسعه گردشگری روستایی در رونق کسب و کارهای خرد است. بنیان تحقیق مبتنی بر پراگماتیسم است. از لحاظ هدف نیز، از نوع کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی است و برای گردآوری اطلاعات از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. قلمروی مکانی تحقیق دهستان باروق است که طبق سرشماری سال ۱۳۹۵، دارای ۳۴۱۵ خانوار و ۱۲۰۲۴ نفر جمعیت است. نمونه آمار، در مرحله کمی، براساس فرمول کوکران، شامل ۲۹۴ خانوار روستایی بود و در فاز کیفی، با انجام ۳۸ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، اشباع نظری حاصل شد. انتخاب خانوارها از میان خانوارهایی بود که دارای کسب و کارهای خرد بوده یا در زمینه گردشگری و خدماتی مشغول فعالیت بودند و مصاحبه‌هایی نیمه‌ساختاریافته با مدیران روستایی، مالکان بنگاه‌های اقتصادی، خبرگان محلی، گردشگران و صاحبان مشاغل انجام شده است. داده‌های کمی با استفاده از آزمون‌های هم‌بستگی، تی‌تک نمونه‌ای، رگرسیون و تحلیل مسیر تجزیه و تحلیل شدند و در تحلیل‌های کیفی نیز، نظریه مبنایی استفاده شد. نتایج نشان داد که زمینه‌های مختلفی برای ایجاد کسب و کارهای جدید در بخش‌های کشاورزی، صنعت، خدمات و گردشگری در محدوده مورد مطالعه وجود دارد. ولی مهم‌ترین زمینه ایجاد کسب و کار، در این منطقه، توسعه مشاغل خدماتی و فرآوری محصولات کشاورزی است، به طوری که بین گسترش گردشگری روستایی و ایجاد کسب و کارهای خرد در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در سطح آلفای ۰/۰۵ درصد رابطه معناداری وجود دارد. همین‌طور، توسعه گردشگری روستایی، براساس روش تحلیل مسیر در مشاغل غیرکشاورزی مانند مشاغل خدماتی با میزان بتای ۰/۷۸۶ و صنایع روستایی با ۰/۳۸۹، اثرات قابل توجهی دارد و بخش کشاورزی با مقدار -۰/۲۵۴، به دلیل کم‌آبی موجود در منطقه و کاهش راندمان محصولات تولیدی، در رده پایین‌تر قرار گرفته است.

واژه‌های کلیدی:

کسب و کار خرد، توسعه گردشگری روستایی، دهستان باروق

مقدمه

توسعه در روستاهای کشور وجود دارد فقر و محرومیت است (Christiaensen et al., 2013: 4). در واقع، این نواحی، به دلیل شرایط خاص اکولوژیکی و اقتصاد-اجتماعی، با مسائل و مشکلات متعدد و متنوعی مواجه‌اند که فقر و محرومیت از مهم‌ترین آن‌ها تلقی می‌شود و مادامی که زندگی خانوار روستایی با مشکلات ناشی از فقر درآثر نبودن حداقل استانداردهای زندگی مواجه است، دیگر ابعاد زندگی آنان نیز با مشکلات متعددی روبه‌رو خواهند بود (ملکی و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۱۸). در این میان، به اعتقاد بسیاری از صاحب‌نظران، توسعه گردشگری از فعالیت‌هایی

شناخت دقیق مسائل مربوط به روستاها بسیار مهم است؛ زیرا به حل تمامی مشکلات و عقب‌ماندگی‌ها مثل فقر گسترده و حاد، نابرابری در حال رشد، رشد سریع جمعیت و بیکاری فزاینده در مناطق روستایی کمک می‌کند (Li & Zhang, 2015: 42). همچنین، روستاها در فرایند توسعه ملی وظایف متفاوتی به‌ویژه در تأمین مواد غذایی برعهده دارند. بنابراین، توجه به مسائل آن‌ها در فرایند رشد و توسعه اهمیت و ضرورت فراوانی دارد (کریمزاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۰). از اساسی‌ترین موانعی که در روند دستیابی به

۱. استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تبریز.

۲. دکتری تخصصی جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)؛ Valaei1365@gmail.com



است که می‌تواند برخی مشکلات عمده (همچون بیکاری، فقر، فلاکت، درآمد پایین و فقدان تنوع اقتصادی) در مناطق روستایی را برطرف کند و در سایر جنبه‌های زندگی روستاییان نیز تأثیر مثبت بگذارد (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۱؛ Sharply, 2002: 234).

در طی سال‌های اخیر، گردشگری روستایی^۱ (RT) در بسیاری از مناطق روستایی جهان رو به رشد بوده و امروزه محرک پایدار توسعه اجتماعی و اقتصادی فضاهای روستایی است (Randelli & Martellozzo, 2019: 387). از طرفی، با سرعت یافتن فرایند جهانی شدن و شهرنشینی، مناطق روستایی دستخوش تحولات مختلفی در ابعاد اجتماعی و اقتصادی شده‌اند و صنعت گردشگری از مهم‌ترین ابزارهای مورد استفاده برای ترویج و تجدید حیات روستایی و بازسازی آن شناخته شده است (Shen et al., 2019: 99)، به طوری که این موضوع اکنون در مباحث دانشگاهی و گفتمان‌های سیاسی به شکل‌های گوناگون برجسته شده است و کارآفرینان گردشگری، به ویژه میزبانان محلی، عنصر اصلی این روند شمرده می‌شوند (Dinis et al., 2019: 1). همچنین، گردشگری رهیافتی جایگزین برای دستیابی به توسعه پایدار روستایی به شمار می‌رود و توانایی آن در اشتغال‌زایی پایدار و سطح قابل قبولی از سود ناشی از ثبات فعالیت‌های گردشگری در طول سال چشمگیر و پایدار است (Martinez et al., 2019: 165).

همین‌طور، بخش گردشگری، در طی سال‌های اخیر، به بخش جدایی‌ناپذیر راهبردها و عوامل تعیین‌کننده رشد اقتصادی تبدیل شده (Fahimi et al., 2018: 62) و با گسترش کسب‌وکارهای خرد روستایی، اقتصاد پایدار را برای فضاهای روستایی به‌ارمغان آورده است (ولانی، ۱۳۹۸: ۱۲). علاوه بر این، صنعت گردشگری موجب رشد اقتصادی از طریق اشتغال‌زایی و کارآفرینی به خصوص در بنگاه‌های خرد و همچنین رشد شاخص‌های رفاه در مناطق مختلف گردشگری شده است (دادورخانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۱). بنابراین، گردشگری، با ایجاد تقاضاهای جدید، موجب پدید آمدن فرصت‌های جدید شغلی، ارتقای سطح درآمد خانوار، تعامل فرهنگ‌ها، افزایش سطح آگاهی‌ها، تغییر ساختارهای موجود و شکل‌گیری زیرساخت‌ها و بسترهای لازم برای توسعه فعالیت‌های مختلف شده و تحرک و پویایی را در جوامع روستایی ایجاد کرده و زمینه را برای افزایش سرمایه‌گذاری، ایجاد بنگاه‌های مختلف اقتصادی به ویژه کسب‌وکارهای خرد و متوسط^۲ (SME) و تحریک کارآفرینان و توسعه کارآفرینی فراهم کرده است (Lordkipanidze, 2019).

787: 2005). از این رو، گسترش بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای اقتصادی خرد روستایی، ضمن ایجاد و تقویت روحیه کارآفرینی، به منزله راهبردی اساسی می‌تواند فرایند توسعه روستایی را تسریع بخشد (Faggio & Silva, 2014: 67). از سوی دیگر، می‌توان، به منظور ترکیب منابع، زمینه و بستر لازم را هم در درون و هم در خارج از روستا فراهم کرده و از این طریق، شرایط لازم برای بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی روستاییان و ابزار لازم برای تثبیت اقتصاد و محیطی سالم را برای روستاییان مهیا کرد (سامیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۷).

امروزه کسب‌وکارهای خرد اساساً مسئول دستیابی به موفقیت اقتصادی به شمار می‌روند و چشم‌انداز اقتصادی روستایی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، باعث ایجاد هیجان و انگیزه می‌شوند و به منزله محرک اصلی رشد و پیشرفت اقتصادی به شمار می‌روند (Zulkepli et al., 2015: 439). ولی، با وجود این، اهمیت و اثرگذاری بنگاه‌های اقتصادی و کارآفرینان تا حد زیادی در ادبیات و مدل‌های توسعه مقاصد گردشگری و برعکس دست‌کم گرفته شده (Dinis et al., 2019: 2) و به اهمیت و نقش توسعه گردشگری روستایی در ایجاد کسب‌وکارهای خرد و متوسط در فضاهای روستایی به خصوص در کشور ما ایران کمتر پرداخته شده است. بنابراین، این‌گونه مطالعات، با توجه به تأسیس وزارتخانه گردشگری در سال ۱۳۹۸ در ایران، بسیار ضروری و مهم به نظر می‌رسد.

بر این اساس، دهستان باروق، در شهرستان میاندوآب واقع در قسمت جنوبی دریاچه ارومیه، یکی از مناطقی است که با مسائل طبیعی و اقتصادی روبه‌روست. اما این دهستان، به دلیل پتانسیل بالای خود در زمینه گردشگری به خصوص گردشگری طبیعی (اکوتوریسم)^۳ و گردشگری روستایی و مراجعه گردشگران مختلف از مناطق مختلف روستاها و شهرهای پیرامون، موجب راه‌اندازی کسب‌وکارهای خرد در برخی سکونتگاه‌های روستایی خود شده است، به طوری که در این دهستان، طی سال‌های اخیر، در ۱۷ روستا، کسب‌وکارهایی در حوزه تجارت و بازرگانی، در ۱۱ روستا، انواع گوناگون سوپرمارکت، کافه و غذاخوری، در ۹ روستا، آژانس‌های مسافری، در روستاهای قشلاق نوروزلو، چالخاماز، نوروزلو و قطار توسعه گردشگری طبیعی و تاریخی، در روستاهای گل سلیمان‌آباد، نوروزلو و قطار خانه‌های بوم‌گردی برای اقامت گردشگران، در ۱۰ روستا، کارگاه‌های کوچک فرآوری محصولات کشاورزی و لبنی و غیره به وجود آمده است. به همین دلیل، لزوم ایجاد مشاغل نو و کسب‌وکارهای جدید برای پایداری اقتصادی

1. Rural Tourism

2. Small and Medium-sized Enterprises (SME)

3. Ecotourism



داده شده بودند. بنابراین، بسیاری از مردم هیچ بهره‌ای از گردشگری روستایی یا انواع دیگر گردشگری نمی‌بردند. گردشگری روستایی از بخش‌های جذاب گردشگری است که به‌ویژه از دهه ۱۹۵۰، در کنار فعالیت‌های سنتی همچون گردش در خارج از شهر و کوه‌نوردی به‌سرعت توسعه و رونق یافته است. پتانسیل گردشگری در هر روستا، بیش از هر چیز، به سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی و فرهنگی بستگی دارد. باین‌حال، اشکال مختلف گردشگری روستایی می‌تواند تأثیراتی مثبت و منفی در بافت طبیعی، اقتصادی و اجتماعی داشته باشد (Ristić et al., 2019: 1). همچنین، گردشگری روستایی تأثیر فراوانی در اقتصاد روستایی دارد، به‌طوری که توسعه گردشگری موجب رشد اقتصادی در مناطق روستایی، تضمین اشتغال افراد محلی، بهبود رفاه و معیشت آن‌ها و مهم‌تر از همه، با توجه به اینکه مسئله «فشاری جمعیتی» (مانند محرومیت روستاها، پیری جمعیت، مهاجرت جوانان به مناطق شهری) مشکلاتی در روستاها به وجود آورده است، با رونق و توسعه کسب‌وکارهای خرد روستایی و اشتغال‌زایی در بخش خدمات و صنایع خرد اقتصاد این روستاها شکوفا می‌شود (Paresishvili et al., 2017: 344).

