

بررسی زمینه‌های توسعه کارآفرینانه گردشگری روستایی (نمونه موردی: نقاط روستایی شهرستان کرج)

ابوالفضل پوریان

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه آزاد اسلامی،

واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، تهران، ایران

پروانه زیویار^۱

دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی شهری، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

علیرضا استلاجی

استاد، عضو هیات علمی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

وحید بارانی پسبان

استادیار، عضو هیات علمی دانشگاه نیروی انتظامی امین، تهران، ایران

تاریخ ارسال: ۱۳۹۸/۱۰/۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۲/۱۰

چکیده

تأثیرات گردشگری بر توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع مختلف منجر شده است که امروزه از گردشگری به عنوان یک ابر صنعت یاد کنند. این در حالی است که با توجه به مشکلات و نارسایی‌های ناشی سبک زندگی مدرن، مناطق روستایی از اولویت بالاتری به منظور مقاصد گردشگری در نزد گردشگران برخوردارند که این امر می‌تواند زمینه‌های توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی را محقق سازد. در این پژوهش با نگرش آمایش گردشگری و هدف بررسی زمینه‌های توسعه کارآفرینی در روستاهای شهرستان کرج در راستای جذب گردشگران و رونق کسب و کار در روستاهای هدف با روش‌های علمی با استفاده از ابزار پرسشنامه به بررسی عوامل و زمینه‌های توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی مورد شناسایی قرار گرفته است بر این اساس نتایج به دست آمده از طریق آزمون T در گروه گردشگران حکایت از نامناسب بودن ظرفیتهای موجود در حوزه‌های اجتماعی و فرهنگی، زیست محیطی و کالبدی است در حالی که از نظر کارشناسان این ظرفیت‌ها وجود دارد هم چنین نتیجه آزمون آنووا نیز بیانگر آن است که از نظر گردشگران و مردم محلی (تا حدودی) ظرفیت‌های کارآفرینانه در زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی، زیست محیطی و کالبدی در سطح شهرستان وجود ندارد امری که مورد تایید کارشناسان نیست.

