

ارزیابی اثرات گردشگری در توسعه‌ی کارآفرینی مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستای غریب محله)

وحید ریاحی^۱ محمد روشنعلی^{*۲}

۱. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه خوارزمی، تهران

۲. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد جغرافیای طبیعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل

چکیده

گسترش صنعت گردشگری به عنوان یکی از ابزارهای اصلی توسعه در هر ناحیه، خصوصاً نواحی روستایی است. از آنجا که گردشگری عمدتاً دربرگیرنده‌ی کسب‌وکارهای کوچک اقتصادی است، ضرورت نقش کارآفرینان گردشگری برای توسعه گردشگری روستایی محرز می‌باشد؛ و بنابراین تشویق و ترویج کارآفرینی منجر به توسعه مناطق روستایی می‌گردد. بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر، تبیین اثرات گردشگری بر توسعه کارآفرینی در روستای غریب محله شهرستان بهشهر است که در آن برای دستیابی به اهداف، ترکیبی از روش‌های توصیفی-تحلیلی و علی مورد استفاده قرار گرفته است. جامعه آماری پژوهش را کلیه سرپرستان خانوار ساکن در روستای غریب محله تشکیل می‌دهند که از میان آنها، ۱۵۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شده‌اند. ابزار اصلی پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته است که روایی آن با کسب نظرات کارشناسان گردشگری و پایایی آن با انجام پیش‌آزمون و محاسبه ضریب آلفای کرونباخ (۰/۷۷۶)، به تأیید رسیده است. نتایج پژوهش نشان داد معناداری تفاوت میانگین عددی از مطلوبیت عددی مورد آزمون (که میانگین طیف لیکرت=۳) در نظر گرفته شده است، در همه شاخص‌ها در سطح ۹۹ درصد معنادار بوده و تفاوت همه مؤلفه‌های بررسی شده از حد مطلوب به شکل مثبت می‌باشد که این امر، بیانگر این نکته است که توسعه گردشگری در روستای مورد مطالعه، می‌تواند نقش مهمی در بهبود شرایط کارآفرینی در بین ساکنین محلی ایجاد کند.

واژه های کلیدی: گردشگری روستایی، کارآفرینی، روستای غریب محله

* نویسنده رابط: mohammadrooshanali@yahoo.com

مقدمه

یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی به شدت در حال رشد و گسترش است، صنعت گردشگری است (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۶: ۷۳). گردشگری می‌تواند به عنوان منبعی در خصوص زدودن فقر و افزایش اشتغالزایی مطرح باشد (جمینی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۸). طی نیم قرن گذشته، فعالیت‌های گردشگری، ابعاد گسترده‌ای یافته است و هر سال بر تعداد مسافرانی که با انگیزه‌های مختلف سفر می‌کنند، افزوده می‌شود. مطابق برآورد سازمان جهانی گردشگری، کل گردشگران دنیا در سال ۱۹۵۰ تقریباً ۲۵ میلیون نفر و در سال ۲۰۰۰ حدود ۷۰۰ میلیون نفر بوده است که این رقم در سال ۲۰۲۰ به حدود ۱/۶ میلیارد نفر خواهد رسید. این ارقام، نشانگر رشد ۷ درصدی در یک دوره ۵۰ ساله ۱۹۵۰ تا ۲۰۰۰ است؛ بنابراین، با استناد به آمار و گزارش‌های ارائه شده می‌توان گفت صنعت گردشگری در حال تبدیل شدن به بزرگترین و پردرآمدترین صنعت در ابعاد جهانی است؛ به طوری که ۱۱ درصد از تولید ناخالص، ۱۰ درصد از اشتغال، ۵ درصد از صادرات و ۵ درصد از سرمایه‌گذاری‌های جهانی را به خود اختصاص داده است (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۲). یکی از انواع گردشگری که در سال‌های اخیر تقاضا برای آن افزایش یافته است و از این رو مورد توجه محققان بسیاری قرار گرفته، گردشگری روستایی است (دوه^۱، ۲۰۰۶: ۲۹). 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 فقر و بیکاری مرتفع سازد (محمودزاده و ارجمندیان، ۱۳۹۶: ۱۳۲). امروزه مناطق روستایی در حاشیه مانده در کشورهای در حال توسعه برای بقای خود با محدودیت‌های متعددی به ویژه در توسعه اقتصادی مواجه هستند؛ زیرا که اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیتهای کشاورزی به تنهایی توانایی نگهداشت جمعیت در حال رشد آنها را نداشته و همین امر منجر به آسیب‌پذیری و شکننده بودن شرایط اقتصادی، کیفیت پایین سطح زندگی، نارساییهای زیرساختی - خدماتی و نظایر آن می‌شود. به همین دلیل بایستی گزینه‌های جدیدی با استفاده از منابع محلی و ظرفیتهای موجود این مناطق مورد توجه قرار گیرد (محمدی یگانه و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۳۴). کارآفرینی روستایی از جمله راهکارهای منجر به توسعه روستایی است؛ زیرا کارآفرینی به عقیده شومپیتر، موتور و محرکه اصلی توسعه اقتصادی است و مورد نیاز هر بخشی می‌باشد (قنبری و همکاران، ۱۳۹۴: ۲). بنابراین، کارآفرینی در محیط‌های روستایی به دنبال شناسایی فرصت‌های جدید، نوآوری و خلاقیت در فعالیتهای کشاورزی و غیرکشاورزی، نوآوری و خلاقیت در کاربری زمین و در واقع، استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه از منابع روستایی در جهت کسب سود بیشتر است (صادقو و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۸).

