

ارزیابی فضای کارآفرینی روستایی در منطقه گردشگری شیوند

زینب نرگسی^۱، سجاد طاهرخانی^۲

^۱ دانش آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان.
^۲ دانش آموخته کارشناسی ارشد توسعه روستایی دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین خوزستان.

نام نویسنده مسئول:

زینب نرگسی

چکیده

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 درواقع چیزی است که امروزه از آن با عنوان فضای کارآفرینی یاد می‌شود. این مطالعه باهدف ارزیابی فضای کارآفرینی درزمینه گردشگری روستایی انجام شد. منطقه مورد مطالعه منطقه شیوند استان خوزستان است. به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز، پرسشنامه‌ای طراحی شد که روایی آن با دیدگاه صاحب‌نظران و پایایی آن نیز با انجام مطالعه پیشاهنگ در استان خوزستان مورد تأیید قرار گرفت؛ که با روش نمونه‌گیری تصادفی با تعداد ۹۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار *SPSS* مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و برای تجزیه تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری توصیفی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و غیره استفاده شده است. نتایج نشان داد که همچنین تفاوت معنی‌داری بین دیدگاه‌های آنان در خصوص عنصر، وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف‌کنندگان و گردشگران به چشم می‌خورد. درعین حال می‌توان دریافت که زنان در مقایسه با مردان روستایی دیدگاه و نظر مثبت‌تری به وجود فضای کارآفرینانه در حوزه گردشگری در سطح منطقه دارند؛ بنابراین رونق گردشگری محیط روستا را از نظر اقتصادی، به محیطی پویا تبدیل می‌کند و درواقع، محیط روستا به محیطی انگیزشی و محرک برای کارآفرینی تبدیل می‌شود. بارونق گردشگری درآمدهای روستاییان نیز افزایش می‌یابد. علاوه بر این، با آمدن گردشگر به روستا، در اثر تعامل فرهنگی با گردشگران، فرهنگ و آگاهی‌های عمومی روستاییان افزایش می‌یابد.

واژگان کلیدی: ارزیابی، گردشگری روستایی، گردشگری کارآفرین، شیوند.

مقدمه

صنعت گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوعترین صنعت در دنیا به حساب می آید. بسیاری از کشورها این صنعت پویا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال، رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می دانند مردم به دلایل متعدد و پیچیده مسافرت می روند فرآیند گردشگری در دوره ای نسبتاً کوتاه باعث شده است و عواملی که در این زمینه نقش اصلی ایفا می کنند بسیار مورد توجه قرار می گیرند [20]. در فرآیند جهانی شدن اقتصاد که با شتاب بسیاری در حال انجام است و اقتصاد تمامی کشورهای جهان را تحت تأثیر خود قرار داده، برای رهایی از اقتصاد تک محصولی و رسیدن به توسعه پایدار و بادوام، گردشگری روستایی، یکی از مهم ترین محورهای رشد و توسعه اقتصادی کشورها است، زیرا افزون بر افزایش درآمدهای ارزی، اشتغال مولد و متنوع در روستاها ایجاد می کند و با فراهم کردن فرصت های شغلی مانع از مهاجرت جمعیت روستایی می شود، همچنین سبب حفظ توان تولیدی روستا و گسترش کشاورزی در تمامی شاخه های آن می شود [8]. امروز گردشگری به پدیده ای تأثیرگذار در اقتصاد جهانی تبدیل شده است به طوری که بر اساس آمار و ارقام منتشره از سوی سازمان جهانی گردشگری در هزاره ی جدید به بزرگترین منبع درآمد جهانی تبدیل گردیده و اقتصاددانان این صنعت را سومین پدیده اقتصادی پویا رو به رشد پس از صنعت نفت و خودروسازی می دانند [26] و به عنوان بستری جهت ایجاد تغییرات اجتماعی و اقتصادی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه به شمار می رود. علاوه بر این، سود صنعت گردشگری صرفاً در بهره اقتصادی خلاصه نمی شود، بلکه این بهره را از زوایای مختلفی همچون شناساندن فرهنگ داخلی به دیگر کشورها نیز می توان ارزیابی کرد. ویژگی های ساختار گردشگری هر مکان به نوبه خود از یک طرف متأثر از اهمیت، اعتبار، ماهیت، تنوع نقش و کارکرد مذهبی، فرهنگی، تفریحی، تجاری و به طور کلی جاذبه های مکانی آن است و از طرف دیگر برگرفته و تأثیر پذیرفته اجتماعی، فرهنگی (باورهای اعتقادی) و اقتصادی ساکنان محلی و گردشگران است [28]. در واقع، طی سال های اخیر، پدیده های چندی، از جمله مرزهای آزاد، سر برآوردن جوامع رفاه، مبادله ای آزاد اطلاعات، مقصدهای پرجاذبه، ظهور فناوری اطلاعات و کاهش هزینه های سفر، همه و همه، زمینه ساز جایگاهی برجسته برای گردشگری و به طور کلی، برای فعالیت های استراحتی-تفریحی در جوامع نوین شده اند تا جایی تحرک گردشگران را به عنوان پدیده ای مثبت از زندگی مدرن به شمار می آورند [19].

در واقع، یکی از جنبه های مثبت ساختار گردشگری این است که این فعالیت یکی از کاربرترین فعالیت ها به شمار می رود، از این رو این قابلیت را دارد که در اشتغال زایی و توسعه اقتصادی در نواحی روستایی نقشی ارزنده بر عهده گیرد [19]. به طوری که در سال ۲۰۰۴ طی سی ۱۰ سال نرخ رشد این صنعت ۲۵ درصد بوده و سازمان جهانی گردشگری (WTO) برآورد کرده که تا سال ۲۰۲۰ تعداد گردشگران بین المللی به ۱,۶ میلیارد نفر خواهد رسید؛ این بدان معناست که متوسط رشد تعداد گردشگران سالانه حدود ۴,۳ درصد خواهد بود. طبق گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری صنعت گردشگری در سال ۲۰۰۶ به طور مستقیم و غیرمستقیم ۱۰,۳ درصد تولید خالص داخلی، ۲۳۴,۳ میلیون شغل و ۸,۷ درصد کل اشتغال را به خود اختصاص داده است [30].

در دهه اخیر، اهمیت گردشگری در سطح بین المللی هم از لحاظ تعداد گردشگران و هم از لحاظ درآمد ارزی همواره و به طور بی سابقه در حال افزایش بوده است. [31]. با توجه به ویژگی بارز گردشگری روستایی به مثابه یکی از مردمی ترین اشکال گردشگری، می توان انتظار داشت که این صنعت، از یک سو، به رشد اقتصادی و تنوع فعالیت های روستایی و از سوی دیگر، با جذب مازاد نیروی انسانی، به ایجاد اشتغال و درآمدزایی برای ساکنان روستاها کمک کند؛ و بدین ترتیب، فرصتی برای توسعه همه جانبه قلمداد شود [23]. از طرفی بیکاری، اشتغال و کار بدین سبب گردشگری به عنوان یکی از منابع مهم اشتغال در مناطق کارآفرین هستند و با توجه به نقش و پتانسیل های صنعت گردشگری در اشتغال زایی و ایجاد و فرصت های کارآفرینی، مطالعه و برنامه ریزی برای توسعه آن به دلایل زیادی حائز اهمیت هست. این امر در مناطقی با جاذبه های گردشگری اهمیت افزون تری می یابد [24]. از جمله مسائل درخور توجه جوامع کنونی و نواحی مختلف دنیا مورد توجه است. گردشگری توانسته است، یک نفر از ۹ نفر کارگر و کارمند که در سراسر دنیا به استخدام سازمان ها درمی آیند را به کار گیرد؛ و با توجه به معضل بیکاری در ایران که بیشتر مناطق را دربر گرفته است، توسعه بخش صنعت گردشگری می تواند گره گشا باشد [29]؛ و می تواند نقش عمده ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع بخشی به رشد اقتصادی و نیز خلق فرصت های شغلی جدید در ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش های اقتصادی ایفاء کند [10].