کلمات کلیدی: گردشگری روستایی، کارآفرینی، تحلیل عاملی

مقدمه

امروزه گردشگری روستایی یکی از مردمی‌ترین اشکال گردشگری محسوب می‌شود و عبارت است از فعالیت‌ها و گونه‌های مختلف گردشگری در محیط‌های روستایی و پیرامون آن‌ها که در بردارنده آثاری (مثبت/منفی) برای محیط زیست روستا (انسان/طبیعی) می‌باشد، بدیهی است این چنین برداشتی از گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌های مختلف فعالیت‌های گردشگری چون سکونتگاه‌ها، رویدادها، جشنواره‌ها، ورزش‌ها و تفریحات گوناگون را در برگیرد (Darban astaneh, 1385: 53). گردشگری روستایی می‌تواند به عنوان یک ابزار که در محیط روستا شکل می‌گیرند برای تولید اشتغال و توسعه اقتصادی در سطح منطقه امیدهایی را برای کاهش فقر فراهم آورد (Slee, 1997: 181). امروزه گردشگری به عنوان یکی از پیشروترین فعالیت‌ها در حال رشد دنیا و ابزاری برای افزایش درآمد ملی کشورها محسوب می‌شود (مومنی و صفری پورچانی، ۱۳۹۱: ۱۲۰)، و در حال حاضر یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجارت جهانی است (استعلاجی و الله قلی‌نژاد، ۱۳۹۰: ۱۳۰). صنعت گردشگری فرآیند تلفیق یافته‌ای از فضای فیزیکی و جامعه‌ی انسانی می‌باشد که اشکال جدید آن نتیجه‌ی تغییر در ارزش‌ها و نگرش‌های زندگی انسان، تکنولوژی پیشرفته، رشد انفجار گونه‌ی اطلاعات و نیروهای سیاسی است. صنعت گردشگری با ماهیتی چند بعدی علاوه بر تامین نیاز گردشگران باعث تغییرات عمده‌ای در سیستم جامعه‌ی میزبان می‌گردد (خاتون‌آبادی و راست‌قلم، ۱۳۹۰: ۳۳۰). در میان اشکال مختلف گردشگری یکی از جذاب‌ترین، مردمی‌ترین و با قدمت‌ترین نوع آن، گردشگری روستایی است که به عنوان رکن اساسی در توسعه‌ی پایدار و بازساخت نواحی روستایی محسوب می‌شود. توجه به این مطلب از آن جهت دارای اهمیت است، که بدانیم نواحی روستایی از نظر اقتصادی دارای چالش‌های عمده‌ای است که بخش عظیم آن به مشکلات اقتصاد کشاورزی از مناظر مختلف دشواری کار، سرمایه، نیروی انسانی، موقتی بودن کار و... بر می‌گردد. با این وجود توسعه فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند تا حد بسیاری این خلا را پر کند. به صورتی که گردشگری روستایی از یک طرف می‌تواند در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی در قالب صنعت گردشگری نقشی مهم ایفا کند و از طرف دیگر، می‌تواند وسیله‌ای برای تحریک رشد اقتصادی ملی باشد. همچنین، این صنعت می‌تواند دارای نقش عمده در توانمندسازی مردم محلی، توسعه منابع انسانی، تنوع و رشد اقتصادی و همچنین، خلق فرصت‌های شغلی جدید در ارتباط نزدیک با سایر بخش‌های اقتصادی و اجتماعی باشد از طرف دیگر توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی مستلزم کارآفرینی است. زیرا که تأکید بر توسعه موفقیت‌آمیز اقتصاد روستایی از طریق پرورش روحیه کارآفرینی و حفظ سرمایه‌های فکری و مادی جامعه محلی ضمن تسریع رشد متعادل و توسعه همکاری و هماهنگی در سطح منطقه‌ای در بین سازمان‌های دست‌اندرکار می‌تواند به تسریع روند توسعه روستایی و بهبود فرصت‌های شغلی و به تبع آن درآمد روستائیان منجر شود و به دستیابی به کیفیت زندگی بهتر، محیط زیست و اقتصاد سالم کمک کند (رضوانی، ۱۳۸۷: ۱۶۳). امری که به رغم فرصت‌های متعدد در حوزه گردشگری در مناطق روستایی مورد غفلت قرار گرفته است. شهرستان کرج با قرارگیری در منطقه مناسب جغرافیایی دارای تنوع اقلیمی و آب و هوایی به ویژه

در مناطق روستایی است امری که با وجود ظرفیت های فرهنگی، اجتماعی و ... در مناطق روستایی بر غنای آن افزوده شده است لکن عدم توجه به زمینه های گردشگری روستایی و الزامات کارآفرینی در این مناطق با فقر مفرط مواجه است. در این پژوهش که با روش توصیفی - تحلیلی با تاکید بر منابع کتابخانه ای صورت گرفته سعی شده است زمینه ها و عوامل توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی شهرستان کرج مورد بررسی قرار گیرد. در حوزه گردشگری روستایی تحقیقات و پژوهش های بسیاری صورت گرفته است و در این پژوهش ها ابعاد مختلف گردشگری روستایی و تاثیرات آن بر شرایط اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی مورد بررسی قرار گرفته است. در ادامه برخی از این پژوهش ها در قالب پیشینه آورده شده است.