پتانسیل‌های فرهنگی و گردشگری بسیاری در استان مازندران وجود دارد که شناسایی و استفاده بهینه از آن می‌تواند تأثیر به‌سزایی در رشد و توسعه در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی داشته باشد. ولی

¹ Doh

فقدان تأسیسات و برنامه مناسب، عدم تمایل بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در روستاهای کوهستانی و عدم آگاهی گردشگران باعث شده است که به طور کلی صنعت گردشگری در روستاهای استان مازندران از رشد و توسعه لازم بهره‌مند نگردد، مخصوصاً روستای غریب‌محل که از روستاهای هدف گردشگری استان با موقعیت مکانی مناسب و جاذبه‌های گردشگری است. بر این اساس، این مطالعه با هدف تبیین، توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری روستایی در منطقه‌ای روستایی انجام شده و درصدد پاسخ به این سؤال اصلی است که چگونه می‌توان به توسعه و ارتقاء کارآفرینی در بخش گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه دست یافت؟

ادبیات تحقیق

گردشگری: لغت گردشگری (Tourism) از کلمه Tour به معنای گشتن اخذ شده که ریشه در لغت لاتین Turn به معنای دور زدن، رفت و برگشت بین مبدأ و مقصد و چرخش دارد که از یونانی به اسپانیایی و فرانسه و در نهایت به انگلیسی راه یافته است (عبدی و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۸). بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم، گردشگری، مجموعه کارهایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط محصول خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است (پاموکار^۱ و همکاران، ۲۰۱۵: ۶۵۳-۶۵۲). گردشگری یکی از ابزارهای رایج برای تحرک اقتصادهای بحرانی و ارتقاء سطح توسعه از طریق مشاغل و سرمایه‌هاست که می‌تواند آنها را پرورش دهد (نگامسوسوکه^۲ و همکاران، ۲۰۱۱: ۵۱۶).

کارآفرینی: واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی Entreprenre به معنای «متعهد شدن» اقتباس شده است. طبق تعریف واژه‌نامه دانشگاهی وبستر کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی و مدیریت کند (احمدپور، ۱۳۹۵: ۱۲). شومپیتر در کتاب نظریه توسعه اقتصادی، کارآفرینی را معادل نوآوری می‌داند (شومپیتر^۳، ۱۹۳۴: ۱۱). از این‌رو، کارآفرینی اغلب اقدامات خلاق و نوآور است که حلقه گم شده بین سرمایه‌گذاری در دانش جدید و رشد اقتصادی است (حسینی صدرآبادی، ۱۳۹۶: ۹۵). کارآفرینی می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و بهره‌برداری بهینه از منابع، نقش مهمی در توسعه داشته باشد (کرد و آبتین، ۱۳۹۲: ۱۶).

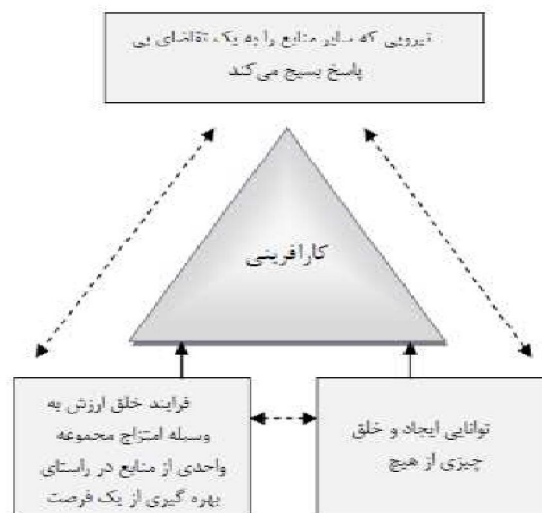
کارآفرینی روستایی: محیط روستایی معرف یک محیط کارآفرینی به لحاظ ارضی با شرایط فیزیکی، اجتماعی و اقتصادی می‌باشد. موقعیت، مناظر طبیعی، سرمایه اجتماعی، نظارت روستایی، شبکه‌های اجتماعی و تجاری، و همچنین تکنولوژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی، اثرات پیچیده و پویایی را بر فعالیت کارآفرینی در مناطق روستایی می‌گذارند (کریمزاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۷۱) کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد. فقط شرایط خاص مناطق روستایی از جمله بالاتر بودن خطرپذیری، کمبود امکانات و ضعف مدیریت، در این نواحی باعث می‌شود که زمینه‌های کارآفرینی در این نواحی متفاوت با سایر نواحی و فعالیت‌ها باشد. به هر حال کارآفرینان روستایی به دنبال شناسایی فرصت‌های

¹ Pamučar et al

² Ngamsomsuke

³ Schumpeter

جدید و نوآوری در فعالیت‌های کشاورزی و غیرکشاورزی، کاربری اراضی و استفاده بهینه، متنوع و نوآورانه در راستای توسعه روستایی هستند (امیری و همکاران، ۱۳۹۵: ۵). در واقع کارآفرینی روستایی راهبردی برای توسعه اقتصادی-اجتماعی روستاها در بسیاری از کشورها محسوب می‌شود. وجود حمایت‌های مستمر از کارآفرینان روستایی، توسعه بسترهای مناسب در مناطق روستایی، تشویق کارآفرینان روستایی و... می‌تواند راهکار عملی و مناسب برای اهداف توسعه روستایی و ایجاد اشتغال مفید، افزایش درآمد و مشارکت و اتکا به نفس روستائیان باشد (فلاح حقیقی، ۱۳۹۶: ۱۱۹). از دیدگاه ورتمن کارآفرینی روستایی عمدتاً می‌تواند به عنوان یک سازمان جدید تعریف شود که یک محصول جدید و تولید جدید، به خدمت گرفتن یا ایجاد یک بازار جدید، یا بهره‌گیری از یک تکنولوژی جدید را در محیط روستا معرفی می‌کند (احمد^۱ و همکاران، ۲۰۱۲: ۳). پترین (۱۹۹۴) کارآفرینی روستایی را مجموع سه گزاره ذیل تعریف می‌نماید (شکل ۱):