گردشگری ثبات اقتصادی و جمعیتی برای جوامع روستایی به دنبال دارد پس می توان اذعان کرد که توسعه گردشگری راه حل بسیاری از مشکلاتی است که مناطق روستایی گرفتار آن ها می باشند پس گردشگری به عنوان عنصری لازم برای حرکت به سوی اصلاح مناطق روستایی می باشد [16]. برخی از محققان مدعی اند که همه اقتصادی معاصر می تواند کارآفرین باشند و برخی استدلال می کنند هر کسی باید مورد آموزش کارآفرینی قرار گیرد مشاهده روندهای گردشگری افزایش تقاضا برای گردشگری طبیعت محور، روستایی و

گردشگری در مقیاس مشخص را نشان می‌دهد. گردشگری یکی از بخش‌های اقتصادی که میزان بالایی از همکاری‌های کارآفرینی به علت رشد سریع بازار بین‌المللی مورد نیاز است [27].

بیان مسئله

در شرایطی که قرن بیستم و یکم سپری می‌گردد، اما هنوز توسعه روستایی با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه است. چراکه رهیافت‌های گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته است مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط‌زیست را تأمین کنند. این رهیافت‌ها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز موفق نبوده و سبب مشکلات متعددی برای نواحی روستایی شده‌اند. از این رو، بار دیگر توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته و نظریه‌پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان حقوقی درصدد برآمدند تا با ارائه راهکارها و رهیافت‌های جدید، از معضلات و مسائلی که گریبان گیر روستاها شده، بکاهند [16].

یکی از راهبردهایی که اخیراً در بسیاری از کشورها به اجرا درآمده و نتایج مثبتی نیز همراه داشته است، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی به خصوص نواحی روستایی پیرامون شهرهای بزرگ است که از پتانسیل لازم برای گسترش آن برخوردار هستند [18]. گردشگری روستایی منبع ارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد است و می‌تواند وسیله مهمی برای توسعه اجتماعی - اقتصادی جوامع روستایی بوده و در بسیاری از کشورها که با سیاست‌های کشاورزی در ارتباط است غالباً وسیله‌ای در حمایت از محیط‌زیست و فرهنگ روستایی است؛ بنابراین می‌تواند نقش اساسی در توسعه و حفظ روستا داشته باشد [18]؛ و به ازدیاد سرمایه‌های جغرافیایی کیفیت مناظر طبیعی و حفظ فرهنگ روستایی کمک کند. این نوع گردشگری معنای توسعه اجتماعی اقتصادی و اصلاح در خود را دارد و به طور گسترده به عنوان یک منبع مؤثر درآمد و اشتغال بخصوص در مناطقی که با کاهش صنایع دستی مواجه‌اند در حال رشد است [4].

در حال حاضر گردشگری روستایی نقش بسیار مهم و حیاتی را در جوامع روستایی به عنوان تولیدکننده یا فراهم‌کننده مشاغل و منابع جدید درآمدی ایفا می‌کند [1]. با گردشگری روستایی از رهگذر ارتقا سطح بهره‌برداری در منابع روستایی ایجاد شغل اصلاح توزیع درآمد حفظ محیط‌زیست روستایی و فرهنگ بومی جلب مشارکت محلی و ارائه شیوه‌های مناسب برای منطبق ساختن باورها و ارزش‌های سنتی با شرایط امروزی و غیره منابع روزافزونی نصیب مردم روستایی می‌شود [11].

این نوع از گردشگری باعث رشد اشتغال خانوادگی می‌شود و جز شغل‌های خانوادگی است که تمام اعضای خانواده در آن سهیم هستند و همچنین به عنوان یک سرگرمی به خصوص برای زنان مطرح شده است [1]؛ اما به دلیل تفاوت‌های خدادادی میان زنان و مردان و همچنین شرایط خاص حاکم بر جامعه زنان و مردان دیدگاه متفاوتی نسبت به گردشگری دارند و به نسبت متفاوتی در آن شرکت می‌کنند و از اثرات آن بهره می‌برند [5]؛ بنابراین زنان و مردان به طور مساوی تحت تأثیر گردشگری قرار نمی‌گیرند و شناخت اختلاف آن‌ها در فعالیت‌های مربوط به گردشگری می‌تواند در مراحل برنامه‌ریزی و مدیریت برای گردشگری مفید باشد [2]. به همین دلیل در مطالعات مختلف در ارتباط با گردشگری بر اهمیت تمرکز بر جنسیت در فعالیت‌های گردشگری تأکید شده است و بیان می‌شود؛ که جنسیت باید به عنوان بخش گسترده‌ای در مباحث مربوط به گردشگری مورد بررسی قرار گیرد [3].

نواحی روستایی در کشورهای جهان سوم با اختصاص سهم قابل توجهی از تولید ناخالص ملی، اشتغال، تأمین نیازهای غذایی و تأمین ارز و نیز محل سکونت قابل توجهی از مردم یک بخش مهم و برجسته در توسعه کشور محسوب می‌شود. فعالیت کشاورزی مهم‌ترین فعالیت روستاییان هست؛ اما با توجه به افزایش جمعیت، کاهش درآمد کشاورزان، کاهش سود حاصل از کشاورزی، پایین بودن قیمت محصولات کشاورزی و غیره، کشاورزی با چالش مواجه شده است. در کشور ما به دلیل اجرای الگوهای نامناسب توسعه و تبع آن ایجاد صنایع مونتاژ و در حاشیه قرار دادن کشاورزی مهاجرت‌های روستا - شهری در آن شدت گرفت به طوری که این پدیده به عنوان یک معضل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در کشور مطرح است [9]. در برنامه‌ریزی ناحیه‌ای یکی از اصول مسلم، پیوند ناگسستنی شهر و روستا و ارتباط آن‌ها با یکدیگر است که در کالبد، اقتصاد، اجتماع و فرهنگ نقاط جمعیتی ملموس و مسجل هست. از این رو یکی از عوامل تأثیرگذار در مورفولوژی شهرها، حرکات جمعیت روستایی آن‌ها است. بیکاری و کمبود فرصت‌های شغلی از مشکلات اصلی روستاها، به ویژه در بین جوانان روستایی، 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. در نتیجه تقاضاهای جدید گردشگری، زمینه‌ای را برای توسعه کسب‌وکارها به ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و توسعه کارآفرینی فراهم می‌آورد. امروزه گردشگری روستایی به عنوان یک راهبرد می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی، نقش مؤثری در توسعه و تنوع‌بخشی به اقتصاد منطقه‌ای بر عهده داشته باشد. زنان روستایی وضعیتی اسفبار تر از هم‌نوعان غیر روستایی خود دارند، یکی از زمینه‌های مطلوب برای ارتقاء کارآفرینی زنان روستایی، توجه به گردشگری و صنعت توریسم در مناطق روستایی با صرف کمترین هزینه و کمترین ریسک و با آگاهی کامل از استعدادهای قوی درون خویش می‌توانند به اشتغال در

زمینه‌های محلی و گردشگری دست یابند. در اکثر نواحی روستایی کشور، زنان به کارهای دستی چون: گلیم‌بافی، حصیربافی، سوزن‌دوزی و صنایع دستی بومی هر منطقه می‌پردازند که فروش آن‌ها درآمدی قابل توجه برای جامعه میزبان به ارمغان می‌آورد [12]. گردشگری قادر است به‌عنوان یک گزیدار در توانمندسازی زنان روستایی از طریق کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک نقش مهمی را ایفا کند [7]. اگر توسعه را عامل دوام و تعالی ملت‌ها قلمداد نموده و آن را شرط حضور غرورآفرین در عرصه معادلات جهانی تلقی کنیم و توسعه‌یافتگی کشورها و ملت‌ها را شاخص شکوفایی، پویایی، قابلیت، شایستگی و مدنیت بدانیم، شایسته است تا حرکت در مسیر توسعه و تلاش در راستای دستیابی به آن را یکی از الزامات اساسی حضور در جوامع عصر حاضر و نیز میزان و معیار آگاهی و آرمان‌خواهی و تعالی‌جویی ملت‌ها بیان نماییم [10].