«کسب‌وکارهای خرد»^۲ تأثیر چشمگیری در اقتصاد و رونق و رفاه ملی دارند (Phillipson et al., 2019: 230) و از راهکارهای مهم در اشتغال‌زایی و ریشه‌کنی بیکاری و افزایش درآمد مردم روستایی به‌شمار می‌روند (سامیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۷؛ Faggio & Silva, 2014: 67). همچنین، بنگاه‌های خرد روستایی از عوامل توسعه اقتصادی و سیاست‌های رشد بیشتر کشورهای دنیا تلقی می‌شوند (Lye & Cowling, 2015: 25). بنابراین، با نگاهی به فعالیت بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، درمی‌یابیم نوعی ارتباط تنگاتنگ و مؤثر بین پیشرفت اقتصادی - اجتماعی این کشورها و این بنگاه‌ها وجود دارد. به دلیل تخصصی شدن وظایف، عدم تمرکز تصمیم‌گیری و نیاز به انعطاف‌پذیری بیشتر، به‌منظور حضور دائمی یا پررنگ‌تر و مطابقت با شرایط متغیر جهان، بنگاه‌های کوچک و متوسط در کشورهای صنعتی و در حال توسعه رو به افزایش اند (ولانی، همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸۴). دلیل افزایش کسب‌وکارها در فضاهای روستایی نیز این است که بنگاه‌های روستایی با روشی دقیق‌تر، به‌گونه‌ای اقتصادی، با رویکردی مکانی و تدوین راهبردهای خاص خود می‌توانند از پتانسیل کامل مشاغل همه‌ی مکان‌ها و بخش‌های اقتصادی استفاده کنند (Serwicka & Swinney, 2016: 1).

2. Small Enterprises

و اجتماعی و مهم‌تر از همه، تحقق توسعه پایدار روستایی در این ناحیه، با توجه به زمینه‌ها و مکان‌های گردشگری در آن، ضرورتی انکارناپذیر است. بنابراین، هدف تحقیق حاضر بررسی زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای جدید و تأثیر گردشگری روستایی در توسعه کسب‌وکارهای جدید در نواحی روستایی محدوده مورد مطالعه است و تلاش دارد به این سؤال پاسخ دهد:

توسعه گردشگری روستایی چه تأثیری در توسعه و رونق کسب‌وکارهای خرد روستایی دارد؟

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO) گردشگری را چنین تعریف می‌کند: «گردشگری عبارت است از مجموعه کارهایی که هر فردی در سفر و در محیطی غیر از محیط معمول خود انجام می‌دهد. این سفر بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن سرگرمی، تفریح، استراحت، ورزش و فعالیت‌هایی از این قبیل است» (UNWTO, 2013: 11). به عبارت دیگر، گردشگری را ابزاری برای تحرک اقتصاد حاشیه‌ای، ترویج و توسعه از طریق ایجاد اشتغال درآمد تعریف کرده‌اند (Abby & Ceoffret, 2006: 159). صنعت گردشگری حدود ۹ درصد سهم اشتغال جهانی را دارد و تولید ناخالص داخلی آن تقریباً حدود ۷ تریلیون دلار است و این صنعت موفق شده بیکاری جهانی را با ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع در سراسر جهان کاهش دهد (Koens & Wood, 2017: 492; Fahimi et al., 2018: 62). مطالعات نشان می‌دهد این رویکرد دارای ظرفیت فوق‌العاده‌ای برای رشد و توسعه مناطق مقصد است. علاوه بر این، دارای ویژگی‌هایی است که آن را از سایر فعالیت‌های اقتصادی جدا می‌کند (Stabler et al., 2010). به‌طوری که گردشگری، هم به‌منزله فعالیت و هم به‌مثابه صنعت، همیشه به‌دنبال رویکردهای جدید و ابزاری برای به‌دست آوردن دانش جدید و دیدگاه‌های نو به‌شمار می‌رود و دارای نظم و انضباط خاصی در محیط است (Song et al., 2012: 1656).

یکی از گونه‌های گردشگری گردشگری روستایی است. گردشگری روستایی، به‌منزله فعالیتی تفریحی - اجتماعی، در نیمه دوم قرن ۱۸ در انگلستان و اروپا پدید آمد. قبل از آن نیز، مناطق روستایی برای فعالیت‌های تفریحی استفاده می‌شدند، اما فقط اقشار برتر جامعه از این فعالیت‌های تفریحی استفاده می‌کردند. برای مثال، در قرن ۱۱ و ۱۲ میلادی در انگلستان، مناطق گسترده‌ای از روستاها به شکار اشراف‌زادگان اختصاص

1. United Nations World Tourism Organization (UNWTO)



سرعت می‌بخشد. از سوی دیگر، می‌توان زمینه و بستر لازم را برای ترکیب منابع، هم در درون و هم در خارج از روستا، فراهم کرد و از این طریق، شرایط لازم برای بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی روستاییان و ابزار لازم برای تثبیت اقتصاد و محیطی سالم را برای روستاییان مهیا کرد (سامیان و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۷). امروزه کسب‌وکارهای خرد، اساساً، مسئول دستیابی به موفقیت اقتصادی به‌شمار می‌روند، چشم‌انداز اقتصادی روستایی را تحت تأثیر قرار می‌دهند، باعث ایجاد هیجان و انگیزه می‌شوند و همچنین محرک اصلی رشد و پیشرفت اقتصادی به‌شمار می‌روند (Jaafar & Rasoolimanesh, 2015: 18).

افزون بر این، کسب‌وکارهای خرد نوعی منبع نوآوری در محصولات و خدمات‌اند؛ زیرا، با ایجاد کسب‌وکارهای خرد، سرمایه‌گذاری‌ها و پس‌اندازهای محلی افزایش و استفاده از منابع محلی رونق می‌یابد (Mohapatra et al., 2007: 16۲). به نقل از ولانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸۵). در همین زمینه، تاکنون نظریه‌های فراوانی در خصوص کارآفرینی در ابعاد مختلف مطرح شده که از جمله می‌توان به نظریه‌های اقتصادی، اجتماعی روان‌شناختی، مدیریتی، رفتاری و نظریه فرصت اشاره کرد.

بنابراین، از یک سو، به‌دلیل بالا بودن نرخ رشد بیکاری پنهان و آشکار در جامعه روستایی در مقایسه با جامعه شهری و از سوی دیگر، به‌دلیل عدم امکان سرمایه‌گذاری گسترده برای توسعه صنایع بزرگ، گردشگری دولتمردان را به گسترش کسب‌وکارهای خرد در جوامع روستایی وادار کرده است (ولانی، همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸۴).

درحالی‌که ایجاد اشتغال در جامعه روستایی به مشکلی حاد بدل شده، مشاغل خرد روستایی توانسته‌اند زمینه ایجاد اشتغال و ماندگاری در جامعه روستایی را در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی فراهم کنند و نوعی امید و شادابی را به جامعه هدف ارزانی دارند (نجفی و صفا، ۱۳۹۳: ۶۲).

این امر با استقبال متخصصان توسعه روستایی نیز روبه‌رو شده است، به‌گونه‌ای که برخی متخصصان توسعه کسب‌وکارهای خرد و خانگی در محیط روستایی را مهم‌ترین راهکار توسعه روستایی در کشورهای جهان سوم (Gibosen & Olivia, 2010: 29) و از راهکارهای کاهش فقر و احیای روستاها در نظر می‌گیرند (Ye et al., 2019: 29). همچنین، گسترش بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای اقتصادی خرد روستایی، به‌منزله راهبردی اساسی، ضمن ایجاد و تقویت روحیه کارآفرینی، فرایند توسعه روستایی را

جدول ۱: دیدگاه‌های مطرح در حوزه کسب‌وکارها (مطالعات کتابخانه‌ای، ۱۳۹۸)

توضیحات	رویکرد
این نظریه نوآوری را عامل اصلی معرفی می‌کند که نه تنها در تولید محصول (یا خدمات‌رسانی) جدید در بازار، بلکه در جلب سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های کارآفرینانه جدید نقش دارد. این سرمایه‌گذاری جدید هم در عرضه و هم در تقاضای معادله رشد نقش دارد. سرمایه جدید به‌وجودآمده برای گسترش ظرفیت‌های رشد (ظرف عرضه) به‌کار می‌رود و مخارج جدید حاصل از آن برای خروجی و ظرفیت‌های جدی مصرف استفاده می‌شوند (Hisrich & Peters, 2002: 178).	اقتصادی
در این نظریه، «محیط» در شکل‌گیری رفتار کارآفرینانه بسیار اثرگذار است. ماکس وبر، جامعه‌شناس آلمانی، نخستین فردی است که به کارآفرینی توجه کرده است. براساس تعریف وبر، کارآفرینی فرایندی اجتماعی است که در آن، کارآفرین با پشتکار و اشتیاق در کار خویش خویشتن را پیدا می‌کند و از بند عادت‌ها و سنت‌های مرسوم آزاد می‌شود. او بر این باور است که فرهنگ کارآفرینی در تعامل انسان‌ها با یکدیگر شکل می‌گیرد و شخصیت، ارزش، نگرش و باورهای فرد به کارآفرینی تحت تأثیر تعامل وی با دیگر افراد جامعه شکل می‌گیرد و تکامل می‌یابد (Gurau, 2009: 161).	اجتماعی
در این رویکرد، به ویژگی‌های روان‌شناسی مانند نیاز به «توفیق و پیشرفت»، گرایش به «ریسک‌پذیری» و «مرکز کنترل درونی» بیشتر توجه شده است. ادبیات گسترده و چشمگیری در زمینه ویژگی‌های روان‌شناختی و شخصیتی کارآفرینان وجود دارد. مهم‌ترین این ویژگی‌ها عبارت‌اند از انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، مرکز کنترل درونی، نیاز به استقلال، اراده قوی و پشتکار، سخت‌کوشی، پیش‌قدم بودن در کار، نوگرایی و خلاقیت. اعتمادبه‌نفس و تعهد نیز جزء ویژگی‌های روان‌شناسانه‌ای هستند که از سوی پژوهشگران مختلف به آن‌ها اشاره شده است (ولانی و همکاران، ۱۳۹۷).	روان‌شناختی



جزئی از گردشگری روستایی به‌شمار می‌روند (کریمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۱۶). همهٔ بنگاه‌های تولیدی و عرضهٔ محصولات گردشگری و سازمان‌های پشتیبانی‌کننده‌ای مانند مراکز اطلاعات جهانگردی، سازندگان و فروشندگان سوغاتی، خرده‌فروشان و شرکت‌های پخش پرورش در صنعت گردشگری جای می‌گیرند. این بنگاه‌ها عرضهٔ محصولات و خدمات گردشگری را به‌عهده دارند و معمولاً هدف آنان از ارائهٔ خدمات و محصولات کسب بیشترین سود است (موسایی، ۱۳۹۰: ۷۹).
با توجه به اهمیت و سابقهٔ موضوع مورد بحث، مطالعات مختلفی در داخل و خارج از کشور در این زمینه انجام شده که در ادامه به خلاصه‌ای از آن‌ها در جدول شماره ۲ اشاره می‌شود:

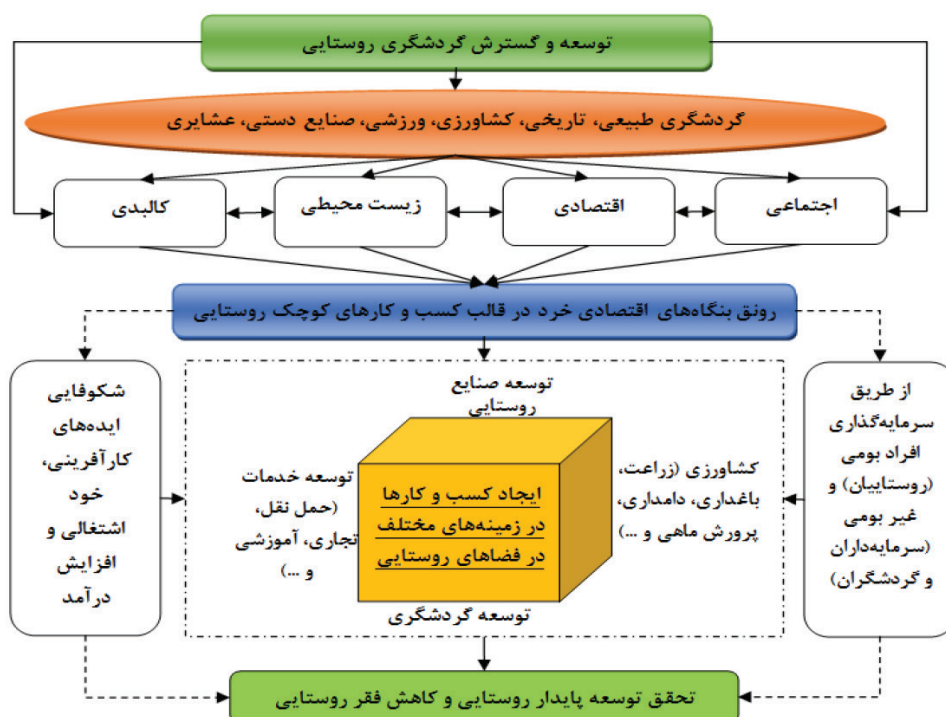
به‌طور کلی، می‌توان گفت توسعهٔ گردشگری روستایی موجب رشد و توسعهٔ مشاغل خرد می‌شود (Ye et al., 2019: 29) به‌طوری که ممکن است توسعهٔ گردشگری، از طریق ایجاد کسب‌وکارهای خرد مانند ایجاد رستوران‌ها و فروشگاه‌ها، تأثیر مثبتی در درآمد خانوارهای روستایی داشته باشد و کسب‌وکار ایجادشده از طریق توسعهٔ گردشگری می‌تواند مزایای مهمی برای دست‌اندرکاران و متصدیان جامعهٔ روستایی داشته باشد (Tew & Barbieri, 2012: 2016). صاحب‌نظران بیشتر کسب‌وکارهای ایجادشده در صنعت گردشگری را کسب‌وکارهای خردی می‌دانند که می‌توانند خانگی، اینترنتی و خانوادگی باشند. این امر دربارهٔ گردشگری روستایی بسیار صدق می‌کند. امروز انواع مختلفی از گردشگری را برمی‌شمارند که هریک از آن‌ها

جدول ۲: برخی مطالعات انجام‌شده در این حوزه

محقق و سال	نتایج
کریمی و همکاران (۱۳۹۲)	ایجاد بنگاه‌های گردشگری، که ضمن ارائه خدمات بهتر برای گردشگران، رفاه بیشتری برای ساکنان منطقه فراهم آورد، اولویت بیشتری دارد. پاسخ‌گویان جوان‌تر و فعالان بخش گردشگری با سطح درآمد پایین‌تر تمایل بیشتری به ایجاد و توسعه کسب‌وکار گردشگری دارند.
کریم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳)	عامل سیاسی با میزان تأثیر ۰/۳۲۱ مهم‌ترین عامل به‌وجود آمدن فرصت‌های کارآفرینی به‌شمار می‌رود و سپس عوامل زیرساختی، فضایی، جاذبه‌ای، اقتصادی و اجتماعی در رتبه‌های بعدی قرار دارند.
ملاشاهی و همکاران (۱۳۹۴)	تجربه کار کشاورزی مدیران این کسب‌وکارها، تعداد اعضای خانوار مدیر، میزان وام دریافتی برای احداث کسب‌وکار، تحصیلات مدیر، سن مدیر، تعداد نیروی کار مشغول در کسب‌وکار، فاصله محل کسب‌وکار و غیره.
سامیان و همکاران (۱۳۹۴)	مهم‌ترین راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای خرد روستایی عبارت‌اند از توسعه مهارت‌ها و توانایی‌های روستاییان با اجرای برنامه‌های آموزشی و مهارتی در زمینه امور فنی و اقتصادی، ایجاد و تقویت شبکه‌های بازاریابی و گسترش تسهیلات و امکانات لازم از جمله تسهیلات بانکی، بیمه و حمل‌ونقل.
حسینی‌نیا و فلاحی (۱۳۹۶)	عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی روستایی در سطح شهرستان منوجان در قالب ۹ مقوله اصلی طبقه‌بندی شد: عوامل فردی، اجتماعی، زیرساختی، طبیعی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی.
امیدی و چهارسوقی امین (۱۳۹۷)	بین کارکردهای آزادی و استقلال عمل بیشتر کسب‌وکارهای خانگی، پایین بودن هزینه راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانگی، تناسب با ویژگی‌های جسمی افراد معلول و کم‌توان، موفقیت بیشتر جسمی افراد معلول و کم‌توان در انجام کسب‌وکار خانگی، تناسب با اقشار مختلف کسب‌وکارهای خانگی، نیاز نداشتن به مجوز کسب‌وکارهای خانگی و کاهش فقر روستایی رابطه معناداری وجود دارد.
ولانی و همکاران (۱۳۹۷)	ایجاد کسب‌وکار جدید در محدوده مورد نظر موانع سه‌گانه‌ای دارد که عبارت‌اند از «موانع اقتصادی - اجتماعی»، «موانع زیرساختی» و «ضعف سرمایه اجتماعی و ترجیح سپرده‌گذاری به سرمایه‌گذاری». موانع «اقتصادی و اجتماعی» مهم‌ترین عامل عدم ایجاد کسب‌وکار جدید بوده است.
Jaafar & Rasoolimanes (2015)	بیشتر کسب‌وکارهای خرد مرتبط با گردشگری در این ناحیه توسط زنان میان‌سال با تحصیلات پایین ایجاد شده است که بیشترین پس‌انداز خود را در ایجاد و حفظ کسب‌وکارهای جدید صرف می‌کنند.
Iyigun (2015)	کارآفرینی کسب بیشترین سود در کوتاه‌مدت نیست، بلکه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بیش از این است و با نوآوری موجب رشد بازار می‌شوند. کارآفرینان در تأمین نیازهای اساسی تأثیر مثبت و در دست‌یابی به توسعه پایدار نقش ارزنده‌ای دارند.
Fahimi et al. (2018)	بخش گردشگری طی سال‌ها به بخشی جدایی‌ناپذیر از راهبردها و تعیین‌کننده‌های رشد اقتصادی تبدیل شده است.
Martínez et al. (2019)	گردشگری بخش مهمی در توسعه پایدار فضاها روستایی است و توانایی چشمگیری در ایجاد اشتغال پایدار، سود ثابت و افزایش سرمایه‌گذاری دارد.
Dinis et al. (2019)	نقش بنگاه‌های اقتصادی و کارآفرینان تا حد زیادی در ادبیات توسعه دست‌کم گرفته شده است و عوامل مانند محل اقامت، موفقیت در تجارت، محل اقامت مدیر، سطح تحصیلات و تجربه حرفه‌ای گذشته در موفقیت بنگاه‌های اقتصادی تأثیرگذار است.



بررسی پیشینه تحقیق نشان داد که کسب و کارهای خرد و متوسط راهکاری برای کاهش مسائل اقتصادی و اجتماعی در نواحی روستایی اند. اما عملکرد کشورهای جهان سوم در این زمینه با جایگاه و اهمیت این کسب و کارها متناسب نبوده است. در ایران نیز، با وجود تأکید برنامه های سوم و چهارم و پنجم و ششم بر بنگاه های کوچک و متوسط، هنوز



شکل ۱: مدل مفهومی نقش گردشگری در توسعه کسب و کارهای خرد روستایی (۱۳۹۸)

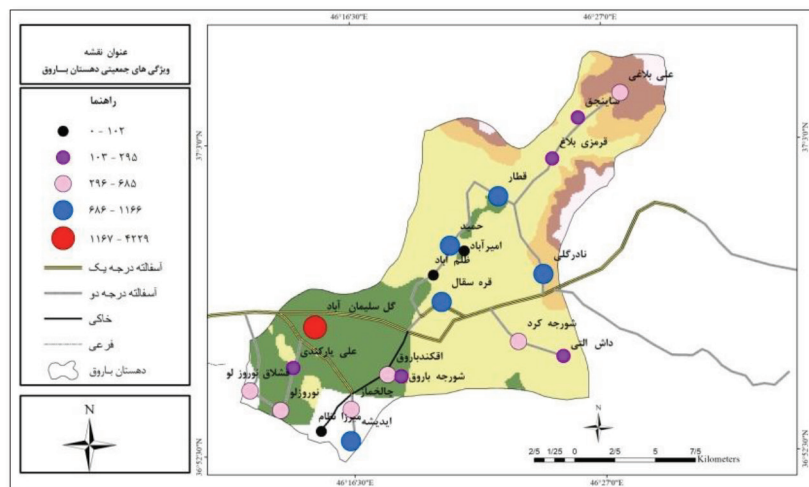
نمونه آماری تحقیق انتخاب شدند و در فاز کیفی نیز، با استفاده از ۳۸ مصاحبه نیمه ساختاریافته اشباع نظری حاصل شد. انتخاب حجم نمونه از میان خانوارهایی بوده که دارای کسب و کارهای خرد یا در زمینه گردشگری و خدماتی مشغول فعالیت بودند و مصاحبه های نیمه ساختاریافته از مدیران روستایی (شوراهای اسلامی و دهیاری ها)، مالکان بنگاه های اقتصادی، خبرگان محلی، گردشگران و صاحبان مشاغل بوده است. انتخاب خانوارهای روستایی نیز، به منظور رعایت اصل انتخاب برابر، تصادفی بود. همچنین، در فاز کمی، برای تعیین تعداد پرسش نامه های هر روستا، از فرمول تناسب استفاده شد (جدول ۳ و شکل ۲).

روش شناسی

بنیان تحقیق حاضر بر پراگماتیسم (روش آمیخته) استوار است و از لحاظ هدف، کاربردی و از نظر ماهیت و روش، توصیفی-تحلیلی است. به منظور گردآوری اطلاعات، از مطالعات کتابخانه ای و میدانی (مشاهده، مصاحبه و پرسش نامه) استفاده شد. قلمروی مکانی تحقیق دهستان باروق از شهرستان میاندوآب است که طبق سرشماری سال ۱۳۹۵ مرکز آمار ایران، دارای ۳۴۱۵ خانوار و ۱۲۰۲۴ نفر جمعیت بوده است. با توجه به بنیان تحقیق (پراگماتیسم یا روش آمیخته)، جامعه آماری نیز از دو گروه تشکیل شده اند. در فاز کمی، براساس فرمول کوکران، ۲۹۴ خانوار به منزله

جدول ۳: تعداد خانوار، جمعیت و تعداد نمونه در روستاهای منتخب^۱ (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵؛ محاسبات نگارندگان، ۱۳۹۸)

روستاها	خانوار	جمعیت	نمونه	روستاها	خانوار	جمعیت	نمونه
علیار کندی	۱۱۳	۳۷۸	۱۰	حمید	۲۴۴	۷۶۵	۲۱
قشلاق نوروزلو	۱۱۰	۴۱۸	۹	سانجیق	۲۹	۱۱۴	۳
گل سلیمان‌آباد	۱۰۰۸	۳۴۳۶	۸۵	علی بلاغی	۶۴	۱۹۶	۶
چال‌خاماز	۴۵۲	۱۴۳۱	۳۸	قرمزی بلاغ	۵۵	۱۸۲	۴
میرزانظام	۱۰	۳۶	۲	قطار	۲۱۰	۷۳۳	۱۸
نوروزلو	۲۲۱	۷۴۲	۱۹	امیرآباد	۱۳	۵۰	۲
ایدیشه	۲۱۰	۷۲۵	۱۸	نادرگلی	۲۰۶	۷۷۷	۱۸
شورجه باروق	۴۱	۱۴۰	۴	داش‌آلتی	۵	۲۰	۱
اقتدباروق	۱۴۳	۴۹۲	۱۲	شورجه‌کرد	۷۹	۲۴۱	۷
قره‌سقال	۲۰۲	۶۵۳	۱۷	-	-	-	-



شکل ۲: روستاهای نمونه و ویژگی‌های جمعیتی آن‌ها در دهستان باروق

در ادامه تحقیق، به منظور دستیابی به نتایج تعمیم‌پذیر در محدوده مورد مطالعه، پرسش‌نامه‌ای برای خانوارها در زمینه گسترش گردشگری روستایی و مشاغل و کسب‌وکارهای خرد و بنگاه‌های خرد روستایی تدوین شد (جدول ۴ و ۵). به منظور تعیین ضریب اعتبار پرسش‌نامه‌های تحقیق، پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های ۳۰ پرسش‌نامه وارد نرم‌افزار SPSS شد و با استفاده از روش آلفای کرونباخ، اعتبار پرسش‌نامه

در ادامه تحقیق، به منظور دستیابی به نتایج تعمیم‌پذیر در محدوده مورد مطالعه، پرسش‌نامه‌ای برای خانوارها در زمینه گسترش گردشگری روستایی و مشاغل و کسب‌وکارهای خرد و بنگاه‌های خرد روستایی تدوین شد (جدول ۴ و ۵). به منظور تعیین ضریب اعتبار پرسش‌نامه‌های تحقیق، پس از تکمیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های ۳۰ پرسش‌نامه وارد نرم‌افزار SPSS شد و با استفاده از روش آلفای کرونباخ، اعتبار پرسش‌نامه

۱. تعداد نمونه با استفاده از فرمول کوکران با احتمال ۷۰ درصد وجود صفت در جامعه آماری محاسبه شده است. ضمناً سهمیه (تعداد خانوار مورد پرسشگری) هر روستا نیز براساس فرمول طرفین وسطین به دست آمده است.