شکل ۱- مؤلفه‌های مؤثر در کارآفرینی (رنجبری و استعلاجی، ۱۳۹۳: ۱۰۲)

ضرورت توجه به کارآفرینی گردشگری: صنعت گردشگری از عناصر و فعالیت‌هایی تشکیل می‌شود که این فعالیت‌ها بصورت مستقیم و 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 سهیمند. اغلب این فعالیت‌ها مانند حمل‌ونقل، ساختمان، مراکز اقامتی و مراکز مالی و تجاری از بخش‌های مهم اقتصادی محسوب می‌شوند (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۸، سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۴۱). سازمان جهانی گردشگری (WTO) برای سهولت بررسی و مطالعه این فعالیت‌ها آنها را طبقه‌بندی کرده است. این طبقه‌بندی شامل ۱۷ بخش، ۴۳ گروه و ۱۸۵ طبقه و زیرطبقه می‌باشد که بخش‌های اصلی عبارتند از: ۱- بخش کشاورزی، ۲- بخش ماهیگیری، ۳- بخش معدن، ۴- بخش صنعت، ۵- بخش برق، گاز و آب، ۶- بخش ساختمان، ۷- بخش عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، ۸- بخش هتل و رستوران، ۹- بخش حمل‌ونقل ارتباطات، ۱۰- بخش امور مالی و واسطه‌ای، ۱۱- بخش فعالیت‌های تجاری، ۱۲- بخش مدیریت عمومی، ۱۳- بخش آموزش، ۱۴- بخش بهداشت و خدمات اجتماعی، ۱۵- بخش آموزش، ۱۶- بخش خانوارهای شخصی،

¹ Ahmad et al

۱۷- بخش سازمان‌های کشوری (WTO, 2009). 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 به صورت مستقیم و غیرمستقیم در اختیار صنعت گردشگری می‌باشد. لذا هر کدام از این فعالیت‌ها در بخش گردشگری به عنوان فرصت کارآفرینی می‌تواند مطرح باشد. مجمع توسعه اقتصادی سازمان ملل سه شاخص عمده‌ای که منجر به توسعه کارآفرینی در بخش گردشگری مناطق می‌گردد را به این صورت طبقه‌بندی کرده است: (۱) منابع انسانی، فرهنگی و منابع طبیعی مربوط به گردشگری؛ (۲) زیرساخت‌ها و کسب و کار؛ (۳) چارچوب قانونی و نظارتی مربوط به گردشگری (شکل ۲).



شکل ۲- خلاصه ساختار فهرست شاخص‌ها (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۷۴)

پیشینه پژوهش

قنبری و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود به ارزیابی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستاهای بخش مرکزی شهرستان انار پرداختند که با توجه به نمره‌های حاصل از ماتریس عوامل داخلی و خارجی، راهبرد استخراجی حفظ و نگهداری است. اربابیان و همکاران (۱۳۹۳) با هدف بررسی اثر گردشگری بر توسعه کارآفرینی نشان داد، گردشگری به واسطه مزایای قابل توجهی که در ابعاد اقتصادی، اجتماعی فرهنگی به دنبال دارد موجب ترویج و تحرک ویژگیها و مشخصه‌های کارآفرینی و در نتیجه رونق اقتصادی جوامع می‌شود. فرجی سکبار و همکاران (۱۳۹۳) در شناسایی و تحلیل فضایی بسترهای مناسب

فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری نواحی روستایی شهرستان ورزقان به این نتیجه دست یافتند که در نواحی روستایی شهرستان ورزقان فرصت‌های مناسبی برای کارآفرینی در بخش گردشگری وجود دارد. شفیع‌ی (۱۳۹۲) به بررسی گردشگری و نقش آن در کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی ۲۸ روستای شهرستان فریدان پرداخت نتایج تحقیق نشان داد حضور گردشگران منجر به تقویت زندگی روستایی، ارتقای سطح آن، افزایش توان مالی مردمان روستا و کارآفرینی می‌شود ایجاد اشتغال و درآمد می‌تواند شرایط لازم برای فعالیت تمام ابعاد توسعه پایدار را در روستاها فراهم نماید. فیروزی و همکاران (۱۳۹۲) در بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستای خارستان شهرستان بهبهان نشان دادند که کم‌تر از ۱۰ درصد اهالی روستا با مهارت‌های کارآفرینی آشنایی دارند. و میزان آشنایی با کارآفرینی و ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی، دو عامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی در روستای خارستان می‌باشد. دادورخانی و همکاران (۱۳۹۰) با هدف بررسی نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی جوانان و زنان در روستاهای کندوان و اسکندران در شهرستان اسکو نشان داد گردشگری به واسطه فراهم آوردن زیرساخت‌های اولیه و تعاملات فرهنگی میان جوانان روستایی و تبدیل محیط روستاهای مذکور به یک محیط محرک و انگیزشی، فرصت‌های جدیدی را برای کارآفرینی فراهم آورده است. پنگ^۱ و همکاران (۲۰۱۶) در مطالعه‌ای تحت عنوان کارآفرینان اجتماعی: نوآوری گردشگری روستایی از طریق فعالیت‌های علوم خدمات، به این نتیجه رسیدند که مناطق روستایی ذاتاً متفاوتند، در نتیجه فرصت‌ها و چالش‌های عرضه شده نیز عمومیت ندارند، بنابراین بینش بیشتر نسبت به موضوع برای افزایش کارآفرینان روستایی در گردشگری در سراسر کشور مورد نیاز است. سیما ای^۲ و همکاران (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای نقش کارآفرینی در ارتقا گردشگری روستایی را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که کارآفرینان روستایی (بالفعل و بالقوه) به کمک بیشتری برای تحکیم و توسعه کسب و کار خود نیاز دارند، حتی اگر خود مهارت‌های لازم برای آغاز و توسعه کسب و کارشان را داشته باشند و بخش‌های هدف برای تحکیم کارآفرینی روستایی کشاورزی، فناوری محصولات کشاورزی، خدمات اساسی و گردشگری هستند. کمپولا^۳ (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان نقش کارآفرینان فردی در توسعه رقابت برای یک مقصد گردشگری روستایی به این نتیجه رسید شهرداری نقش حیاتی در تسهیل کارآفرینی دارد و مقصد گردشگری بدون حضور کارآفرینان نوآور، متعهد و ریسک‌پذیر شکوفا نخواهد شد.

معرفی منطقه مورد مطالعه

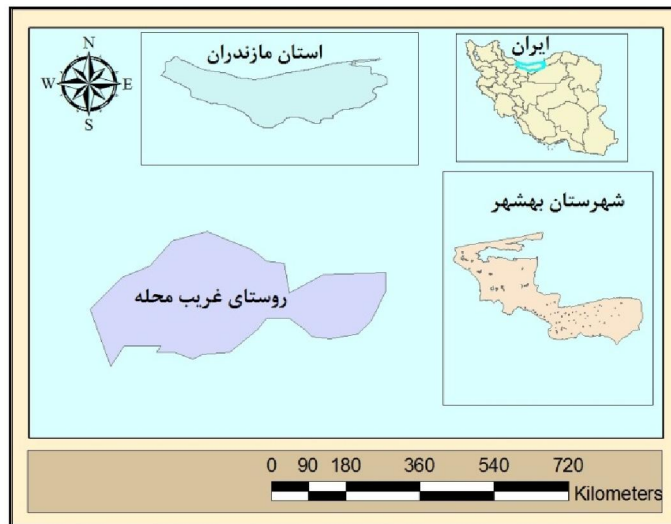
روستای غریب‌محله در جنوب شهر بهشهر واقع در منطقه هزار جریب در میان کوه‌های سوچلما و جهانمورا که یک ناحیه کوهستانی است می‌باشد. این روستا از شمال به روستاهای پجیم، زلت، شیخ محله؛ از جنوب به محسن‌آباد و کفکور و از شرق به روستای گالش‌محله و از غرب به چالکده محدود می‌باشد. منطقه

^۱. Peng et al

^۲. Sima et al

^۳. Komppula

غرب‌محله بین ۵۳ درجه و ۴۰ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۶ درجه و ۳۴ دقیقه عرض جغرافیایی قرار دارد (شکل ۲).



شکل ۳- موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

جاذبه‌های گردشگری منطقه‌ی غرب‌محله

روستای غرب‌محله به علت برخورداری از مجموعه کم نظیری از انواع پدیده‌های زیبای طبیعی قادر است در تمامی فصول سال گردشگران، به خصوص طبیعت گردان را به سوی خویش جلب نماید. چشمه‌های بسیار زیادی در سطح منطقه غرب‌محله پراکنده‌اند که از آن جمله می‌توان به چشمه کهواو، تاریک چشمه و بینجنوم اشاره نمود. از آثار تاریخی در منطقه غرب‌محله می‌توان به آرامگاه امامزاده زکریا که در قسمت جنوب این روستا واقع شده اشاره نمود.



روش تحقیق

تحقیق حاضر از نظر کنترل شرایط پژوهش یک بررسی پیمایشی از نوع توصیفی است. همچنین از نظر هدف یک بررسی کاربردی، از نظر وسعت پهناگر، از نظر دامنه یک مطالعه خرد و از نظر زمانی یک بررسی مقطعی است. جامعه آماری تحقیق را سرپرستان خانوار روستای غریب محله تشکیل می‌دهند که بر اساس آخرین آمار رسمی (سال ۱۳۹۵)، تعداد آنها ۱۷۸ نفر بوده است. از یک سو با توجه به محدود بودن جامعه آماری و از سوی دیگر، با توجه به عدم امکان دسترسی به کلیه سرپرستان خانوار در محدوده مورد مطالعه، حاضر نبودن تعدادی از خانوارها در روستای مورد مطالعه، بازگردانده نشدن بعضی از پرسشنامه‌ها و مخدوش بودن تعدادی از آنها و همچنین خودداری برخی از آنها در پاسخگویی به پرسش‌های پژوهشگران، سرانجام، اطلاعات گردآوری شده از ۱۵۰ نفر از ساکنان، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار اصلی پژوهشگران برای گردآوری داده‌های مورد نیاز، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن (روایی صوری) پس از اعمال اصلاحات لازم، توسط کارشناسان گردشگری مربوطه در شهرستان بهشهر، به تأیید رسید. به منظور بررسی پایایی ابزار مورد استفاده یک مطالعه راهنما (پیش‌آزمون) با تعداد ۳۰ پرسشنامه در جامعه آماری انجام گرفت و ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده (۰/۷۷۶) برای پرسشنامه (بالتر از ۰/۷)، نشان‌دهنده پایایی ابزار مورد استفاده بود (جدول ۱). به منظور توصیف متغیرهای جمعیت‌شناختی از آمار توصیفی و برای تحلیل داده‌های پژوهش از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف، آزمون تی تک نمونه‌ای و آزمون فریدمن و برای سهولت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