مرور پیشینه

زرافشان و همکاران پژوهشی تحت عنوان بررسی اثرات توسعه گردشگری در ارتقاء شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی نواحی روستایی مورد: منطقه گردشگری ریجاب در استان کرمانشاه انجام دادند؛ و نتایج این تحقیق نشان داد که توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه دارای چهار پیامد عمده می‌باشد. این پیامدها عبارت‌اند از: درآمدزایی، ایجاد مشکلات زیست‌محیطی، توسعه فرهنگی و کاهش سرمایه اجتماعی. نتایج این مطالعه می‌تواند دستاوردهایی برای سازمان جهانگردی و گردشگری به همراه داشته باشد. بدین معنا که با به‌کارگیری نتایج این مطالعه می‌توان اثرات مثبت گردشگری را تقویت و پیامدهای منفی آن را کاهش داد [17].

دادورخانی و همکاران تحقیقی تحت عنوان تحلیل نقش گردشگری در توسعه و ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه‌ی موردی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو) انجام دادند. نتایج حاصل نشان می‌دهد جوانان روستای کندوان نسبت به جوانان روستای اسکندران از ویژگی‌های کارآفرینانه بالاتری برخوردارند و دلیل آن تعاملات فرهنگی در اثر حضور گردشگران و همچنین شکل‌گیری زیر ساخت‌های اولیه و وجود فرصت‌های جدید در اثر گردشگری است [12].

تسنر و هرلاو پژوهشی را با عنوان نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در گردشگری، پتانسیلی مناسب برای توسعه‌ی کسب‌وکارهای محلی انجام داده‌اند. در این پژوهش به پتانسیل‌های موجود برای توسعه‌ی کارآفرینی اجتماعی در زمینه‌ی گردشگری اشاره شده و برای این کار، به بهره‌گیری از سازمان‌های غیردولتی و نیمه‌دولتی تأکید شده است [6].

قیادی و همکاران (۱۳۹۱) در این تحقیق به بررسی واکاوی محدودیت‌ها و مشکلات توریسم روستایی با استفاده از تئوری بنیانی مورد شناسی: روستای چرمه‌لی علیا پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد مشکلات توریسم روستایی عبارت‌اند از: عدم امکانات زیربنایی و رفاهی، عدم درک صحیح روستاییان و مسئولان از گردشگری روستایی، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی روستا، عدم وجود شبکه‌ی اطلاع‌رسانی صحیح و به‌موقع، عدم انگیزه‌ی مسئولان محلی، عدم حمایت و توجه کافی دولت و محدودیت‌ها: شامل محدودیت‌های اقلیمی و عدم وجود اطلاعات دقیق آماری می‌باشند [9].

رضوانی و همکاران (۱۳۹۰) پژوهشی تحت عنوان گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستایی (مطالعه موردی: بخش رودبار قصران، شهرستان شمیرانات) انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که از ۹ قلمرو مورد مطالعه در هفت قلمرو کیفیت محیط، فعالیت و اشتغال، مسکن، سلامت و رفاه، درآمد و ثروت، مشارکت و همبستگی و امنیت و بهزیستی فردی، موجب بهبود کیفیت زندگی ساکنان محلی شده ولی در دو قلمرو آموزش-فرهنگ، تفریح و اوقات فراغت بهبودی حاصل نشده است. همچنین نتایج در خصوص اثرات گردشگری خانه‌های دوم بر قلمروهای کیفیت زندگی نشان‌دهنده آن است که جز در قلمرو مسکن در دیگر قلمروها تفاوت معناداری در بین روستاهای مورد مطالعه وجود دارد [14].

عنابتانی و همکاران (۱۳۹۱) به بررسی آثار اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری در سکونت‌گاه‌های روستایی از دیدگاه گردشگران و روستاییان (مطالعه موردی: دشت ارژن-فارس) پرداختند. یافته‌های مطالعه نشان داد که برخلاف نظرسنجی از روستاییان و گردشگران که بالاترین تأثیر را در رابطه با متغیر وابسته اقتصادی با میانگین رتبه‌ای ۳٫۶۶ ارزیابی می‌کردند، در مطالعه رگرسیون گام‌به‌گام بیشترین تغییرات متوجه متغیر وابسته زیست‌محیطی با ضریب ۰٫۷۸۶ است. درنهایت به‌منظور آزمون فرض این تحقیق از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است که بر اساس آن ضریب همبستگی با احتمال آزمون قابل قبول بین ۰٫۴۱ تا ۰٫۶۳ برآورده شده و می‌توان اظهار نمود که توسعه گردشگری تغییرات مثبتی را در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی وضعیت زیست‌محیطی و کالبدی در سطح روستاهای منطقه فراهم نموده است. با توجه به یافته‌ها، راهکارهایی شامل مهیا نمودن زمینه‌های لازم برای جذب سرمایه‌گذاری خصوصی، جلوگیری از تخریب محیط‌زیست، بهسازی و ارتقای سیمای روستایی و هماهنگی نمای گذرگاه‌های روستایی، تخصیص سرمایه دولتی به توسعه امکانات و تسهیلات گردشگری، برقراری امنیت اجتماعی و غیره پیشنهاد شده است [22].

عزمی و همکاران تحقیقی تحت عنوان اثرات فعالیت های گردشگری بر محیط زیست مطالعه موردی: روستای بیله درق انجام دادند. نتایج این تحقیق حاکی از تأثیر مثبت گردشگری بر محیط زیست روستاها بوده است. هم چنین مردم محلی باور داشتند که گردشگری روستایی موجب توجه بیشتر مسئولان به محیط زیست روستایشان شده است. پاسخ گویان معتقد بودند که اثر تخریبی گردشگران برای محیط زیست روستایشان کمتر از خود مردم محلی بوده است [21].

اکبرپور سراسکانرود و همکاران به بررسی سنجش تأثیرات گسترش گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار مطالعه موردی: شهرستان هشتگرد پرداختند. نتایج نشان داد که بر اساس نظر مردم و مسئولین گردآوری شده حاکی از آن است که علیرغم اثرات عموماً مثبت اقتصادی در برخی جنبه های اجتماعی و اغلب جنبه های زیست محیطی پیامدهای منفی بوده که به اشکال گوناگون به ناپایداری شهری منطقه کمک می کند [7].

پاپ زن و همکاران پژوهشی تحت عنوان مشکلات و محدودیت های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی مطالعه موردی: روستای حریر، استان کرمانشاه انجام دادند. نتایج نشان داد که مشکلات گردشگری روستایی در روستای حریر عبارتند از: فقدان امکانات زیر بنایی و رفاهی، عدم درک صحیح روستاییان و مسئولان از گردشگری روستایی، کم رنگ شدن جاذبه های فرهنگی روستا، فقدان شبکه اطلاع رسانی صحیح و به موقع، عدم حمایت و توجه کافی دولت. محدودیت ها نیز شامل این هاست: فقدان اطلاعات دقیق آماری و تغییرات اقلیمی [25].