جدول ۴: شاخص‌های و متغیرهای اثرات توسعه گردشگری در مناطق روستایی (تقوایی و همکاران، ۱۳۸۹؛ محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۱؛ فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲؛ محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۲؛ Song et al., 2012؛ 1392؛ Abby & Coeffret, 2006)

پایایی	گویه	ابعاد
۰/۸۶	افزایش قدرت خرید، گسترش فرهنگ شهرنشینی، رضایت از سفر، ایجاد رقابت و از بین رفتن پیوستگی جامعه روستایی، کاهش مهاجرت‌های روستایی، تعارض اجتماعی و فرهنگی روستاییان و گردشگران، احساس عدالت اجتماعی و برابری میان روستا و شهر و امنیت اجتماعی.	اجتماعی
۰/۶۱۳	افزایش میزان اشتغال‌زایی، میزان افزایش دادوستد، میزان افزایش درآمدزایی مؤثر، دسترسی به خدمات اعتباری و مالی، گسترش خانه‌هایی برای اقامت گردشگران، افزایش میزان قیمت کالا و خدمات، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، بهبود توزیع ثروت و درآمد و ایجاد فضای درمانی.	اقتصادی
۰/۹۱	بهبود محیط زیست روستا، توجه مدیران محلی به کیفیت محیط زیست روستا، توجه مدیران محلی به جمع‌آوری و دفن مواد زائد، توسعه پارک و فضای سبز، پرهیز از ریختن زباله در اراضی روستاییان، آلودگی منابع آب و خاک، کاهش اتلاف منابع آب و بهبود وضعیت معابر روستا از نظر بهداشتی.	زیست محیطی
۰/۶۹	رضایت از وجود پارکینگ در اماکن مذهبی، بهبود تأسیسات و تجهیزات، تغییر نوع مصالح و سبک معماری طی سال‌های اخیر، استفاده روستاییان از معماری استاندارد، رضایت از محل اقامت در روستا و احساس آسایش و آرامش روانی از آسیب نرسیدن به ابنیه و آثار تاریخی در روستا.	کالبدی

جدول ۵: شاخص‌های سنجش اثرات توسعه گردشگری در رونق کسب‌وکارهای خرد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۴؛ نجفی و صفا، ۱۳۹۳؛ ولاتی و همکاران، ۱۳۹۷)

زمینه‌ها	ایجاد کسب‌وکارهای مختلف
توسعه کشاورزی	احداث کارگاه فرآوری محصولات کشاورزی، ایجاد بازارهای محلی فروش محصولات کشاورزی، ایجاد بنگاه‌های فروش و بازاریابی محصولات کشاورزی، افزایش مکانیزاسیون باغ‌ها و اراضی زراعی، توسعه کشاورزی کوچک‌مقیاس، کشت محصولات جایگزین (پسته، زعفران و گل محمدی، توسعه باغ‌داری، توسعه کشت زراعی با استفاده از کودهای کمپوست و غیره)
توسعه گردشگری	میزان توسعه گردشگری فرهنگی، افزایش ظرفیت توسعه گردشگری روستایی، میزان توسعه گردشگری مذهبی، میزان توسعه گردشگری کشاورزی، ایجاد مسیرهای گردشگری، ایجاد قهوه‌خانه‌ها و سفره‌خانه‌های سنتی و ایجاد مکان‌هایی برای اقامت گردشگران.
صنایع روستایی	ایجاد کارگاه صنایع غذایی (نانوایی و نان‌روغنی)، ایجاد کارگاه نساجی (خیاطی و پرده‌دوزی)، ایجاد کارگاه‌های کار با چوب (نجاری، کمدسازی، امدی‌اف‌سازی)، ایجاد کارگاه‌های کار با صنایع فلزی (جوشکاری، آلومینیوم‌سازی و درب و پنجره‌سازی آهنی)، ایجاد کارگاه‌های فرآوری محصولات کشاورزی، ساختمان (سیم‌کشی ساختمان و نقاشی و کاشی‌کاری نازک‌کاری و غیره).
توسعه خدمات	ایجاد مراکز فروش ماشین و خدمات وابسته به آن (بدکی موتور، فروش وسیله نقلیه موتوری، تعمیر ماشین‌آلات، تعویض روغنی و آپاراتی)، افزایش واحدهای تجاری (فروش لوازم خانگی، قصابی، تعاونی و مصالح ساختمانی)، افزایش تعداد کافه و سوپرمارکت، کبابی، مرغ‌فروشی، افزایش خدمات حمل‌ونقل (آژانس و ترمینال روستایی)، ایجاد مراکز اداری و پستی (دام‌پزشکی، مطب، داروخانه دام‌پزشکی، پست‌بانک و دفتر مخابرات).

آمار استنباطی (آزمون‌های هم‌بستگی، تی‌تک نمونه‌ای، رگرسیون و تحلیل مسیر) با کمک نرم‌افزار SPSS۲۵ استفاده شد و برای جمع‌آوری داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته در زمینه ایجاد کسب‌وکارهای خرد روستایی در خصوص توسعه گردشگری از روش کیفی نظریه داده‌بنیاد (گراندد تئوری) استفاده شده است.

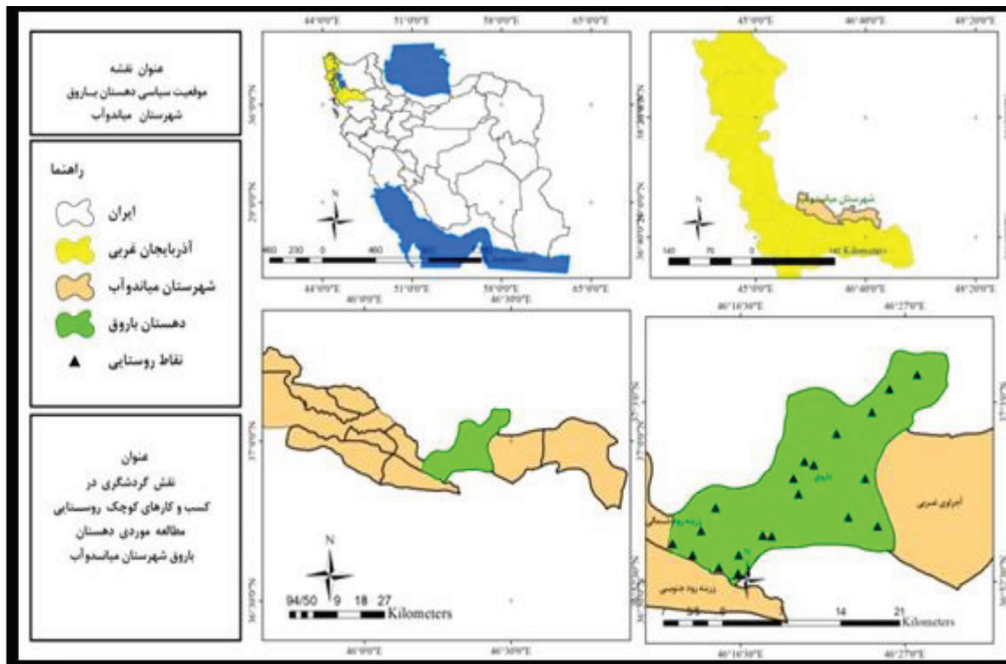
پس از جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز با استفاده از روش‌های میدانی و اسنادی، این داده‌ها طبقه‌بندی و کدبندی شده و در نهایت برای استفاده در تحلیل‌های آتی آماده شدند. با توجه به این‌که بنیان تحقیق (پراگماتیسم) است، از بین روش‌های آمیخته، روش سلسله‌مراتبی برای انجام تحقیق انتخاب شد. همچنین، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و اطلاعات به‌دست‌آمده از طریق پرسش‌نامه، با توجه به سؤالات تحقیق، از روش کمی و آمار توصیفی و

1. Grounded Theory

محدوده مورد مطالعه

شهرستان میاندوآب، از نظر موقعیت جغرافیایی، در ۳۶ درجه و ۴۶ دقیقه عرض جغرافیایی واقع شده است. این شهرستان دارای ۳ بخش به نام‌های مرحمت‌آباد، مرکزی و باروق و ۱۱ دهستان و ۱۸۹ روستای دارای سکنه است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵). در این

میان، دهستان باروق به‌منزله محدودۀ مورد مطالعه این تحقیق از دهستان‌های بخش باروق است که از مساحت ۲۲۳۳ کیلومتری شهرستان میاندوآب، ۳۱۹/۴۲۸ کیلومتر مربع مساحت و ۲۰ روستا به این دهستان تعلق دارد. مرکز دهستان شهر باروق است (شکل ۳).



شکل ۳: موقعیت محدوده مورد مطالعه در شهرستان میاندوآب و استان

بخش باروق دارای جاذبه‌های گردشگری فراوانی است (وجود سد نوروزلو و طبیعت بکر این منطقه گواهی بر این مدعاست)، به‌طوری که هرساله، به‌خصوص در فصول گرم سال، شاهد هجوم موج گسترده‌ای از گردشگران به این منطقه است که بیشتر این گردشگران با هدف دیدن زیبایی‌های طبیعی به این منطقه سفر می‌کنند. بر همین اساس، در ادامه، تصاویر چند مورد از جاذبه‌های گردشگری این دهستان آورده شده است (شکل ۴).

در مشاغل آزاد و ۳/۳ درصد هم در سایر مشاغل فعال‌اند و از این طریق امرارومعاش می‌کنند. از نظر تحصیلی، بیشترین تعداد پاسخ‌گویان، با ۲۶/۱ درصد، دارای سطح سواد دیپلم بودند. از نظر درآمد ماهانه، ۱/۵ درصد از پاسخ‌گویان درآمد ماهانه‌ای کمتر از ۴۰۰ هزار تومان در ماه، ۱۱/۴ درصد نیز درآمد بین ۴۰۰ الی ۷۰۰ هزار تومان در ماه، ۲۴/۶ درصد درآمد بین ۷۰۰ الی یک میلیون تومان در ماه، ۴۸/۲ درصد نیز درآمدی بین یک میلیون تا یک و نیم میلیون تومان در ماه و بالاخره ۱۴/۳ درصد پاسخ‌گویان نیز درآمدی بالای یک و نیم میلیون تومان در ماه داشتند.

یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از توصیف ویژگی‌های فردی افراد پاسخ‌دهنده نشان داد که از ۲۹۴ نفر سرپرست خانوار پاسخ‌دهنده، همه پاسخ‌گویان تحقیق مرد بودند. از نظر اشتغال و فعالیت، ۹/۴۱ درصد سرپرست خانوارها در مشاغل زراعت و باغداری و کار در مزرعه و باغ و تولید محصولات زراعی و باغی فعالیت می‌کنند، ۶/۶ درصد هم دام‌دارند و دام‌های بزرگ و کوچکی را نگهداری می‌کنند، ۴ درصد هم در بخش صنعت، ۰/۳ درصد کارمند دولت، ۴۳/۹ درصد نیز

زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای خردروستایی

بعد از جمع‌آوری اطلاعات، داده‌ها رمزگذاری شدند. رمزگذاری باز مصاحبه‌ها به شناسایی ۲۹ مفهوم کلی منجر شد و رمزگذاری محوری در قالب ۲۰ مقوله و ۲۰ شاخص و ۶ بُعد (جوانان روستایی، مهاجران بازگشته، گردشگری، صنعت، خدمات و کشاورزی) انجام شد که در جدول ۶ ارائه شده‌اند.

جدول ۶: فرایند رمزگذاری محوری و باز (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

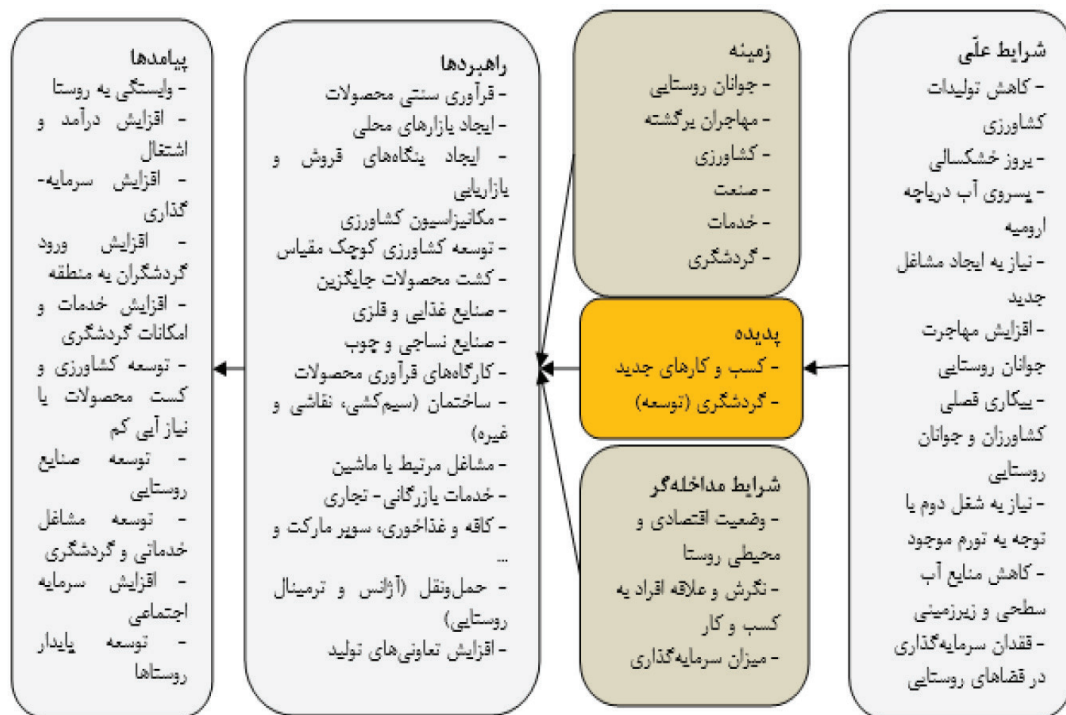
ابعاد	شاخص	مقوله	مفاهیم
جوانان روستایی	نیروی کار	نیروی کار باسواد	وجود جوانان بیکار با تحصیلات دانشگاهی عالی
		نیروی کار دارای مهارت	وجود افراد ماهر و مجرب در زمینه‌های مختلف صنعتی
مهاجران بازگشته	مهاجرت معکوس	مهاجرت	وجود افرادی که مدتی در شهر زندگی کرده و اکنون به موطن مادری خود بازگشته‌اند.
کشاورزی	توسعه باغداری	توسعه باغ‌های سیب	امکان توسعه باغ‌های سیب به صورت مکانیزه
	فرآوری و تولید	فرآوری محصولات کشاورزی	احداث کارگاه‌های فرآوری محصولات باغی، زراعی و دامی
	بازارابی	خریدوفروش	ایجاد تعاونی‌های خریدوفروش محصولات تولیدی
	پرورش ماهی	توسعه شیلات	پرورش ماهی در سد نوروزلو
	مکانیزاسیون	اصلاح روش آبیاری	توسعه آبیاری تحت فشار (قطره‌ای و بارانی)
	تغییر الگوی کشت	کشت جایگزین	کشت پسته، زعفران، گل محمدی و غیره
	پرورش ماکیان و طیور	پرورش ماکیان	پرورش بلدرچین و تولید تخم بلدرچین، پرورش بوقلمون و مرغ محلی
	توسعه دام‌داری	دام‌داری	نگهداری دام‌هایی با نژاد اصیل (رومانف و سیمینتال)
		تولید لبنیات	ایجاد کارگاه‌های تولید لبنیات محلی
گردشگری	گردشگری روستایی	تفریحی و خدماتی	توسعه گردشگری پیرامون سد نوروزلو
			توسعه گردشگری مذهبی روستای قطار
			توسعه گردشگری طبیعی پیرامون رودخانه قوری چای
			توسعه گردشگری عشایری در دهستان
صنعت	صنایع غذایی	-	احداث نانویی مکانیزه و ایجاد کارخانه آردسازی
	نساجی	-	استفاده از پشم گوسفندان در صنایع نساجی
	صنایع چوبی	-	ایجاد کارگاه‌های نجاری، کمدسازی، ام‌دی‌اف‌سازی، تولید جعبه چوبی سیب در روستای نوروزلو
	صنایع فلزی	-	ایجاد کارگاه‌های کوچک آهنگری، درب و پنجره‌سازی آهنی و غیره
	صنایع بتنی	-	تولید تیرچه و بلوک ساختمانی
	صنایع دستی	-	قالی‌بافی، جاجیم‌بافی، تابلو فرش و ورنی‌بافی
خدمات	خدمات ماشین	بنگاه‌داری	ایجاد بنگاه معاملاتی ماشین‌های بزرگ و کوچک
	بازرگانی و تجاری	تجاری	ایجاد شرکت‌های تعاونی روستایی
		کافه و رستوران	ایجاد سوپرمارکت و غذاخوری و کافه در مسیر سد نوروزلو
	حمل و نقل	آژانس	ایجاد آژانس تلفنی برای خدمات‌دهی به گردشگران
		ترمینال	ایجاد ترمینال روستایی در روستاهای پرجمعیت
	خدمات ساختمان	سوئیت	اجاره سوئیت به گردشگران
		سیم‌کشی و لوله‌کشی	توسعه خدمات سیم‌کشی و لوله‌کشی ساختمان
	گسترش بازار هفتگی	بازار هفتگی	توسعه بازار هفتگی شهر باروق و گل سلیمان‌آباد





ساختمان (سیم‌کشی، لوله‌کشی و غیره)، مشاغل مرتبط با ماشین، خدمات بازرگانی - تجاری، کافه و غذاخوری، سوپرمارکت و مانند آن‌ها، حمل‌ونقل (آژانس و ترمینال روستایی) و غیره. بنابراین، گفتنی است تحقیق درباره راهبردهای تأکیدشده توسط جامعه نمونه می‌تواند پیامدهای گوناگونی از قبیل وابستگی به روستا، افزایش درآمد و اشتغال، افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش ورود گردشگران به منطقه، افزایش خدمات و امکانات گردشگری، توسعه کشاورزی و کشت محصولات با نیاز آبی کم، توسعه صنایع روستایی، توسعه مشاغل خدماتی و گردشگری، افزایش سرمایه اجتماعی (مشارکت، انسجام، امنیت، اعتماد و غیره) و در نهایت توسعه پایدار روستاها و کاهش فقر روستایی را به همراه داشته باشد. از این رو، با توجه به مطالب ذکرشده، مدل پارادایمی ایجاد کسب‌وکارهای جدید با توسعه گردشگری به شرح زیر آورده شده است (شکل ۵).

بررسی کیفی زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای خرد روستایی در صورت توسعه گردشگری در دهستان باروق با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد نشان داد که زمینه‌های لازم برای توسعه کسب‌وکارهای خرد در دهستان باروق شامل وجود جوانان روستایی با استعداد و مستعد، وجود مهاجران بازگشتی از شهرهای مختلف با تخصص‌های متفاوت، وجود بخش کشاورزی (در زمینه‌های دام‌داری، زراعت، باغداری، پرورش آبزیان و غیره) و امکان توسعه صنایع روستایی، خدمات و گردشگری (با وجود جاذبه‌های مختلف گردشگری) است. همچنین، راهبردهای متفاوتی در زمینه توسعه کسب‌وکارها در این محدوده وجود دارد که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از فرآوری سنتی محصولات تولیدی، ایجاد بازارهای محلی، ایجاد بنگاه‌های فروش و بازاریابی، مکانیزاسیون کشاورزی، توسعه کشاورزی کوچک‌مقیاس، کشت محصولات جایگزین، صنایع غذایی و فلزی، صنایع نساجی و چوب، کارگاه‌های فرآوری محصولات کشاورزی،



شکل ۵: مدل پارادایمی ایجاد کسب‌وکارهای جدید با توسعه گردشگری

و جاذبه گردشگری، هرساله شاهد هجوم گردشگران است و این امر این روستا را به روستایی با قابلیت بسیار بالا در ایجاد کسب‌وکارهای خرد تبدیل کرده است. روستای گل‌سلیمان‌آباد نیز، به دلیل قرار گرفتن در کنار جاده میان‌دوآب به سرچم و اراضی زراعی مرغوبی که دارد، از نظر کشاورزی و ایده‌های کسب‌وکار، روستایی بسیار غنی و با پتانسیل بالا به‌شمار می‌رود (جدول ۷).

همچنین، نتایج حاصل از تحقیق در زمینه‌های ایجاد کسب‌وکارهای خرد در هرکدام از روستاهای دهستان باروق با توجه به مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و روش کیفی نظریه داده‌بنیاد نشان داد، در میان روستاهای این دهستان، روستاهای گل‌سلیمان‌آباد، قطار، چالخماز و حمید قابلیت فراوانی در توسعه کسب‌وکارهای خرد در بخش کشاورزی دارند و در این میان، روستای قطار، به دلیل داشتن رودخانه

جدول ۷: زمینه‌های توسعه کسب‌وکارهای جدید در دهستان باروق در حوزه کشاورزی (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

روستاها	فرآوری سنتی محصولات	ایجاد بازارهای محلی	ایجاد بنگاه‌های فروش و بازاریابی	مکانیزاسیون کشاورزی	توسعه کشاورزی نوین	کشت محصولات جایگزین	تعداد زمینه‌ها
علیار کندی	-	-	-	*	-	*	۲
قشلاق نوروزلو	-	-	-	*	-	*	۲
گل سلیمان‌آباد	*	*	*	*	*	*	۶
چالخاماز	-	*	*	*	*	*	۵
میرزانظام	-	-	-	*	-	*	۲
نوروزلو	-	*	-	*	*	*	۴
ایدیشه	-	-	-	*	-	*	۲
شورچه‌باروق	-	-	-	*	-	*	۲
افکنده‌باروق	-	-	-	*	-	*	۲
قره‌سقال	-	-	-	*	-	*	۲
حمید	-	*	*	*	*	*	۵
سانجیق	-	-	-	*	-	*	۲
علی بلاغی	-	-	-	*	-	*	۲
قرمزی بلاغ	-	-	-	*	-	*	۲
قطار	*	*	*	*	*	*	۶
امیرآباد	-	-	-	-	*	-	۱
نادرگلی	-	-	-	*	*	*	۳
دانش‌آلنی	-	-	-	-	-	-	۰
شورچه‌کرد	-	-	-	*	-	*	۲

از دیگر بنگاه‌های اقتصادی، که در نتیجه توسعه گردشگری، توان افزایشی و ایجاد مشاغل به صورت خرد و خرد را دارد، صنایع روستایی خرد است که در روستاهای دهستان وجود دارند. روستاهای دهستان از نظر توسعه کسب‌وکارهای خرد در زمینه صنایع روستایی متفاوت‌اند، به طوری که روستاهای چالخاماز، گل سلیمان‌آباد، نوروزلو، قطار، ایدیشه و حمید از روستاهایی هستند که قابلیت بالایی در توسعه صنایع روستایی و صنایعی مانند صنایع غذایی

(نانوایی و نان‌روغنی)، نساجی (خیاطی و پرده‌دوزی)، چوب (نجاری، کمدسازی و ام‌دی‌اف‌سازی)، صنایع فلزی (جوشکاری، آلومینیوم‌سازی و درب و پنجره‌سازی آهنی)، ایجاد کارگاه‌های فرآوری محصولات کشاورزی، ساختمان (سیم‌کشی ساختمان و نقاشی و کاشی‌کاری نازک‌کاری و غیره) دارند؛ صنایعی که قابلیت لازم برای تبدیل شدن به بنگاه‌های کوچک اقتصادی را دارند (جدول ۸).