جدول ۱- پیشینه پژوهش

ردیف	محقق	عنوان	دستاورد
۱	کاویانی و همکاران ۱۳۹۷	ارزیابی نقش و تأثیر توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)	نتایج به دست آمده نشان میدهد که حدود ۵۰ درصد واریانس توسعه پایدار روستایی در محدوده روستاهای دهستان استرآباد جنوبی را توسعه فضای کسب و کار گردشگری تبیین میکند و ۴۰ درصد دیگر مربوط به سایر متغیرهای دیگر است، نتایج حاکی از آن است که متغیر مستقل (توسعه فضای کسب و کار گردشگری) از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و به خوبی قادر است میزان تغییرات و واریانس متغیر وابسته (توسعه پایدار روستایی) را توضیح دهد.
۲	کاظمی و ارحامی ۱۳۹۶	توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی: مطالعه موردی روستاهای مشهد	بر اساس نتایج به دست آمده، زیرمعیارهای وجود امنیت عمومی در منطقه و قابلیت بالای بالقوه و بالفعل گردشگری منطقه از جمله نقاط قوت و هزینه بالای لوازم و تجهیزات و فرهنگ ضعیف کارآفرینی در میان ساکنان منطقه از جمله نقاط ضعف، شناخته شدند همچنین وجود راه های متنوع تر برای کسب درآمد و فراهم سازی زمینه مشارکت از جمله فرصت ها و مهاجرت و کم رنگ شدن فرهنگ بومی روستاها به دلیل ورود کارآفرینان از مهم ترین تهدیدها شناخته شدند.
۳	قنبری و همکاران ۱۳۹۵	عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی	نتایج حاکی از آن است که عوامل مرتبط با نقاط قوت، توسعه کارآفرینی در گردشگری روستاهای مورد مطالعه بالاترین رتبه را داشته اند. همچنین، زیرمعیارهای "قرار گرفتن منطقه بر سر راه مواصلاتی کشور" در میان نقاط قوت، "فرهنگ ضعیف کارآفرینی در میان ساکنین منطقه" و "فصول و کوتاهی مسئولین دستاوردکار" در میان نقاط ضعف، "وجود راه های متنوع تری برای کسب درآمد" در میان فرصتها و "تخریب آثار و ابنیه تاریخی و باستانی" و "تغییر کاربری اراضی و چشم انداز روستا" در میان تهدیدها حائز بیشترین اهمیت شناخته شدند. و با توجه به نمره های حاصل از ماتریس عوامل داخلی و خارجی، راهبرد استخراجی حفظ و نگهداری میباشد.
۴	کیوانی زاده ۱۳۹۲	نقش گردشگری در کارآفرینی روستایی دهستان شیرکوه	بهترین راهبرد پیشنهادی در زمینه کارآفرینی گردشگری، ایجاد کسب و کارهای تولیدی کوچک و محلی در رابطه با فعالیتهای گردشگری است.
۵	دادور خانی و همکاران ۱۳۹۰	تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی (روستای کندوان و اسکندان)	با رونق گردشگری میزان تقاضای جدید و به تبع آن نیاز به کالاها و امکانات جدید افزایش مییابد، که در نهایت منجر به ایجاد کسب و کارهای جدید و موجب گسترش روحیه کارآفرینی در بین روستاییان میشود.
۶	امینی قشلاق ۱۳۸۹	نقش کارآفرینی در توسعه پایدار روستایی	با توجه به کاهش کشاورزی منطقه و مهاجرت مردم و تنوع فعالیت های گردشگری، رشد روزافزون گردشگری پایدار در قالب فعالیتهای کارآفرینانه احساس میشود.
۷	Randi Bredvold 2016	بررسی شیوه زندگی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر شکل گیری هویت آنان در راستای توسعه گردشگری	هویت کارآفرینان، سبک زندگی آنان را شکل میدهد و بر این اساس هویت کارآفرینان به چهار دسته تقسیم میشود: کارآفرین مدرن، وفادار، آزادی طلب و پستمدرن
۸	Borodako 2014	بررسی نگرش های شرکت های خصوصی در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی	نتایج حاکی از آن است که رابطه معناداری میان پیش بینی درست شرکت ها و نگرش آنها وجود دارد.
۹	Dohar Bob (2012)	کارآفرینی اجتماعی برای توسعه اکوتوریسم	بررسی روشهای مناسب برای توسعه اکوتوریسم در منطقه زیبا و دستنخورده پانوراما، اندونزی
۱۰	Weibing Zhao (2011)	سرمایه اجتماعی و کارآفرینی گردشگری	سرمایه اجتماعی عامل و محرکی است که منجر به ایجاد کسبوکار گردشگری میشود.