رضایی و همکاران تحقیقی تحت عنوان واکاوی پیامدهای منفی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین مطالعه موردی: روستای گازرخان انجام دادند. نتایج آمار توصیفی نشان داد که از نظر پاسخگویان مورد مطالعه سه گویه افزایش تمایل روستاییان به استفاده از کالاهای تجملاتی و تزئینی، تأثیر رفتار و شیوه زندگی گردشگران بر رفتار و شیوه زندگی روستاییان (تغییر در نوع پوشاک، نحوه سخن گفتن و...) و ایجاد شکاف درآمدی بین روستاییان ساکن در منطقه، به ترتیب بیشترین میزان اولویت را کسب نموده اند. همچنین یافته های تحلیل عاملی حاکی از آن بود که پیامدهای منفی توسعه گردشگری در روستای گازرخان در چهار عامل اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، زیست محیطی و فیزیکی- کالبدی قرار می گیرند که این چهار عامل در مجموع در حدود ۶۰،۰۳ درصد واریانس را تبیین می نمایند [13]. هر فعالیتی در روستا مستلزم پاسخگویی روشن و شفاف به این دو مشکل عمده موجود در نواحی روستایی- یعنی فقر و بیکاری- تست. گردشگری با توجه به توانایی های انکارناپذیر در اشتغال زایی و تعریف منابع درآمدی غیر کشاورزی می تواند در این میان راهگشا باشد؛ اما تجربه عمدتاً ناموفق حضور گردشگران در نواحی روستایی کشور به دلیل تحمیل هزینه های 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 سیاست های توسعه گردشگری روستایی و آمیختن آن با کارآفرینی- به عنوان فرآیندی پویا و مؤثر در نیل به توسعه پایدار روستایی- را ضروری می سازد.

اطلاعات منطقه

روستای شیوند تخت با قدمتی ۱۰۰۰ ساله مطابق اسناد موجود، از قدیمی ترین روستاها و مراکز جمعیتی در جنوب کشور محسوب می شود. مجموعه روستای شیوند که از سه روستای بزرگ شیوند، روستای نوشیوند و پشت آسیاب تشکیل شده با پیوند عمیق با طبیعت اطراف و به تبعیت از شرایط فیزیوگرافی بر روی یالی مسطح به وجود آمده و در تقسیمات سیاسی توابع دهستان دنباله رود شمالی، بخش دهدز شهرستان ایذه بوده است. این مجموعه در طول جغرافیایی ۱۲ و ۵۰ و عرض جغرافیایی ۳۷ و ۳۱ و در ارتفاع ۱۰۵۰ متری از سطح آب های آزاد در ۴۳ کیلومتری جنوب غرب ایذه و در دل منطقه حفاظت شده منگشت و شالو واقع شده که رودخانه کارون از شرق آن می گذرد. آبشار بلند و مرتفع روستای شیوند نیز از دل کوه فاصله ای حدود ۴ کیلومتر را طی می کند و به دریاچه می ریزد. این روستا با آب و هوای معتدل، خشک حداقل دمای آن در فواصل سرد و زمستان به ۳۰- درجه و حداکثر دمای آن در فواصل گرم و تابستان به ۳۵ درجه می رسد. از عمده ترین گونه های گیاهی می توان به درختان بلوط با تاج گسترده و گیاهان بن سرخ، پونه، کتیرا که کاربرد صنعتی و دارویی دارند و پوشش بسیار غنی گیاهان مرتعی جهت چرای دام اشاره کرد. کاروانسرای عباسی و امامزاده محمد، سیاه چال قدیمی که زمانی به عنوان زندان از آن استفاده می شده و ۲۵ متر عمق دارد همچنین وجود بردگویی و آثار نقش برجسته در سر طوف از جمله آثار تاریخی این منطقه اند. بر اساس نتایج سرشماری سال ۱۳۷۵، روستای شیوند ۴۱۲ نفر جمعیت داشته است در حال حاضر جمعیت این روستا به ۱۵۳۸ نفر رسیده است. در این مجموعه روستایی ۲۷۷ خانوار ساکن اند که ۲۱۰ نفر در بخش کشاورزی و دامداری مشغول به کارند. اقتصاد روستا بر پایه فعالیت های زراعی، باغداری، دامداری و پرورش زنبور عسل استوار است. تعدادی از مردم نیز در بخش خدمات و صنایع دستی فعالیت دارند. عمده ترین تولیدات روستا شامل انار، گردو، بادام، گیلان، برنج، گندم و فراورده های لبنی می باشد. در مجاورت روستا، دریاچه زیبای سد کارون ۳ که مکانی مناسب جهت ورزش های آبی و ماهیگیری است به دلیل نبود راه زمینی مناسب تنها راه اصلی

دسترسی به روستا محسوب می شود و اهالی و گردشگران به وسیله لنج و کشتی مسافری و یک قایق تندرو به روستا تردد می کنند. اهالی روستای شیوند فرهنگ و تمدن قدیمی دارای زبان فارسی با گویش لری بوده و یک همبستگی قومی و فامیلی بسیار قوی بین مردم آن منطقه وجود دارد. لباس محلی لری بختیاری است. جاجیم، نم، شال گردن، خورجین، گلیم و فرش های دستباف رایج ترین صنایع دستی روستای شیوند هستند. سوغاتی های روستا ترکیبی از صنایع دستی، محصولات باغی و فرآورده های لبنی است.

روش شناسی پژوهش

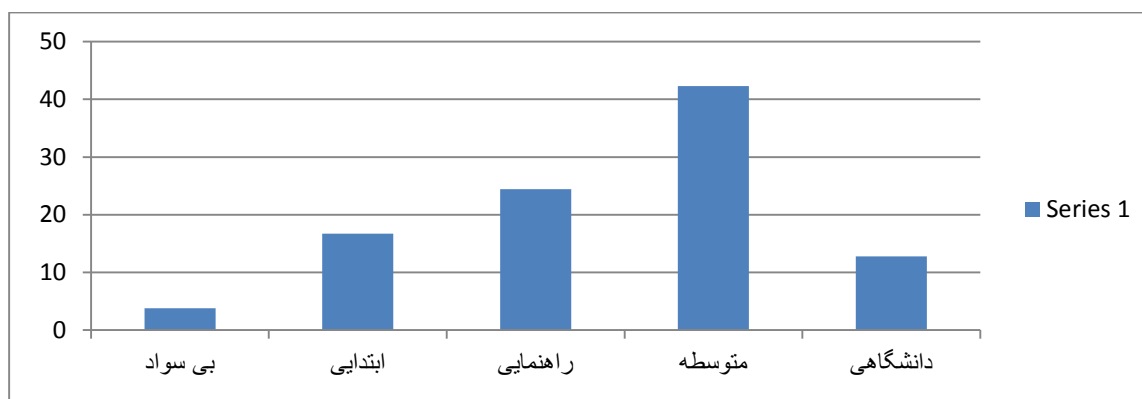
این مطالعه از لحاظ نوع، کاربردی و توسعه ای است؛ از لحاظ نحوه گردآوری داده ها مطالعه ای توصیفی- همبستگی؛ از لحاظ روش تحقیق، پیمایشی است. جامعه آماری تحقیق را روستای شیوند تشکیل می دهند؛ که با روش نمونه گیری تصادفی با تعداد ۹۷ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و برای تجزیه تحلیل داده ها از روش های آماری توصیفی نظیر فراوانی، درصد، میانگین و غیره استفاده شده است.