جدول ۱- نتایج آزمون آلفای کرونباخ

مؤلفه	آلفای کرونباخ
اقامت	۰/۷۴۲
تفریح و ماجراجویی	۰/۸۸۷
غذا و نوشیدنی‌ها	۰/۸۰۱
خدمات گردشگری	۰/۸۶۳
حمل و نقل	۰/۷۹۱
بهداشتی و سلامت	۰/۷۲۲
ارتباطی و اطلاعاتی	۰/۷۷۷
محیط زیستی	۰/۷۵۹
آموزش	۰/۷۴۸
آلفای کل پرسشنامه	۰/۷۷۶

بر اساس ادبیات تحقیق و مطالعه منابع موجود و مصاحبه با کارشناسان گردشگری، ۹ حوزه به عنوان فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری روستای غریب‌محله معرفی گردید (جدول ۲)

جدول ۲- حوزه‌های کارآفرینی و مؤلفه‌های آن

مؤلفه‌ها	حوزه کارآفرینی	مؤلفه‌ها	حوزه کارآفرینی
خدمات طب و درمان سنتی	بهداشتی و سلامت	تاسیس مزرعه‌سرا	اقامت
داروخانه		خانه‌های روستایی	
آزمایشگاه تخصصی		ایجاد اقامتگاه‌های کوچک خانوادگی	
جشنواره‌ها	فرهنگی	تاسیس مهمان‌سرا	تفریح و ماجراجویی
صنایع دستی		ایجاد کاروانسراهای سنتی	
خدمات پستی	ارتباطی و اطلاعاتی	اجاره چادر	
خدمات دسترسی آنلاین		ایجاد آلاچیق	
بانک اطلاعاتی مقصد گردشگری	غذا و نوشیدنی‌ها	برگزاری تور کوهنوردی	تفریح و ماجراجویی
ایجاد رستوران سنتی		تور جنگل	
رستوران غذاهای محلی		اسب سواری	
واحد پذیرایی بین‌راهی	محیط زیستی	برگزاری نمایشگاه هنرهای محلی/غذاهای سنتی	رویدادهای خاص و کنفرانس‌ها
ارائه نوشیدنی‌های سنتی		برگزاری نمایشگاه گل و گیاه	
خدمات جمع‌آوری و تصفیه زباله		کنسرت موسیقی محلی	
خدمات بهداشتی	آموزش	برگزاری مناسبت‌های تاریخی	خدمات گردشگری
دوره‌های آموزش جامعه محلی برای مشارکت		تعمیرگاه وسایل نقلیه	
دوره‌های آشنایی گردشگر با فرهنگ		خرده‌فروشی و سوپرمارکت	

منطقه مقصد			
دوره‌های تولیدی، نقشه‌خوانی، صنایع دستی محلی		خدمات بازاریابی برای شرکت‌های تورگردانی	
		راهنمای محلی	
		کرایه خودرو	حمل و نقل
		اجاره اسب و چارپایان	

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۶)

تحلیل یافته‌ها

یافته‌های پژوهش در ارتباط با وضعیت سنی پاسخگویان نشان داد میانگین سنی آنها حدود ۴۲ سال بوده است و حدود ۲۵٪ پاسخگویان زنان و ۷۵٪ مردان بودند. نتایج بررسی وضعیت تحصیلات پاسخگویان نشان داد حدود ۱۸٪ بیسواد، ۶۸/۵٪ دارای تحصیلات نهضت سوادآموزی تا دیپلم و ۱۳/۵٪ دارای تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند. در ارتباط با وضعیت شغلی پاسخگویان نشان داد حدود ۸۰٪ سرپرستان خانوار کشاورز بوده‌اند و ۲۰٪ مابقی به کارهای صنعتی و خدماتی مشغول به فعالیت هستند. در ارتباط با وضعیت درآمدی پاسخگویان، نتایج پژوهش نشان داد میانگین درآمد ماهیانه خانوارهای مورد مطالعه، حدود ۶۰۰ هزار تومان در ماه بوده است و در این میان درآمد فقیرترین و ثروتمندترین خانوار به ترتیب حدود ۲۰۰ هزار تومان و ۹۰۰ هزار تومان در ماه بوده است.

آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

قبل از وارد شدن به مرحله آزمون فرضیه‌ها لازم است تا از وضعیت نرمال بودن داده‌ها اطلاع حاصل شود. تا بر اساس نرمال بودن یا نبودن آنها، آزمون‌ها استفاده شود. در این آزمون اگر سطح معنی‌داری به دست آمده از اجرای آزمون، بزرگتر از مقدار خطا یعنی ۰/۰۵ باشد، فرضیه مقابل و در غیر این صورت فرضیه صفر تأیید خواهد شد (جدول ۳).