جدول ۸: زمینه‌های توسعه کسب و کارهای جدید با کمک صنایع روستایی در دهستان باروق (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

روستاها	صنایع غذایی	صنایع نساجی	چوب	صنایع فلزی	کارگاه‌های فرآوری محصولات	تعداد زمینه‌ها
علی‌ارکندی	-	-	-	-	-	۰
قشلاق نوروزلو	*	*	-	-	-	۲
گل سلیمان آباد	*	*	*	*	*	۵
چالخاماز	*	*	*	*	-	۴
میرزانظام	-	-	-	-	-	۰
نوروزلو	*	*	*	*	-	۴
ایدیشه	*	*	-	*	-	۳
شورجه باروق	-	-	-	-	-	۰
اقلند باروق	*	-	-	-	-	۱
قره‌سقال	*	*	-	-	-	۲
حمید	*	*	-	*	-	۳
سانجیق	-	-	-	-	-	۰
علی بلاغی	-	-	-	-	-	۰
قرمزی بلاغ	-	-	-	-	-	۰
قطار	*	*	*	*	-	۴
امیرآباد	-	-	-	-	-	۰
نادرگلی	*	-	-	-	-	۱
دانش آلتی	-	-	-	-	-	۰
شورجه کرد	*	*	-	-	-	۲

روستاهای نوروزلو، قطار و شورجه‌کرد قابلیت خوبی دارند؛ در زمینه گردشگری مذهبی، فقط روستاهای نوروزلو و قطار قابلیت لازم را دارند و در زمینه مسیر گردشگری، فقط مسیر ارتباطی منتهی به سد نوروزلو و شهر باورق به قطار مناسب است. به‌طور کلی، مستعدترین روستا برای گردشگری روستاهای قطار و نوروزلو هستند (جدول ۹).

اما فقط روستاهای خاصی در زمینه توسعه گردشگری قابلیت و توان بالایی دارند. اگرچه در همه روستاها به دلیل وجود اراضی کشاورزی آبی و دیمی امکان توسعه گردشگری کشاورزی وجود دارد؛ در زمینه توسعه گردشگری در حاشیه سد نوروزلو، فقط روستای نوروزلو و قشلاق نوروزلو و چالخاماز قابلیت خوبی دارند؛ در زمینه توسعه گردشگری روستایی،

جدول ۹: زمینه‌های توسعه کسب‌وکارهای جدید در حوزه گردشگری در دهستان باروق (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

تعداد زمینه‌ها	ایجاد مکان‌های اقامت گردشگران	قهوه‌خانه‌ها و سفره‌خانه‌ها	توسعه گردشگری کشاورزی	توسعه گردشگری مذهبی	توسعه گردشگری روستایی	گردشگری حاشیه سد نوروزلو	روستاها
۱	-	-	*	-	-	-	علی‌یار کندی
۲	-	-	*	-	-	*	قشلاق نوروزلو
۲	*	-	*	-	-	-	گل سلیمان آباد
۲	-	-	*	-	-	*	چالخاماز
۱	-	-	*	-	-	-	میرزانظام
۶	*	*	*	*	*	*	نوروزلو
۱	-	-	*	-	-	-	ایدیشه
۱	-	-	*	-	-	-	شورجه باروق
۱	-	-	*	-	-	-	افکنده باروق
۱	-	-	*	-	-	-	قره‌سقال
۱	-	-	*	-	-	-	حمید
۱	-	-	*	-	-	-	سانجیق
۱	-	-	*	-	-	-	علی بلاغی
۱	-	-	*	-	-	-	قرمزی بلاغ
۵	*	*	*	*	*	-	قطار
۱	-	-	*	-	-	-	امیرآباد
۱	-	-	*	-	-	-	نادرگلی
۱	-	-	*	-	-	-	داش آلتی
۲	-	-	*	-	*	-	شورجه کرد

داشتهن بازار هفتگی گل)، چالخاماز، قره‌سقال، حمید، قطار، نادرگلی و داش آلتی زمینه و قابلیت‌های بسیار بالایی دارند و در صورت توسعه گردشگری، مشاغل بسیار خوبی در این روستاها می‌تواند رونق گیرد و اشتغال‌زایی ایجاد کند (جدول ۱۰).

برخلاف زمینه‌های قبلی، در زمینه خدماتی، وضعیت روستاهای مورد مطالعه بهتر و استعداد خوبی در این روستاها وجود دارد، به طوری که از نظر توسعه کسب‌وکارهای خرد در زمینه توسعه مشاغل خدماتی، روستاهای گل سلیمان‌آباد (برای مثال، به دلیل

جدول ۱۰: زمینه‌های توسعه کسب‌وکارهای جدید در حوزه خدماتی در دهستان باروق (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

تعداد زمینه‌ها	تعاونی‌های تولید	حمل و نقل	کافه و رستوران، سوپرمارکت و مانند آن‌ها	تجاری و بازرگانی	مشاغل مرتبط با ماشین	روستاها
۱	-	-	-	*	-	علی‌یار کندی
۴	-	*	*	*	*	قشلاق نوروزلو
۵	*	*	*	*	*	گل سلیمان آباد
۵	*	*	*	*	*	چالخاماز
۰	-	-	-	-	-	میرزانظام
۵	*	*	*	*	*	نوروزلو
۲	-	-	*	*	-	ایدیشه
۱	-	-	-	*	-	شورجه باروق
۲	-	-	*	*	-	افکنده باروق
۵	*	*	*	*	*	قره‌سقال



روستاها	مشاغل مرتبط با ماشین	تجاری و بازرگانی	کافه و رستوران، سوپرمارکت و مانند آن‌ها	حمل و نقل	تعاونی های تولید	تعداد زمینه‌ها
حمید	*	*	*	*	*	۵
سانجیق	-	*	-	-	-	۱
علی بلاغی	-	*	-	-	-	۱
قرمزی بلاغ	-	*	-	-	-	۱
قطار	*	*	*	*	*	۵
امیرآباد	-	-	-	-	-	۰
نادرگلی	*	*	*	*	*	۵
داش آلتی	-	*	-	-	-	۱
شورجه کرد	*	*	*	*	*	۵

جدول ۱۱: سنجش میزان هم‌بستگی بین گردشگری روستایی و ایجاد کسب و کارهای خرد (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

ابعاد	هم‌بستگی اسپیرمن	هم‌بستگی اسپیرمن	فراوانی
اقتصادی	ارزش هم‌بستگی	**۰/۲۷۲	۲۹۴
	سطح معناداری	۰/۰۰۸	
اجتماعی	ارزش هم‌بستگی	**۰/۵۵۳	۲۹۴
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	
کالبدی	ارزش هم‌بستگی	**۰/۳۸۱	۲۹۴
	سطح معناداری	۰/۰۰۰	
محیطی	ارزش هم‌بستگی	**۰/۲۶۷	۲۹۴
	سطح معناداری	۰/۰۰۹	
** - همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است			

بنابراین، با توجه به مطالعات کیفی فوق در زمینه قابلیت در ایجاد کسب و کارهای خرد روستایی در این دهستان، نتیجه می‌گیریم روستاهای این دهستان در زمینه مشاغل خدماتی، کشاورزی و صنایع روستایی قابلیت خوبی دارند، ولی در مشاغل غیرزراعی (مانند مشاغل خدماتی، صنایع روستایی و گردشگری) قابلیت و توان آن‌ها بیشتر است.

اثرات گردشگری روستایی در توسعه کسب و کارهای جدید

در ادامه تحقیق، به منظور پاسخ‌گویی به سؤال اول تحقیق و بررسی رابطه گسترش گردشگری روستایی در دهستان باروق شهرستان و ایجاد کسب و کارهای خرد در مناطق روستایی این دهستان، از آزمون هم‌بستگی اسپیرمن استفاده شده است. در آزمون هم‌بستگی اسپیرمن، برای معنادار بودن رابطه متغیرها از ضریب هم‌بستگی اسپیرمن استفاده می‌شود که اگر سطح معناداری آزمون (sig) کمتر از ۵ درصد باشد، با ۹۵ درصد اطمینان می‌توان رابطه دو متغیر را ثابت کرد. بنابراین، یافته‌ها نشان می‌دهد بین گسترش گردشگری روستایی در این دهستان و ایجاد کسب و کارهای خرد روستایی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی، در سطح ۰/۰۵ درصد آلفا، رابطه معناداری وجود دارد، به طوری که با گسترش گردشگری روستایی، بر میزان کسب و کارهای جدید روستایی در ابعاد صنایع کوچک روستایی، بخش خدمات و خدمات جاده‌ای و سرانجام در بخش تولیدات و فرآوری محصولات کشاورزی افزوده می‌شود و کسب و کارهای جدیدی در مناطق روستایی ایجاد می‌شود که به کسب درآمد بیشتر و پوشش بیکاری پنهان روستاییان می‌انجامد (جدول ۱۱).

به منظور بررسی نقش گردشگری روستایی در توسعه کسب و کارهای جدید روستایی در دهستان باروق، ابتدا به بررسی میانگین هریک از ابعاد گردشگری روستایی پرداخته شده است. از این رو، تحلیل میانگین عددی براساس آزمون t تک‌نمونه‌ای نشان می‌دهد که بُعد اقتصادی با میانگین ۳۰/۸۰ و آماره t (۲۲/۴۲) در سطح بالایی قرار دارد و بُعد زیست‌محیطی با آماره t (۱۶/۴۱-) در پایین‌ترین سطح قرار دارد. این تفاوت در سطح آلفای ۰/۰۵ معنادار و میزان تفاوت آن‌ها از مطلوبیت عددی، به استثنای بُعد زیست‌محیطی، مثبت برآورد شده است (جدول ۱۲).

۱. سنجش شاخص کسب و کارهای خرد روستایی با استفاده از شاخص‌های موجود در جدول ۵ انجام شده است. این شاخص‌ها، براساس مطالعات میدانی و با سؤالات چندگزینه‌ای، دوگزینه‌ای و طیفی در تک‌تک روستاها جمع‌آوری شده است.