شکل ۱: نقشه منطقه گردشگری

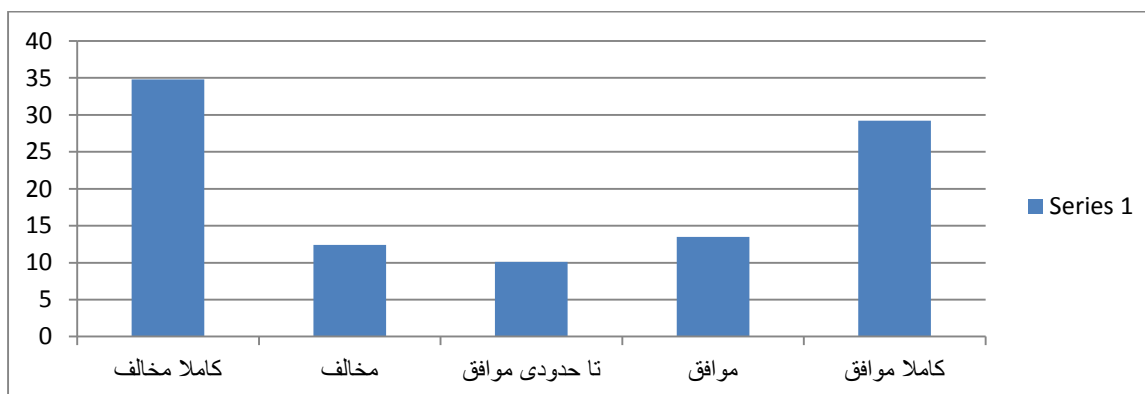
یافته های تحقیق

از میان ۹۷ نفر افراد مورد مطالعه، ۶۵ نفر (۶۷ درصد) را مردان و ۳۲ نفر (۳۳ درصد) را زنان تشکیل می دادند. از این تعداد ۵۵ نفر (۵۶٫۷) درصد جامعه مورد مطالعه متأهل و ۴۲ نفر (۴۳٫۳ درصد) مجرد بودند. شکل ۱ وضعیت سطح سواد را در بین افراد مورد مطالعه نشان می دهد. همان گونه که از شکل پیداست، افراد محلی با سطح تحصیلات متفاوت در برنامه های مرتبط با گردشگری مشارکت داشته اند و البته بیشترین سطح مربوط به افراد دارای تحصیلات متوسطه بوده است که این خود اهمیت فعالیت های گردشگری را نزد افراد تحصیل کرده منطقه نشان می دهد. البته این خود نکته دیگری را نیز مشخص می سازد؛ بدین معنا که سطح تحصیلات مردم محلی مشارکت کننده در فعالیت های گردشگری در این منطقه، بالاست، این موضوع از مهم ترین ویژگی های جوامعی است که استعداد بسط و گسترش فضای کارآفرینی را دارند.



شکل ۲: درصد فراوانی سطح تحصیلات مشارکت کنندگان محلی در برنامه های گردشگری (N=97)

موفقیت در هرگونه فعالیت توسعه و از جمله فعالیت های مرتبط با گردشگری در نواحی روستایی درگرو همراهی و موافقت جامعه میزبان است. به منظور پی بردن به میزان موافقت مردم محلی با فعالیت های گردشگری و توسعه آن، از آنان خواسته شد که نظرشان را در این زمینه بیان کنند. همان گونه که یافته های آورده شده در شکل ۲ نشان می دهد، حدود ۳۰ درصد مردم محلی کاملاً موافق با حضور گردشگران و توسعه فعالیت های مرتبط در سطح منطقه اند.



شکل ۳: درصد فراوانی میزان موافقت مردم محلی با فعالیت های گردشگری (N=97)

سطح و نوع مشارکت مردم محلی در فعالیت های گردشگری

در این بخش از افراد خواسته شد که سطح و نوع مشارکتشان در فعالیت های گردشگری و نیز میزان وابستگی درآمدشان را به فعالیت های گردشگری تعیین کنند. همان گونه که پیش تر اشاره شد، افرادی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند که مستقیم یا غیرمستقیم در فعالیت های جاری مرتبط با گردشگری در سطح منطقه حضور داشته اند. از این رو تمامی افراد به نحوی در یک یا چند فعالیت مرتبط با گردشگری مشارکت فعال دارند. جدول ۱ نشان دهنده نوع فعالیت و میزان مشارکت افراد مورد مطالعه در برنامه هاست.

یافته های درج شده در جدول نشان می دهد که فروش تولیدات زراعی و باغی و راهنمایی گردشگران، بیشترین سهم مشارکت مردم محلی و افراد مورد مطالعه را تشکیل می دهند. به همین ترتیب در اولویت های بعدی تهیه و تولید مواد غذایی و خوراکی های سنتی و محلی به گردشگران و فروش صنایع دستی و تولیدات محلی به گردشگران قرار دارند. در همین زمینه کمترین مشارکت مربوط به حمل و نقل گردشگران است.

جدول ۱. توزیع فراوانی سطح و نوع مشارکت مردم محلی در برنامه های گردشگری (N=97)

نوع فعالیت	کم	متوسط	زیاد
راهنمایی گردشگران	۳۴	۳۷	۲۰
ارائه خدمات اقامتی به گردشگران (اجاره اتاق و مانند آن)	۵۶	۱۰	۹
احداث مغازه و فروشگاه در مجاورت مکان های گردشگری	۵۱	۱۸	۹
تهیه و تولید صنایع دستی محلی	۵۲	۱۴	۹
تهیه و تولید مواد غذایی و خوراکی های سنتی و محلی	۳۴	۲۸	۲۰
فروش تولیدات زراعی و باغی	۳۳	۲۷	۲۷
فروش صنایع دستی و تولیدات محلی به گردشگران	۴۶	۲۳	۱۰

وضعیت فضای کارآفرینی

همان گونه که اشاره شد، راه اندازی کسب و کارهای کوچک و فعالیت های کارآفرینانه در هر منطقه، مستلزم وجود و فراهم ساختن برخی پیش نیازها و مقدماتی است که اصطلاحاً آن را فضای کارآفرینی می نامند. برای پی بردن به میزان وجود چنین فضایی در سطح منطقه مورد مطالعه، از پاسخ گوینان خواسته شد که نظرشان را در خصوص میزان وجود گوی های این مؤلفه از تحقیق در قالب نمره (از صفر تا ده) مشخص سازند، به گونه ای که عدد صفر بیانگر فقدان عامل مورد نظر و عدد ده نشان دهنده وجود تمام و کمال این عامل از دید پاسخ دهندگان بود. نتایج این امر در جدول ۲ درج شده است.

جدول ۲. آمار توصیفی میزان وجود فضای کارآفرینی از دیدگاه مردم محلی

اولویت	انحراف معیار	میانگین (بین ۱۰ تا ۰)	عناصر فضای کارآفرینی
7	۳,۹۴	۳,۸۹	وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان و گردشگران
2	۳,۸۲	۵,۱۲	وجود تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران
4	۳,۷۱	۳,۹۰	وجود تمایل به تأسیس شرکتی مرتبط با فعالیت های گردشگری در روستا
12	۵,۱۴	۴,۰۹	علاقه مندی به تشکیل شبکه تولیدی محلی در روستا
13	۴,۹۵	۳,۸۵	ترجیح افراد به اداره کردن یک شبکه تولید خانگی
3	۲,۷۹	۳,۴۸	وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری نزد مردم
5	۳,۵۳	۳,۷۰	دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
8	۳,۹۸	۳,۹۲	تمایل به استفاده از تسهیلات بانکی برای راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
10	۳,۷۰	۳,۴۷	آشنایی کافی مردم با قوانین و مقررات راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
1	۱,۹۴	۲,۹۷	حمایت ترجمان ها و سازمان های دولتی از توسعه فعالیت های مرتبط با گردشگری
6	۴,۰۶	۴,۰۲	اعتماد مردم به توسعه فعالیت های اقتصادی مرتبط با گردشگری به صورت محلی و خودجوش و بدون دخالت دولت
11	۴,۸۶	۴,۱۱	وجود فرهنگ مناسب در بین مردم برای پذیرش گردشگران
9	۴,۶۱	۴,۳۴	فقدان هرگونه تنش خاص در روستا به هنگام حضور گردشگران

یافته ها حاکی از آن اند که از بین ۱۳ عامل مرتبط با فضای کارآفرینی که از مبانی نظری مطالعه استخراج گردیده و پس از تعدیل و تطابق با وضعیت منطقه در پرسشنامه درج شده بود، میزان وجود عواملی همچون حمایت ارگان ها و سازمان های دولتی از توسعه فعالیت های مرتبط با گردشگری، وجود تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران، وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط

با گردشگری نزد مردم، وجود تمایل به تأسیس شرکتی مرتبط با فعالیت های گردشگری در روستا و دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری از دیدگاه مردم محلی در بالاترین میزان در مقایسه با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی قرار دارند.