H_0 = داده‌ها نرمال هستند (داده‌ها از جامعه نرمال آمده‌اند)

H_1 = داده‌ها نرمال نیستند (داده‌ها از جامعه نرمال نیامده‌اند)

جدول ۳-آزمون کولموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

مؤلفه	سطح معناداری
اقامت	۰/۰۶۷
تفریح و ماجراجویی	۰/۰۵۹
غذا و نوشیدنی‌ها	۰/۱۲۱
خدمات گردشگری	۰/۰۹۲
حمل و نقل	۰/۰۷۷
بهداشتی و سلامت	۰/۰۶۴
ارتباطی و اطلاعاتی	۰/۰۸۶
محیط زیستی	۰/۰۵۷
آموزش	۰/۰۶۶

با توجه به مقدار سطح معناداری برای متغیرهای پژوهش بزرگتر از ۰/۰۵ است، لذا دلیلی برای رد فرضیه صفر وجود ندارد و می‌توان گفت داده‌ها دارای توزیع نرمال می‌باشند.

برای بررسی نقش مؤلفه‌های مورد مطالعه در خصوص کارآفرینی در گردشگری و فعالیت‌های مرتبط با آن در منطقه مورد مطالعه که از داده‌های پرسشنامه‌ای به دست آمده است، از آزمون t تک نمونه‌ای استفاده شده است. همان‌طور که نتایج تحلیل در جدول (۴) نشان می‌دهد، با احتساب دامنه طیفی میانگین مؤلفه‌ها که بین ۱ تا ۵ براساس طیف لیکرت در نوسان است، معناداری تفاوت میانگین عددی از مطلوبیت عددی مورد آزمون (که میانگین طیف لیکرت = ۳) در نظر گرفته شده است، در همه شاخص‌ها در سطح ۹۹ درصد معنادار گزارش شده است. به عبارت دیگر، تفاوت از حد مطلوب و همچنین فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد در همه شاخص‌های مورد بررسی به شکل مثبت برآورد شده است. بنابراین می‌توان به این نکته اذعان نمود که، توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، می‌تواند نقش مهمی در بهبود شرایط کارآفرینی در بین ساکنین محلی ایجاد کند.

جدول ۴-معناداری تفاوت از حد مطلوب مؤلفه‌های کارآفرینی در زمینه گردشگری

Test value=3					مؤلفه	
فاصله اطمینان ۹۵ درصد اختلاف		تفاوت میانگین	سطح معناداری	درجه آزادی		آماره T
حداکثر	حداقل					
۲/۴۸۶۱	۲/۳۲۶۴	۲/۴۰۶۲۵	۰/۰۰۰	۱۴۹	۵۹/۲۴۳	اقامت
۲/۳۴۴۸	۲/۱۸۱۲	۲/۲۶۳۰۲	۰/۰۰۰	۱۴۹	۵۴/۴۰۸	تفریح و ماجراجویی
۲/۸۹۷۸	۲/۷۴۲۸	۲/۸۲۰۳۱	۰/۰۰۰	۱۴۹	۷۱/۵۳۸	غذا و نوشیدنی‌ها
۳/۰۲۷۱	۲/۸۵۳۲	۲/۹۴۰۱۰	۰/۰۰۰	۱۴۹	۶۶/۴۸۴	خدمات گردشگری
۲/۹۲۷۲	۲/۷۳۴۳	۲/۸۳۰۷۳	۰/۰۰۰	۱۴۹	۵۷/۶۹۸	حمل و نقل

۲/۳۳۱۶	۲/۰۹۵۵	۲/۲۱۳۵۴	۰/۰۰۰	۱۴۹	۳۶/۸۵۷	بهداشتی و سلامت
۲/۹۴۷۱	۲/۷۴۵۶	۲/۸۴۶۳۵	۰/۰۰۰	۱۴۹	۵۵/۵۶۴	ارتباطی و اطلاعاتی
۱/۸۶۱۸	۱/۷۰۵۹	۱/۷۸۳۸۵	۰/۰۰۰	۱۴۹	۴۵/۰۰۵	محیط زیستی
۲/۶۲۲۹	۲/۳۹۲۷	۲/۵۰۷۸۱	۰/۰۰۰	۱۴۹	۴۲/۸۴۱	آموزش

علاوه بر این، تحلیل نتایج جدول (۵) نشان می‌دهد که بر اساس آزمون فریدمن بین میانگین مؤلفه‌های کارآفرینی در مورد بررسی در منطقه مورد مطالعه تفاوت کاملاً معناداری در سطح آلفا ۹۹ درصد وجود دارد. به طوریکه بررسی میانگین رتبه‌های مؤلفه‌های نه‌گانه تحقیق بیانگر این است که مؤلفه غذا و نوشیدنی‌ها در محدوده روستا دارای بالاترین و مؤلفه آموزش، کمترین میزان میانگین رتبه‌ای را از دیدگاه پاسخگویان دارا می‌باشند. بدین معنی که از دیدگاه پاسخگویان بیشترین شغلی که در منطقه مورد مطالعه می‌توان به صورت مستقل ایجاد کرد در درجه اول غذا و نوشیدنی‌ها و بعد خدمات گردشگری (تعمیرات وسایل نقلیه، خرده فروشی و...) می‌باشند. از طرفی دیگر، بالا بودن میزان ضریب کای دو بیانگر وجود تفاوت کاملاً معناداری را در سطح ۰/۰۱ در میانگین رتبه‌ای در بین مؤلفه‌ها را نشان می‌دهد