جدول ۱۲: بررسی اثرات گردشگری روستایی در نواحی روستایی با استفاده از آزمون t (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

مطلوبیت عددی مورد آزمون = ۳							
مؤلفه‌ها	میانگین	آماره آزمون T	درجه آزادی	معناداری	تفاوت میانگین		فاصله اطمینان ۹۵ درصد
					حد پایین	حد بالا	
اقتصادی	۳/۶۵	۲۲/۴۲	۲۹۳	۰/۰۰۰	۰/۸۰۶	۰/۷۳۵	۰/۸۷۸
اجتماعی	۳/۳۹	۱۷/۳۷	۲۹۳	۰/۰۰۰	۰/۶۹۵	۰/۶۱۶	۰/۷۷۵
کالبدی	۳/۱۳	۷/۴۱	۲۹۳	۰/۰۰۰	۰/۲۳۲	۰/۱۷۰	۰/۲۹۵
محیطی	۲/۲۰	-۱۶/۴۱	۲۹۳	۰/۰۰۰	-۰/۷۹۷	-۰/۸۹۴	۰/۷۰۱

در ادامه، نتایج تحلیل واریانس میزان تأثیرگذاری توسعه گردشگری روستایی در توسعه کسب‌وکارهای خرد نشان داد که توسعه گردشگری روستایی در دهستان باروق به میزان ۰/۸۹۶ درصد در توسعه کسب‌وکارهای خرد تأثیر مثبت داشته است. همین‌طور جدول زیر معناداری همه شاخص‌های مورد بررسی در آزمون تحلیل واریانس را نشان می‌دهد. بر همین اساس، می‌توان رگرسیون را ادامه داد. همچنین، مقدار سطح معناداری نیز، طبق سطح اطمینان ۹۵ درصد، کمتر از ۰/۰۵ است. از این‌رو، هم‌بستگی به‌دست‌آمده تأیید می‌شود و می‌توان آن را به کل جامعه آماری تعمیم داد (جدول ۱۳).

جدول ۱۳: تحلیل واریانس عوامل تأثیرگذار در توسعه کسب‌وکارهای خرد روستایی (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

معناداری	آماره آزمون F	اشتباه معیار	ضریب تعیین تصحیح‌شده	ضریب تعیین	ضریب هم‌بستگی
۰/۰۰۰	۱۶۲/۳۵۸	۰/۱۳۱۱	۰/۷۹۷	۰/۸۱۲	۰/۸۱۶

همچنین، نتایج آزمون رگرسیون نشان می‌دهد که بعد توسعه گردشگری روستایی به میزان ۰/۳۴۰ و با سطح معناداری ۰/۰۰۰؛ بعد خدمات روستایی به میزان بتای ۰/۵۰۲ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ و بعد صنایع روستایی با میزان بتای ۰/۴۷۸ با سطح معناداری ۰/۰۰۰ بیشترین تأثیر مثبت را در ایجاد توسعه کسب‌وکارهای خرد روستایی در روستاهای دهستان باروق دارند و بعد توسعه کشاورزی نیز، با میزان بتای ۰/۲۴۸- و سطح معناداری ۰/۰۰۰، تأثیر بسیار کمی در توسعه مشاغل و کسب‌وکارهای خرد از نظر روستاییان داشته است. علت این امر را نیز کاهش منابع در طی سال‌های اخیر و کاهش راندمان تولیدات کشاورزی و کاهش اشتغال و بیکاری عنوان کرده‌اند (جدول ۱۴).

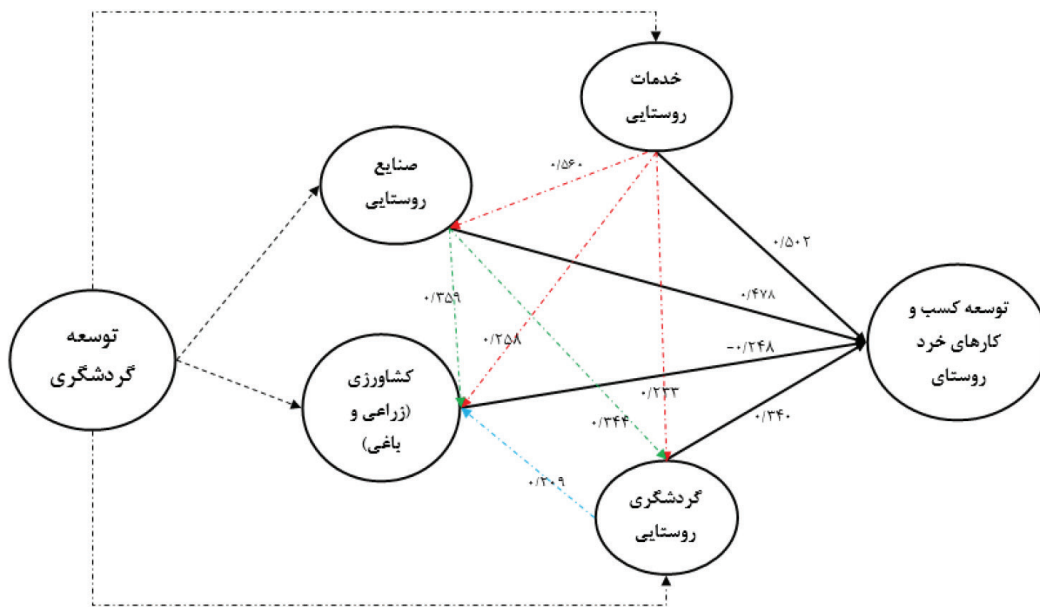
جدول ۱۴: معادله رگرسیون خطی بین توسعه گردشگری و ایجاد کسب‌وکارهای خرد روستایی ۱ (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸) / متغیر وابسته: (رونق کسب‌وکارهای خرد)

سطح معناداری	T	ضریب غیراستاندارد		متغیر
		ضریب استاندارد	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۴/۳۶۸	-	۰/۱۴۶	عرض از مبدأ
۰/۰۰۰	۸/۲۰۳	۰/۳۴۰	۰/۰۲۶	گردشگری روستایی
۰/۰۰۰	-۴/۵۱۸	-۰/۲۴۸	۰/۰۴۰	توسعه کشاورزی
۰/۰۰۰	۱۱/۳۰۹	۰/۴۷۸	۰/۰۲۲	صنایع روستایی
۰/۰۰۰	۷/۹۱۹	۰/۵۰۲	۰/۰۵۶	خدمات روستایی

۱. سنجش شاخص کسب‌وکارهای کوچک روستایی با استفاده از شاخص‌های موجود در جدول ۵ انجام شده است. این شاخص‌ها، براساس مطالعات میدانی، با سوالات چندگزینه‌ای، دوگزینه‌ای و طیفی در تک‌تک روستاها جمع‌آوری شده است.



در ادامه تحقیق، اثرات مستقیم و غیرمستقیم گسترش گردشگری روستایی در توسعه کسب و کارهای خرد با استفاده از مدل تحلیل مسیر بررسی شده است (شکل ۶).



شکل ۶: مدل تحلیل مسیر اثرات گسترش گردشگری روستایی در رونق کسب و کارهای خرد

همان‌گونه که جدول فوق نشان می‌دهد، مهم‌ترین مشاغل و کسب و کارهایی که در حوزه توسعه گردشگری روستایی در دهستان باروق توسعه یافته‌اند و امکان توسعه دارند در بخش خدمات‌اند. کسب و کارهای خردی که در بخش خدمات در روستاهای این دهستان توسعه یافته‌اند عبارت‌اند از یدکی موتور، فروش وسیله نقلیه موتوری، تعمیر ماشین‌آلات، تعویض روغنی، آپاراتی، فروش لوازم خانگی، قصابی، تعاونی و مصالح ساختمانی، سوپرمارکت، کبابی، مرغ‌فروشی، آژانس و ترمینال روستایی، دام‌پزشکی، مطب، داروخانه دام‌پزشکی و پست‌بانک و دفتر مخابرات است.

نتیجه‌گیری

در تحقیق حاضر، آثار توسعه گردشگری روستایی در توسعه کسب و کارهای خرد در مناطق روستایی بررسی شده است. نتایج حاصله در فاز کیفی نشان داد که مهم‌ترین زمینه‌های توسعه کسب و کارهای خرد در این دهستان، در حوزه توسعه گردشگری روستایی، وجود نیروی کاری با استعداد و دارای مهارت، مهاجران بازگشتی از شهرهای مختلف با تخصص‌های متفاوت، توسعه دام‌داری، باغداری، پرورش ماهی، کشت محصولات جایگزین، توسعه صنایع غذایی و فلزی، صنایع نساجی و چوب، کارگاه‌های فرآوری محصولات کشاورزی، خدمات مرتبط با ساختمان (سیم‌کشی، لوله‌کشی و غیره)، مشاغل مرتبط با ماشین، خدمات بازرگانی - تجاری

برای انجام آزمون تحلیل مسیر، ابتدا بین متغیر وابسته (توسعه کسب و کارهای خرد روستایی) و متغیرهای مستقل (ابعاد کشاورزی، خدماتی، گردشگری و صنایع روستایی) رگرسیون گرفته شد. این مدل نشان می‌دهد که تأثیر شاخص توسعه مشاغل خدماتی در ایجاد توسعه کسب و کارهای خرد روستایی با میزان تأثیر ۰/۵۰۲ بیشتر از سایر ابعاد بوده و تأثیرات بُعد کشاورزی (زراعت، دام‌داری، باغداری و غیره) نیز چشمگیر نبوده است (جدول ۱۵).

جدول ۱۵: سنجش اثرات مستقیم و غیرمستقیم و کلی گردشگری در کسب و کارهای خرد (یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۸)

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کلی	اولویت‌بندی
مشاغل خدماتی	۰/۵۰۲	۰/۲۸۴	۰/۷۸۶	۱
مشاغل صنایع روستایی	۰/۴۷۸	-۰/۰۸۹	۰/۳۸۹	۲
مشاغل کشاورزی	-۰/۲۴۸	-۰/۰۰۶۰	-۰/۲۵۴	۴
گردشگری روستایی	۰/۳۴۰	-	۰/۳۴۰	۳



کافه و غذاخوری، سوپرمارکت، حمل‌ونقل (آژانس و ترمینال روستایی) و غیره هستند. همین‌طور، روستاهایی در بخش کشاورزی روستاهای گل‌سلیمان‌آباد، قطار و حمید بستر مناسبی برای توسعه کسب‌وکارهای خرد در بخش کشاورزی دارند. در بخش صنایع روستایی نیز، روستاهای چالخماز، گل‌سلیمان‌آباد، نوروزلو، قطار، ایدیشه و حمید؛ در زمینه توسعه گردشگری، روستاهای نوروزلو، قطار و شورجه‌کرد و در زمینه توسعه خدماتی، روستاهای گل‌سلیمان‌آباد (به دلیل وجود بازار هفتگی گل)، چالخماز، قره‌سقال، حمید، قطار، نادرگلی و داش‌آلتی بستر و توان نسبتاً بیشتری از سایر روستاها دارند. علاوه بر این، نتایج حاصله از فاز کمی نشان داد که بین گسترش گردشگری روستایی در این دهستان و ایجاد کسب‌وکارهای خرد روستایی در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در سطح ۰٫۰۵ درصد آلفا رابطه معناداری وجود دارد. همین‌طور، نتایج حاصل از مدل تحلیل مسیر نیز نشان داد که توسعه گردشگری روستایی در این دهستان، در بُعد توسعه مشاغل خدماتی با مقدار اثر کلی ۰٫۷۸۶، بیشترین تأثیر را داشته است. کسب‌وکارهای خردی که در بخش خدمات در روستاهای مورد مطالعه ایجاد شده‌اند عبارت‌اند از فروش ماشین (یدکی موتور، فروش وسیله نقلیه موتوری، تعمیر ماشین‌آلات، تعویض روغن و آپاراتی)، تجاری (فروش لوازم خانگی، قصابی، تعاونی و مصالح ساختمانی)، کافه و رستوران (سوپرمارکت، کبابی، مرغ‌فروشی و غیره)، حمل‌ونقل (آژانس و ترمینال روستایی) و غیره. پس توسعه مشاغل خدماتی، ایجاد کسب‌وکارهای خرد در زمینه صنایع روستایی با مقدار اثر کلی ۰٫۳۸۹ در رتبه دوم اهمیت در زمینه توسعه گردشگری قرار گرفته است. مقایسه نتایج تحقیق با نتایج سایر تحقیقات نشان داد که نتایج تحقیق با نتایج تحقیقات سفیدبری و همکاران (۱۳۹۰) در زمینه ایجاد فرصت‌های شغلی جدید؛ کریم‌زاده و همکاران (۱۳۹۳) در زمینه مهم‌ترین عوامل ایجاد مشاغل کارآفرینی و کسب‌وکار جدید؛ ملاشاهی و همکاران (۱۳۹۴) در زمینه ارتباط موفق کسب‌وکارهای خرد و متوسط زراعی و باغی با تجربه کار کشاورزی مدیران این کسب‌وکارها و غیره؛ سامیان و همکاران (۱۳۹۴) در زمینه مهم‌ترین راهکارهای توسعه کسب‌وکارهای خرد روستایی؛ اکبری و همکاران (۱۳۹۴) در زمینه شناسایی زمینه‌های کسب‌وکار صنایع دستی در شهرستان ورامین؛ فاجیو و سیلوا (۲۰۱۴) در زمینه اهمیت ایجاد کسب‌وکارهای جدید، خوداشتغالی و نوآوری در مناطق شهری و روستایی کشور انگلستان؛ جعفر و همکاران (۲۰۱۵) در زمینه اهمیت ایجاد کسب‌وکارهای خرد روستایی در بین زنان روستایی؛ ایگن (۲۰۱۵) در زمینه اهمیت کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکارهای خرد

روستایی و ولایتی و همکاران (۱۳۹۷) در زمینه قابلیت‌های ایجاد کسب‌وکارهای خرد روستایی در شهرستان میاندوآب هم‌راستا هستند. بر این اساس، پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

ایجاد بنگاه‌های دولتی برای خرید محصولات تضمینی کشاورزی، تشویق کشاورزان به کشت محصولات جایگزین (پسته، زعفران و غیره) به دلیل بروز خشکسالی و کم‌آبی در منطقه، ایجاد کارگاه‌های خانگی بسته‌بندی محصولات کشاورزی و لبنی توسط کشاورزان، حمایت و پشتیبانی از کارگاه‌های صنعتی خرد روستایی و ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای توسعه گردشگری روستایی.