در همین زمینه مردم محلی کمترین ویژگی های مرتبط با فضای کارآفرینی در سطح منطقه را به ترتیب چنین برشمرده اند: عدم ترجیح افراد در اداره کردن یک شبکه تولید خانوادگی، عدم علاقه مندی به تشکیل شبکه تولیدی محلی در سطح روستا، عدم وجود فرهنگ مناسب در بین مردم برای پذیرش گردشگران و عدم آشنایی کافی مردم با قوانین و مقررات راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری.

برای پی بردن به وجود تفاوت و تشابه دیدگاه زنان و مردان در منطقه مورد مطالعه در خصوص میزان وجود فضای کارآفرینی و عناصر با این فضا، از آزمون مقایسه میانگین با کمک آماره تی-استیودنت اقدام شد. نتایج این بررسی در جدول ۳ درج شده است. نتایج حاکی از آن است که زنان و مردان مورد مطالعه میزان فضای کارآفرینی در سطح منطقه را در قالب ۱۳ گویه مرتبط با عناصر اصلی این فضا، متوسط به پایین ارزیابی کرده اند، به طوری که میانگین اکثر قریب به اتفاق عناصر در هر دو گروه در دامنه ۲ الی ۵ (از دامنه ۱۰-۰) است. همچنین مقایسه دیدگاه زنان و مردان حکایت از آن دارد که تفاوت معنی داری بین دیدگاه های آنان در خصوص عنصر، وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان و گردشگران به چشم می خورد. در عین حال می توان دریافت که زنان در مقایسه با مردان روستایی دیدگاه و نظر مثبت تری به وجود فضای کارآفرینانه در حوزه گردشگری در سطح منطقه دارند.

جدول ۳. مقایسه دیدگاه زنان و مردان مورد مطالعه در زمینه میزان وجود عناصر فضای کارآفرینی

معنی داری	آماره t	میانگین ۱ (بین ۰ تا ۱۰)		عناصر فضای کارآفرینی
		مردان (۶۵)	زنان (۳۲)	
۰,۰۲	۱,۷۴	۲,۸۶	۴,۴۰	وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان و گردشگران
۰,۴۳	۰,۲۱	۵	۵,۱۸	وجود تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران
۰,۸۹	۰,۷۴	۴,۱۷	۳,۵	وجود تمایل به تأسیس شرکتی مرتبط با فعالیت های گردشگری در روستا
۰,۷۰	۰,۵۷	۴,۷۹	۵,۳۱	علاقه مندی به تشکیل شبکه تولیدی محلی در روستا
۰,۶۵	۱,۱۳	۵,۶۲	۴,۶۲	ترجیح افراد به اداره کردن یک شبکه تولید خانگی
۰,۴۵	۰,۰۷	۲,۷۵	۲,۸۱	وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری نزد مردم
۰,۳۵	۱,۶۴	۴,۴۸	۳,۰۸	دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۷۲	۰,۲۷	۳,۸۲	۴,۰۶	تمایل به استفاده از تسهیلات بانکی برای راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۷۵	۲,۲۹	۴,۵۸	۲,۷۸	آشنایی کافی مردم با قوانین و مقررات راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۵۹	۰,۱۳	۲	۱,۹۱	حمایت ارگان ها و سازمان های دولتی از توسعه فعالیت های مرتبط با گردشگری
۰,۶۱	۰,۰۰۵	۴,۰۷	۴,۰۶	اعتماد مردم به توسعه فعالیت های اقتصادی مرتبط با گردشگری به صورت محلی و خودجوش و بدون دخالت دولت
۰,۷۶	۰,۵۳	۵,۲۰	۴,۷۰	وجود فرهنگ مناسب در بین مردم برای پذیرش گردشگران
۰,۵۴	۰,۳۶	۴,۸۶	۴,۵	فقدان هرگونه تنش خاص در روستا به هنگام حضور گردشگران

۱=عدد صفر نشان دهنده فقدان انگیزه و عدد ۱۰ بیانگر انگیزه بسیار قوی در مورد گویه هاست

جدول ۳ همچنین نشان دهنده فقدان تفاوت معنی دار بین دیدگاه زنان و مردان در خصوص سایر عناصر دیگر کارآفرینی است. مقایسه دیدگاه های دو گروه افرادی که درآمدهای متفاوتی از فعالیت گردشگری کسب می کنند نیز نکاتی را درباره فضای کارآفرینی در سطح منطقه برای فعالان بخش گردشگری روشن می سازد. اطلاعات مندرج در جدول ۴ نشان می دهد که هر دو گروه مورد بررسی، میزان وجود فضای کارآفرینی را در حد متوسط و در دامنه ۲ الی ۶ ارزیابی کرده اند.

جدول ۴. مقایسه میانگین دیدگاه گروه های درآمدی در خصوص عناصر فضای کارآفرینی

معنی داری	آماره t	میانگین ۱ (بین ۰ تا ۱۰)		عناصر فضای کارآفرینی
		کم (۶۱)	زیاد (۳۶)	
۰,۹۱	۰,۱۶	۴,۰۳	۳,۸۹	وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان و گردشگران
۰,۴۱	۰,۶۷	۵,۴۲	۴,۸۵	وجود تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران
۰,۰۳	۲,۱۸	۴,۸۸	۳,۰۵	وجود تمایل به تأسیس شرکتی مرتبط با فعالیت های گردشگری در روستا
۰,۱۵	۰,۱۷	۵,۳۰	۵,۱۴	علاقه مندی به تشکیل شبکه تولیدی محلی در روستا
۰,۱۳	۱,۱۷	۵,۵۱	۴,۵۱	ترجیح افراد به اداره کردن یک شبکه تولید خانگی
۰,۱۴	۰,۷۸	۲,۴۵	۳,۰۵	وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری نزد مردم
۰,۱۱	۰,۶۴	۳,۹۰	۳,۳۸	دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۳۹	۱,۲۴	۴,۵۹	۳,۵۱	تمایل به استفاده از تسهیلات بانکی برای راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۷۶	۰,۵۵	۵	۴,۳۷	آشنایی کافی مردم با قوانین و مقررات راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۱۴	۱,۷۰	۵,۷۵	۴,۳۳	حمایت ارگان ها و سازمان های دولتی از توسعه فعالیت های مرتبط با گردشگری
۰,۸۰	۰,۷۸	۳,۶۲	۴,۳۲	اعتماد مردم به توسعه فعالیت های اقتصادی مرتبط با گردشگری به صورت محلی و خودجوش و بدون دخالت دولت
۰,۲۸	۰,۷۴	۲,۲۷	۱,۷۸	وجود فرهنگ مناسب در بین مردم برای پذیرش گردشگران
۰,۶۷	۰,۴۹	۳,۰۶	۳,۴۳	فقدان هرگونه تنش خاص در روستا به هنگام حضور گردشگران

۱= عدد صفر نشان دهنده فقدان انگیزه، عدد ۱۰ نشان دهنده انگیزه بسیار قوی برای گوی هاست.