جدول ۵- معناداری تفاوت میانگین رتبه‌های مؤلفه‌های کارآفرینی از طریق گردشگری

رتبه میانگین	مؤلفه
۵/۲۰	اقامت
۵/۲۱	تفریح و ماجراجویی
۵/۹۲	غذا و نوشیدنی‌ها
۵/۷۴	خدمات گردشگری
۵/۲۴	حمل و نقل
۴/۷۰	بهداشتی و سلامت
۵/۳۰	ارتباطی و اطلاعاتی
۴/۰۸	محیط زیستی
۳/۶۰	آموزش
۳۱۲/۱۷۹	کای دو
۸	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معناداری

نتیجه‌گیری

امروزه برای حل مشکلات اقتصادی و اجتماعی جوامع، رهیافت‌های متعددی که متناسب با شرایط مناطق مختلف هستند، پیشنهاد و اعمال می‌گردد. کارآفرینی و گردشگری با ابعاد متنوع خود، از مهمترین راهبردهای توسعه جوامع مختلف، به ویژه نواحی که به لحاظ پارامترهای توسعه در وضعیت چندان مناسبی قرار ندارند، هستند و از توانایی و پتانسیل قابل توجهی برای تحرک بخشی و فعال‌سازی اقتصادهای محلی و بومی برخوردار هستند؛ لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی اثرگذاری گردشگری بر کارآفرینی در روستای غریب‌محل، که به لحاظ مؤلفه‌های توسعه، از جمله اشتغال در وضعیت نامساعدی قرار دارد، انجام گرفته است؛ چراکه با تبیین هدف مذکور، می‌توان بستر شناختی و مهمی لازم را برای برنامه‌ریزی‌های آتی در ارتباط با محدوده مورد مطالعه و همچنین سایر مناطق مشابه فراهم آورد.

تحلیل نتایج داده‌های پرسشنامه‌ای با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که معناداری تفاوت میانگین عددی از مطلوبیت عددی مورد آزمون (که میانگین طیف لیکرت=۳) در نظر گرفته شده است، در همه مؤلفه‌ها در سطح ۹۹ درصد معنادار بوده و تفاوت همه مؤلفه‌های بررسی شده از حد مطلوب به شکل مثبت می‌باشد که این امر، بیانگر این نکته است که توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، می‌تواند نقش مهمی در بهبود شرایط کارآفرینی در بین ساکنین محلی ایجاد کند. به طوری که، از بین مؤلفه‌های مورد مطالعه، مؤلفه غذا و نوشیدنی‌ها در محدوده روستا دارای بیشترین مقدار میانگین عددی و آموزش نیز دارای کمترین میانگین عددی از دیدگاه پاسخگویان را به خود اختصاص داده است. از طرفی دیگر، نتایج استفاده از آزمون فریدمن نیز با توجه به بالا بودن میزان ضریب کای دو تفاوت کاملاً معناداری را در سطح ۰/۰۱ در میانگین رتبه‌ای در بین مؤلفه‌ها را نشان می‌دهد.

بنابراین، با وجود تشابه میان نتایج حاصل شده با سایر پژوهش‌های صورت گرفته و افزایش اعتبار نتایج حاصل شده از یک سو و با وجود اهمیت روزافزون کارآفرینی در توسعه جوامع محلی، از دیگر سو، تقویت گردشگری در محدوده مطالعاتی می‌تواند در رفع محرومیت‌زدایی در مؤلفه‌های توسعه به ویژه در زمینه کارآفرینی و توسعه اشتغال مؤثر واقع شود.

منابع و مأخذ:

- ۱- احمدپور، فائزه. (۱۳۹۵). تأثیر کارآفرینی، قابلیت بازاریابی، سرمایه رابطه‌ای و توانمندسازی بر نوآوری- های شرکت‌های کوچک و متوسط (مورد مطالعه: شرکت پرتو دانه خزر)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، مؤسسه غیرانتفاعی نیما.
- ۲- امیری، صبا؛ احسانی‌فر، ته‌مین؛ نادری، نادر و رستمی، فرحناز. (۱۳۹۵). ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۳(۱): ۱-۱۶.
- ۳- جمینی، داود؛ سالاری، ممد و شهابی، هیمن. (۱۳۹۶). تبیین اثرات ژئوتوریسم بر توسعه کارآفرینی در روستا-شهر قوری قلعه با رویکرد معادلات ساختاری، (۲۲): ۹۷-۱۱۰.
- ۴- حسنی صدراآبادی، جلال. (۱۳۹۶). کارآفرینی و اثر بخشی مدیریت منابع انسانی، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، ۳(۱): ۹۳-۱۰۰.
- ۵- دادورخانی، فضیله؛ رضوانی، محمدرضا؛ ایمنی قشلاق، سیاوش و بوذرجمهری، خدیجه. (۱۳۹۰). تحلیل نقش گردشگری در توسعه‌ی ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، (۷۸): ۱۶۹-۱۹۵.
- ۶- رنجبری، مریم و استعلاجی، علیرضا. (۱۳۹۳). بررسی نقش گردشگری در توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه موردی: روستای شیب‌دراز و برکه خلف)، فصلنامه گردشگری و چشم‌انداز آینده، ۴(۳): ۸۱-۹۶.
- ۷- سجاسی فیداری، حمداله؛ صادقلو، طاهره و رکن الدین افتخاری، عبدالرضا. (۱۳۹۶). سنجش و اولویت-بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای گردشگری رود درهای استان تهران، مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۵(۱۶): ۷۳-۹۰.
- ۸- سلطانی، زهرا؛ کیانی، صدیقه و تقدیسی، احمد. (۱۳۹۲). نقش اکوتوریسم در فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد (نمونه موردی: شهرستان خوانسار)، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، ۲۸(۴): ۱۵۲-۱۳۷.
- ۹- شفیعی، محسن. (۱۳۹۲). گردشگری و نقش آن در کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.
- ۱۰- صادقلو، طاهره؛ حیدری ساریبان، وکیل و قلی‌زاده، سلیمه. (۱۳۹۶). ارزیابی ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی منطقه مورد مطالعه: روستاهای دهستان بیزکی، جغرافیا و توسعه، (۴۹): ۳۷-۵۸.
- ۱۱- عبدی، کمیل؛ دیوسالار، اسداله و صفایی رینه، مصطفی. (۱۳۹۵). برنامه‌ریزی مقاصد گردشگری با تأکید بر توسعه پایدار اقتصادی (مطالعه موردی: شهر کیاسر، شهرستان ساری)، مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۱۱(۳۵): ۶۷-۸۱.