منابع

- اکبری، مرتضی، غلامزاده، رضا و شامانیان، مریم (۱۳۹۴). «شناسایی شایستگی‌های جوانان روستایی در زمینه کسب‌وکارهای صنایع دستی شهرستان ورامین». فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره ۳۵، ص ۱۲۵-۱۳۹.
- امیدی، سجاد، چهارسوقی امین، حامد (۱۳۹۷). «نقش کسب‌وکارهای کوچک خانگی در کاهش فقر خانوارهای روستایی شهرستان مهران». فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۷، شماره ۲۳، ص ۱۶۷-۱۸۲.
- تقوایی، محمد و همکاران (۱۳۸۹). «تحلیلی بر گردشگری مذهبی مطالعه موردی شهرستان نورآباد». فصلنامه فضای جغرافیایی اهر، دوره ۱۰، شماره ۳۱، ص ۳۱-۶۴.
- حسنی‌نیا، غلام‌حسین و فلاحی، هادی (۱۳۹۶). «عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی نمونه موردی: مناطق روستایی، شهرستان منوجان». فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۸، شماره ۱، ص ۲۵-۳۵.
- دادورخانی، فضیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاق، سیاوش و بوذرجمهری، خدیجه، (۱۳۹۰). «تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)». پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۴، شماره پیاپی ۸۰۵۹۳۰، ص ۱۶۹-۱۹۵.
- سامیان، مسعود، موحدی، رضا و انصاری، الهام (۱۳۹۴). «بررسی راهکارهای ایجاد کسب‌وکارهای خرد روستایی با تأکید بر کارآفرینی روستایی». فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، دوره ۱۳، شماره ۴۷، ص ۳۷-۴۱.
- سفیدبری، لیلا، نجاحی، اکبر و قاسمپور، ابولحسن (۱۳۹۰). «توسعه خوشه‌های کسب‌وکار در مناطق روستایی». مجموعه مقالات اولین کنفرانس دانشجویی کارآفرینی کشور. تهران: دانشگاه تهران.



- فراهانی، حسین، ولانی، محمد و اصدقی، زهرا (۱۳۹۲). «بررسی نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی از دیدگاه گردشگران مطالعه موردی: روستای چکان شهرستان مراغه». اندیشه جغرافیایی، دوره ۷، شماره ۱۴، ص ۳۷-۵۶.
- کرمی، زهرا، غنیان، منصور، خسروی پور، بهمن و برداران، مسعود (۱۳۹۲). «زمینه‌یابی فعالیت بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط با محوریت گردشگری روستایی در بخش کن استان تهران». نشریه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، دوره ۲، شماره ۵، ص ۱۱۱-۱۲۸.
- کریم‌زاده، حسین، ولانی، محمد و منافی آذر، رضا (۱۳۹۵). «نقش تنوع‌بخشی به فعالیت‌ها در پایداری اقتصاد روستایی (مطالعه موردی: دهستان مرحمت‌آباد میانی، شهرستان میاندوآب)». مجله آمایش جغرافیایی فضا، دوره ۶، شماره ۲۰، ص ۱۲۳-۱۴۴.
- محمدی یگانه، بهروز، چراغی، مهدی و ولانی، محمد (۱۳۹۲). «نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی (مطالعه موردی: روستای قیچاق، شهرستان میاندوآب)». نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، دوره ۱۳، شماره ۳۰، ص ۷-۲۵.
- محمدی یگانه، بهروز، منصور، خیرالنساء و ولانی، محمد (۱۳۹۱). «تحلیلی بر اثرات گردشگری خانه‌های دوم در توسعه پایدار نواحی روستایی (مطالعه موردی: روستای ازنا-شهرستان اهر)». همایش توسعه کشاورزی و توسعه روستایی، شهرستان پیرانشهر.
- ملاشاهی، غلام‌عباس، ظریفیان، شاپور و سارانی، ولی‌الله (۱۳۹۴). «عوامل مؤثر بر موفقیت کسب‌وکارهای کوچک و متوسط زراعی و باغی شهرستان زابل». مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، دوره ۲، شماره ۴، ص ۷۳۹-۷۴۸.
- ملکی، طاهر، گلپور، پرویز و ظریفیان، شاپور (۱۳۹۶). «عوامل بازدارنده توسعه کسب‌وکارهای خرد در مناطق روستایی مورد مطالعه: دهستان گویجه بئل بخش مرکزی شهرستان اهر». فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، دوره ۴، شماره ۳، ص ۳۱۷-۳۳۱.
- موسایی، میثم (۱۳۹۰). مبانی اقتصاد توریسم. تهران: انتشارات مهکامه.
- نجفی، بهمن و صفا، لیلا (۱۳۹۳). «بررسی کسب‌وکارهای خانگی کارآفرینانه و مانع و چالش‌های توسعه آن‌ها در مناطق روستایی». نشریه کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۱، شماره ۲، ص ۶۱-۷۳.
- ولانی، محمد (۱۳۹۸). الگوسازی فضایی راهکارهای کاهش فقر روستایی با تأکید بر رویکرد تنوع‌بخشی اقتصاد روستایی (مطالعه موردی: شهرستان میاندوآب). رساله دکتری
- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، دانشگاه تبریز.
- ولانی، محمد، کریم‌زاده، حسین و منافی آذر، رضا (۱۳۹۷). «تحلیل موانع توسعه کسب‌وکارهای خرد در نواحی روستایی شهرستان میاندوآب». فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره ۷، شماره ۳، شماره پیاپی ۲۵، ص ۱۸۳-۲۰۸.
- Abby, L., & Geoffrey, W. (2006). "Planning tourism employment: a developing country perspective". *Tourism Management*, 27, 159-170
- Christiaensen, L., De Weerd, J., & Todo, Y. (2013). "Urbanization and Poverty Reduction: The Role of Rural Diversification and Secondary Towns 1". *Agricultural Economics*. 44(4-5), 435-447.
- Dinis, I., Simões, O., Cruz, C., & Teodoro, A. (2019). "Understanding the impact of intentions in the adoption of local development practices by rural tourism hosts in Portugal". *Journal of Rural Studies*. 72, 92-103.
- Faggio, G., & Silva, O. (2014). Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labour markets. *Journal of Urban Economics*. 84, 67-85
- Fahimi, A., Akadiri, S., Seraj, M., & Akadiri, A. C. (2018). "Testing the role of tourism and human capital development in economic growth. A panel causality study of micro states". *Tourism Management Perspectives*. 28, 62-70.
- Gibosen, J., & Olivia, S. (2010). "The effect of infrastructure access and quality on non-farm enterprises in rural Indonesia". *Journal of World Development*. 38(5), 717-726.
- Gurau, C. (2009). "Rural Entrepreneurship in Post-communist Romania. *International Journal of Business and Globalization*. 3(2), 158-172.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. Translated by Fyzbksh Seye Alireza, Taghi Yari, Vol. 1, Tehran. Scientific Publishing Institute of Sharif Technology University.
- Iyigun, N. O. (2015). "What could Entrepreneurship do for Sustainable Development? A Corporate Social Responsibility-Based Approach". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 195, 1226-1231.

- Randelli, F., & Martellozzo, F. (2019). "Is rural tourism-induced built-up growth a threat for the sustainability of rural areas? The case study of Tuscany". *Land Use Policy*. 86, 387-398.
- Ristić, D., Vukoičić, D., & Milinčić, M. (2019). "Tourism and sustainable development of rural settlements in protected areas - Example NP Kopaonik (Serbia)". *Land Use Policy*. 89, 104231.
- Serwicka, I., & Swinney, P. (2016). *Trading Places: Why Firms Locate where They Do*. Centre for Cities, London.
- Sharply, R. (2002). "Rural Tourism and the Challenge of Tourism Diversification the Case of Cyrus". *Tourism Management*. 23(3), 233-244.
- Shen, S., Wang, H., Quan, Q., & Xu, J. (2019). "Rurality and rural tourism development in China". *Tourism Management Perspectives*. 30, 98-106.
- Song, H., Dwyer, L., Li, G., & Cao, Z. (2012). "Tourism economics research: A review and assessment". *Annals of tourism research*. 39(3), 1653-1682.
- Stabler, M. J., Papatheodorou, A., & Sinclair, M. T. (2010). *The economics of tourism* (2nd ed.). Abingdon: Routledge.
- Tew, C., & Barbieri, C. (2012). "The perceived benefit so fagri tourism: Theprovider'sperspective". *TourismManagement*. 33(1), 215-224.
- UNWTO (2013). *Why tourism?* Retrieved Match 17th, 2013 from <http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>.
- Ye, S., Xiao, H., & Zhou, L. (2019). "Small accommodation business growth in rural areas: Effects on guest experience and financial performance". *International Journal of Hospitality Management*. 76, 29-38.
- Zulkepli, Z., Hasnan, N. & Mohtar, M. (2015). "Communication and service innovation in SMEs". *Procedia- Social and Behavioral Sciences*. 211, 437-441.
- Jaafar, M., & Rasoolimanesh, S. M. (2015). "Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands". *Tourism Management Perspectives*. 14, 17-24.
- karar, A. (2010). "Impact of Pilgrim Tourism at Haridwar". *Anthropologist*. 12(2), 99-105.
- Koens, A., & Wood, R. C. (2017). "An analysis of international employment levels in hospitality occupations using secondary statistics". *International Journal of Tourism Research*. 19(5), 496-504.
- Li, H., & Zhang, X. (2015). "A review and trend on rurality". *Human Geography*. 30(1), 16-20.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). "The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development". *Journal of Cleaner Production*. 13(8), 787-798.
- Lyee, N., & Cowling, M. (2015). "Do rural firms perceive different problems? Geography, sorting, and barriers to growth in UK SMEs". *Environment Planning C: Government and Policy*. 33(1), 25-42.
- Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H. (2019). "An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism". *Journal of Business Research*. 100, 165-174.
- Mohapatra, S., Rozelle, S., & Goodhue, R. (2007). "The rise of self-employment in rural china: Development or discrete?" *World Development*. 35(1), 163-181.
- Paresishvili, O., Kvaratskhelia, L., & Mirzaeva, V. (2017). "Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities". *Annals of Agrarian Science*. 15(3), 344-348.
- Phillipson, J., Tiwasing, P., Gorton, M., Maioli, S., Newbery, R., & Turner, R. (2019). "Shining a spotlight on small rural businesses: How does their performance compare with urban?" *Journal of Rural Studies*. 68, 230-239.