با مقایسه دیدگاه دو گروه افراد مجرد و متأهل در خصوص ارزیابی شان از فضای کارآفرینی در سطح منطقه با توجه به فعالیت آن ها در فعالیت های گردشگری، می توان تفاوت های مشخصی را بین دیدگاه دو گروه مذکور شناسایی کرد (جدول ۵). به طور کلی می توان گفت که شرکت کنندگان متأهل در مقایسه با پاسخگویان مجرد، ارزیابی مثبت تری از میزان وجود عناصر مرتبط با فضای کارآفرینی در سطح منطقه دارند. با بررسی دقیق تر یافته های مندرج در جدول، می توان دریافت که تفاوت آماری معنی داری بین دیدگاه پاسخگویان مجرد و متأهل در خصوص عناصری همچون حمایت ارگان ها و سازمان های دولتی از توسعه فعالیت های مرتبط با گردشگری و وجود تمایل به تأسیس شرکتی مرتبط با فعالیت های گردشگری در روستا، دیده می شود.

جدول ۵. مقایسه میانگین دیدگاه پاسخگویان متأهل و مجرد در خصوص عناصر فضای کارآفرینی

معنی داری	آماره t	میانگین ۱ (بین ۰ تا ۱۰)		عناصر فضای کارآفرینی
		متأهل (۵۵)	مجرد (۴۲)	
۰,۷۴	۰,۴۴	۴,۰۵	۳,۶۸	وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان و گردشگران
۰,۵۵	۱,۷۴	۵,۷۱	۴,۳۱	وجود تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران
۰,۰۴	۰,۲۲*	۳,۸۰	۳,۶۱	وجود تمایل به تأسیس شرکتی مرتبط با فعالیت های گردشگری در روستا
۰,۰۸	۰,۷۷	۵,۴۳	۴,۷۶	علاقه مندی به تشکیل شبکه تولیدی محلی در روستا
۰,۷۲	۱,۳۱	۵,۴۲	۴,۳۴	ترجیح افراد به اداره کردن یک شبکه تولید خانگی
۰,۸۲	۰,۴۷	۲,۶۴	۳	وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری نزد مردم
۰,۷۲	۰,۲۶	۳,۴۵	۳,۶۵	دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۳۰	۰,۷۵	۴,۲۶	۳,۶۲	تمایل به استفاده از تسهیلات بانکی برای راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۴۶	۰,۱۹	۳,۴۳	۳,۲۸	آشنایی کافی مردم با قوانین و مقررات راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۰۰	۲,۴۵**	۱,۲۹	۲,۸۱	حمایت ارگان ها و سازمان های دولتی از توسعه فعالیت های مرتبط با گردشگری
۰,۷۰	۲,۰۸	۳,۳۰	۵,۰۷	اعتماد مردم به توسعه فعالیت های اقتصادی مرتبط با گردشگری به صورت محلی و خودجوش و بدون دخالت دولت
۰,۷۰	۱,۳۴	۵,۳۷	۴,۱۸	وجود فرهنگ مناسب در بین مردم برای پذیرش گردشگران
۰,۸۲	۰,۲۲	۴,۷۰	۴,۵۰	فقدان هرگونه تنش خاص در روستا به هنگام حضور گردشگران

۱ = عدد صفر نشان دهنده فقدان انگیزه و عدد ۱۰ بیانگر انگیزه بسیار قوی در زمینه ی گویه هاست.
 *معنی داری در سطح ۵ درصد **معنی داری در سطح ۱ درصد

جدول ۶. مقایسه میانگین دیدگاه پاسخ گویان با تحصیلات متفاوت در خصوص عناصر فضای کارآفرینی

F آماره	میانگین ۱ (بین ۰ تا ۱۰)			عناصر فضای کارآفرینی
	بی سواد (۲۴)	زیر دیپلم (۵۹)	دانشگاهی (۱۴)	
۰,۳۸	۳,۶۹	۴,۱۶	۳,۱۵	وجود بازار مناسب برای عرضه تولیدات محلی و بومی به مصرف کنندگان و گردشگران
۰,۴۲	۴,۶۹	۵,۱۱	۵,۹۲	وجود تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران
۱,۲۵	۳,۷۸	۳,۳۳	۵,۲۳	وجود تمایل به تأسیس شرکتی مرتبط با فعالیت های گردشگری در روستا
۰,۴۶	۵,۴۷	۵,۲۴	۴,۱۵	علاقه مندی به تشکیل شبکه تولیدی محلی در روستا
۱,۲۹	۵,۷۷	۴,۹۴	۳,۶۱	ترجیح افراد به اداره کردن یک شبکه تولید خانگی
۰,۸۰	۳,۵۹	۲,۴۷	۲,۷۶	وجود منابع مالی لازم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری نزد مردم
۰,۳۹	۴,۱۳	۳,۳۳	۳,۳۰	دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری

۰,۴۷	۳,۱۵	۴,۲۸	۳,۷۷	تمایل به استفاده از تسهیلات بانکی برای راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۶۵	۳,۱۵	۳,۱۱	۴,۰۸	آشنایی کافی مردم با قوانین و مقررات راه اندازی فعالیت تولیدی-خدماتی مرتبط با گردشگری
۰,۹۷	۲,۸۴	۱,۶۲	۲,۱۷	حمایت ارگان ها و سازمان های دولتی از توسعه فعالیت های مرتبط با گردشگری
۲,۱۴	۳,۶۹	۴,۷۳	۲,۶۸	اعتماد مردم به توسعه فعالیت های اقتصادی مرتبط با گردشگری به صورت محلی و خودجوش و بدون دخالت دولت
۰,۳۴	۴,۰۷	۴,۸۸	۵,۲۶	وجود فرهنگ مناسب در بین مردم برای پذیرش گردشگران
۰,۴۰	۳,۶۱	۴,۷۹	۴,۷۸	فقدان هرگونه تنش خاص در روستا به هنگام حضور گردشگران

۱= عدد صفر نشان دهنده فقدان انگیزه و عدد ۱۰ بیانگر انگیزه بسیار قوی در زمینه ی گویه هاست.

نتیجه گیری

گردشگری به عنوان یکی از منابع درآمد و ایجاد اشتغال در سطح محلی می تواند رهیافتی برای توسعه ی کارآفرینی باشد. گردشگری روستایی می تواند سهمی در متنوع سازی اقتصادی و توسعه پایدار داشته باشد و با ایجاد اشتغال و درآمد موجب توسعه مناطق توسعه نیافته گردد و اگرچه مشاغل مربوط به این صنعت خیلی تخصصی و پردرآمد نیستند، منافع بسیاری را نصیب روستاییان می کند. توجه به کارآفرینی به ویژه در ارتباط با گردشگری، نیازها و تقاضاهای جدید پیش می آورد و میزان تقاضا نسبت به کالاها، خدمات و امکانات موجود افزایش می یابد. این امر، محیط ایجاد کسب و کارهای جدید را فراهم نموده و موجب افزایش روحیه کارآفرینی در بین روستاییان می شود و همچنین منجر به افزایش سرمایه گذاری و ایجاد بنگاه های جدید اقتصادی در مناطق روستایی می شود.

بنابراین رونق گردشگری محیط روستا را از نظر اقتصادی، به محیطی پویا تبدیل می کند و در واقع، محیط روستا به محیطی انگیزشی و محرک برای کارآفرینی تبدیل می شود. بارونق گردشگری درآمدهای روستاییان نیز افزایش می یابد. علاوه بر این، با آمدن گردشگر به روستا، در اثر تعامل فرهنگی با گردشگران، فرهنگ و آگاه یهای عمومی روستاییان افزایش می یابد.