- ۱۲- فرجی سبکبار، حسنعلی؛ مطیعی لنگرودی، سیدحسن؛ یداللهی فارسی، جهانگیر و کریمزاده، حسین. (۱۳۹۴). شناسایی و تحلیل فضایی بسترهای مناسب فرصت های کارآفرینی در گردشگری نواحی روستایی شهرستان ورزقان، مجله فضای جغرافیایی، ۱۴(۴۵): ۱۹-۴۶.
- ۱۳- فلاح حقیقی، نگین. (۱۳۹۶). هرم توسعه کارآفرینی روستایی بر اساس اصول سیاستهای توسعه روستایی اتحادیه اروپا، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۴(۱): ۱۱۵-۱۳۱.
- ۱۴- فیروزی، محمدعلی؛ گودرزی، مجید و زارعی، رضا. (۱۳۹۲). بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی؛ روستای خارستان شهرستان بهبهان)، نشریه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۳(۱۳): ۶۵-۸۴.
- ۱۵- قاسمی، مسلم؛ شرفی، حجت‌اله؛ جعفری، مرضیه و شیخ‌علی‌پور، بهزاد. (۱۳۹۵). رتبه‌بندی زیرساخت‌های گردشگری شهری با استفاده از تکنیک کوپراس (مطالعه موردی: استان زنجان)، گردشگری شهری، ۳(۱): ۳۱-۴۱.
- ۱۶- قنبری، سیروس؛ ذهقان، محمدحسین و میرکی اناری، حسین. (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰(۳۲): ۲۰-۱.
- ۱۷- کرد، باقر و آبتین، عبدالعزیز. (۱۳۹۲). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان با تمرکز بر توسعه مراکز رشد روستایی، توسعه فناوریهای اطلاعات و ارتباطات و توانمندسازی زنان روستایی، فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۱۱(۳۲): ۱-۱۴.
- ۱۸- کریمزاده، حسین؛ نیکجو، محمدرضا؛ صدرموسوی، میرستار و کوهستانی، حسین. (۱۳۹۳). شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SME)، ۲۵(۲): ۲۶۹-۲۹۰.
- ۱۹- محمدی یگانه، بهروز؛ عینالی، جمشید و بیگدلی، اعظم. (۱۳۹۵). نقش کارآفرینی در توسعه مناطق روستایی با تأکید بر گردشگری (مورد: دهستان حصار ولیعصر شهرستان آوج)، ۶(۲۱): ۱۹۳-۲۰۴.
- ۲۰- محمودزاده، سیدمجتبی و ارجمندیان، ساناز. (۱۳۹۶). شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی،
- ۲۱- (مطالعه‌ی موردی: روستای آب اسک)، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶(۲۰): ۱۳۱-۱۴۹.
- ۲۲- نصراللهی، زهرا؛ جهانبازی، ندا و ناصری، طاهره. (۱۳۹۳). رده‌بندی استانهای کشور بر حسب جاذبه‌های گردشگری، فصلنامه مدیریت گردشگری، ۹(۲۸): ۱۷-۳۷.
- 23-Ahmad, A.R. Yusoff, W.F.W. Noor, H.M & Ramin, A.K. (2012). Preliminary study of rural entrepreneurship development program in Malaysia. Journal of Global Entrepreneurship, 2(1): 1-8.
- 24-Doh, M. (2006). Change through tourism: Resident perceptions of tourism development. PhD Thesis. Texas A & M University.

- 25-Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination—A case study. *Tourism Management*, 40: 361-371.
- 26-Ngamsomsuke, W., Tsorng-Chyi, H & Chi-Jui, H. (2011). Sustainable Cultural Heritage Tourism Indicators, International Conference on Social Science and Humanity, IACSIT Press, 5: 516-519.
- 27-Pamučar, D., G. Ćirović & Sekulović. D. (2015). Development of an integrated transport system in
- 28-distribution centres: A FA'WOT analysis. *Technical Gazette* 22(3): 649-658.
- 29-Peng, K. L. Peng, K.L., Lin, P.M. & Lin, P.M. (2016). Social entrepreneurs: Innovating rural tourism through the activism of service science. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(6): 1225-1244.
- 30-Schumpeter, J.A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- 31-Sima, E. Bordânc, F & Sima, C. (2015). Entrepreneurship Role in Promoting Rural Tourism. *Agricultural Economics and Rural Development*, 12(1): 71-80.
- 32-World Economic Forum, Report (2009) www.weforum.org