منابع و مراجع

- [1] Castel, t. Garst, r. and Carpenter, p. 2005. Rural Tourism Business Development, coonrapids Development Group, no 6.
- [2] Petrzella, r. Krannich, R. Brehm, l. and trentelmar, c. 2005. Rural tourism and gendered nuances. Annals of tourism Research 32. pp 1112-1137
- [3] Pratiwi, w. 1994. Development, tourism and gender analysis: pangadaran, west java, Indonesia as the case study. Sumited in partical flufilment of the requimemts for the degree of master in environmental stydies (MES). York university north York, Ontario ,March 1994.
- [4] Sharply, R. 2002. Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of cyorus. Tourism management. pp 233-244.
- [5] Sherpa, y. 2007. Mountain tourism: a boon ora bane? Impact of tourism in Himalaya mountains conference of at Utah, march 2007.
- [6] Tetzschner, H. Herlau, H. 2003, Innovation and Social Entrepreneurship in Tourism, A Potential for Local Business Development, University of Southern Denmark, Department of Enviromental and Business Economics IME WORKING PAPER 49/03.
- [۷] اکبریور سراسکانرود، م. رحیمی، م؛ و محمدی، ف. ۱۳۹۰. سنجش تأثیرات گسترش گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار مطالعه موردی: شهرستان هشترود. فصلنامه برنامه ریزی منطقه‌ای، سال اول، شماره سوم، صص ۹۳-۱۰۴...
- [۸] بورقانی فراهانی، س. فرهنگی، ب. مشهدی، س (۱۳۹۲). تحلیل شاخص‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری روستایی (پیمایشی پیرامون روستای گرمه). مدیریت دولتی، دوره ۵، شماره ۱، صص ۶۴-۴۱
- [۹] پاپ زن، ع. قبادی، پ. زرافشان، ک. وگراوندی، ش. ۱۳۸۹. مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی مورد: روستای حریر، استان کرمانشاه. نشریه پژوهش‌های روستایی، شماره ۳، ۲۵-۵۲.
- [۱۰] خانی، ف. قاسمی وسمه جانی، ا. قنبری نسب، ع. (۱۳۸۸). بررسی اثرات گردشگری ساحلی با تکیه بر نظرسنجی از خانوارهای روستایی (مطالعه موردی: روستای چمخاله، شهرستان لنگرود). فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیای انسانی - سال اول، شماره چهارم
- [۱۱] خیاطی، م. ۱۳۸۲. توریسم روستایی و تأثیر آن بر جوامع روستایی. مجله جهاد ۲۳. صص ۴۲-۳۰.
- [۱۲] دادورخانی، ف. رضوانی، م، قشلاق، س و بوذر جمهری، خ، ۱۳۹۰. تحلیل نقش گردشگری در توسعه ۷-ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی مطالعه موردی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو. پژوهش‌های جغرافیای انسانی، شماره ۷۸، صص ۱۶۹-۱۹۵...
- [۱۳] رضایی، ر. شریفزاده، ا؛ و اسد پاسکی، ا. ۱۳۹۰. واکاوی پیامدهای منفی توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین مطالعه موردی: روستای گازرخان. مسکن و محیط روستا، شماره ۱۳۷...
- [۱۴] رضوانی، م. بدری، ع. سپهوند، ف؛ و اکبریان رونیزی، س. ۱۳۹۰. گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستایی مطالعه موردی: بخش روبر قصران، شهرستان شمیرانات. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای. سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۲۳-۴۰.
- [۱۵] رضوانی، م؛ و صفایی، ج. ۱۳۸۴. گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن در نواحی روستایی شمال تهران، مجله پژوهش‌های جغرافیایی، صص ۱۲۲-۱۰۹.
- [۱۶] رکن‌الدین افتخاری، ع. مهدوی، د. (۱۳۸۵). راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT: دهستان لواسان کوچک. فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۲، صص ۳۰-۱.
- [۱۷] زرافشانی، ک. شرفی، ل. گراوندی، ش؛ و قبادی، پ. ۱۳۹۲. بررسی اثرات توسعه گردشگری در ارتقاء شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی نواحی روستایی مورد: منطقه گردشگری ریجاب در استان کرمانشاه. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دوم، شماره ۳، پیاپی ۵، صفحات ۱۱۹-۱۳۴.
- [۱۸] زینلیان، م. ۱۳۸۶. زمینه‌یابی توسعه گردشگری روستایی در شهرستان پاسارگارد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده کشاورزی تهران. رشته توسعه روستایی.

- [۱۹] سعیدی، ع. سلطانی مقدس، ر. (۱۳۹۲). نقش خانه‌های دوم در گردشگری و جریان سرمایه در نواحی روستایی مورد: ناحیه بینالود (خراسان رضوی). جغرافیا فصلنامه علمی- پژوهشی انجمن جغرافیای ایران، سال یازدهم، شماره ۳۶
- [۲۰] سید علی پور، س. خ. اقبالی، ن. بخشنده نصرت، ع. (۱۳۸۹). صص ۱۸-۱.
- [۲۱] عزمی، آ. ایمانی، ب. و خانی، ف. ۱۳۹۰. اثرات فعالیت‌های گردشگری بر محیط زیست مطالعه موردی: روستای بیله درق. فصلنامه علمی پژوهش نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، سال سوم، شماره سوم...
- [۲۲] عنابستانی، ع. سعیدی، ع؛ و درویشی، ح. ۱۳۹۱. بررسی آثار اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی توسعه گردشگری در سکونت‌گاه‌های روستایی از دیدگاه گردشگران و روستاییان مطالعه موردی: دشت ارژن-فارس. مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، سال دوم، شماره دوم، صص: ۱-۲۰.
- [۲۳] غفاری، ر. ترکی هرچگانی، م. (۱۳۸۸) نقش گردشگری در توسعه اجتماعی- اقتصادی مناطق روستایی استان چهارمحال بختیاری: مطالعه موردی بخش سامان. فصلنامه روستا و توسعه، سال ۱۲، شماره ۲، صص ۱۳۳-۱۲۶
- [۲۴] غلامرضایی، س. زینعلی، م. ناصری، ع. نورایی، س. توریسم عشایری، فرصتی کارآفرینانه در صنعت توریسم کشور
- [۲۵] قبادی، پ. پاپ زن، ع. زرافشانی، ک؛ و گراوندی، ش. ۱۳۹۱. واکاوی محدودیت‌ها و مشکلات توریسم روستایی با استفاده از تئوری بنیادی موردشناسی: روستای چرمه-ی علیا. جغرافیا و آمایش شهری-منطقه‌ای، شماره ۵، صص ۸۹-۱۰۴.
- [۲۶] کاظمی، م. اسماعیلی، م. بیگی فیروزی، ا. (۱۳۹۱). تدوین و انتخاب استراتژی توسعه گردشگری استان لرستان براساس تحلیل SWOT و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی، جغرافیا و توسعه، شماره ۳۲.
- [۲۷] کیا کجوری، د. خرمیان، م. (۱۳۹۱). نقش کارآفرینی در توسعه پایدار گردشگری در مناطق روستایی با تکیه بر کارآفرینی سازمانی. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای دانش بنیان.
- [۲۸] محمدی یگانه، ب. چراغی، م. ولائی، م. (۱۳۹۲). نقش گردشگری مذهبی در توسعه روستایی، با تأکید بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی مطالعه موردی: روستای فیچاق شهرستان میانداوآب. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال سیزدهم، شماره ۳۰.
- [۲۹] میرزایی، ر. سام آرا، ع. خاکساری، ع. (۱۳۸۹). نقش صنعت گردشگری بر اشتغال و مقایسه آن با سایر بخش‌های اقتصادی مطالعه موردی منطقه اورامانات (استان کرمانشاه). فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی شماره ۴.
- [۳۰] نوری، ه. مرادی هوسین، ن. خوش نظر، م. (۱۳۹۲). راهبردهای مناسب برای توسعه ژئوتوریسم غار آبی سهولان. مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای سال پنجم، شماره هفدهم
- [۳۱] وارثی، ح. رضائی، م. (۱۳۹۰). تحلیل فضایی و مکان یابی مراکز اقامت‌گاهی در شهرهای تاریخی مطالعه موردی: هتل‌های شهر شیراز. فصلنامه آمایش محیط، شماره ۱۹.