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۸

پژوهش به منظور بررسی عوامل و مولفه‌های اثر گزار بر توسعه گردشگری روستایی در شهرستان کرج صورت گرفته است برای این منظور با روش‌های علمی و بررسی توصیفی - تحلیلی و با تاکید بر روش کتابخانه‌ای و با استفاده از ابزار پرسشنامه مولفه‌های اثر گزار پس از مشاوره با کارشناسان و اساتید دانشگاهی تعیین و در اختیار پرسش‌شوندگان قرار گرفته است. حجم نمونه با توجه جامعه آماری (جمعیت ساکن در نقاط روستایی هدف گردشگری شهرستان البرز، کارشناسان و نیز گردشگران) به تناوب ۳۸۴ نفر برای گردشگران، ۳۶۶ نفر برای مردم محلی و ۸۰ نفر برای کارشناسان از طریق آزمون کوکران محاسبه شده است. نمونه انتخابی با روش تصادفی ساده در میان هر سه نوع نمونه انتخاب شده و داده‌های جمع‌آوری شده از طریق آزمون t تک نمونه‌ای به منظور بررسی زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی کارآفرینی در سطح شهرستان کرج تحلیل عاملی اکتشافی به منظور شناسایی عامل‌ها در نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

مبانی نظری

از نظر اسنیسکا گردشگری روستایی از دو جنبه اهمیت دارد: ۱- گردشگری روستایی مزایای اقتصادی و اجتماعی برای نواحی بیرون از شهر ایجاد می‌کند. این نوع گردشگری فعالیتی جذاب برای جوانان می‌باشد و همچنین منبعی برای سودآوری مردم کشور به شمار می‌رود. ۲- گردشگری روستایی عاملی مهم در حفظ و نگهداری طبیعت، فرهنگ و ارزش‌های سنتی است. گردشگری اهمیت ویژه‌ای به حفاظت، بازسازی کاخ‌های قدیمی و پژوهش‌های اجتماعی و تاریخی می‌دهد و همچنین اعضای جامعه را به طبیعت و تاریخ سرزمین‌های دیگر علاقه‌مند می‌سازد. راداک معتقد است که مزایای اقتصادی گردشگری روستایی می‌تواند به شکل ایجاد اشتغال، افزایش مخارج زندگی، تنوع اقتصادی، بازارهای کشاورزان و زیرساخت‌ها نمود پیدا کند. از سوی دیگر سوتاوا عقیده دارد که فعالیت‌هایی که در روستا انجام می‌گیرد احتیاج به مشارکت جامعه محلی دارد. با این وجود، مشارکت جامعه نیاز به توانمندسازی جامعه محلی دارد و این توانمندسازی جامعه کلید اصلی رفاه جامعه و پایداری گردشگری محسوب می‌شود. با توجه به مطالب فوق گردشگری روستایی در یک تعریف عبارت است از:

گردشگری روستایی

گردشگری روستایی عبارت است از گونه‌ای از گردشگری در محیط‌های مختلف روستایی که در بر دارنده‌ی آثاری مثبت یا منفی برای محیط زیست روستا می‌باشد (قهرمانی، ۱۳۹۱: ۶۷). مهمترین و اصلی‌ترین جاذبه‌ی گردشگری روستایی، به طور سنتی خود روستا می‌باشد (رحمانی و دیگران، ۱۳۹۱: ۳). در زمان گسترش اولیه گردشگری روستایی، بسیاری از گردشگران، با لذت بردن از ویژگی‌های طبیعی و فرهنگی اقناع می‌شوند؛ در حالیکه در سال‌های بعد، کیفیت بهتر و استانداردهای بالاتر خدمات و راحتی طلبی جایگزین عقاید و انتظارات اولیه درباره‌ی گردشگری روستایی شده است. گردشگری روستایی بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال و

درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی - اجتماعی و اکولوژیکی (بوم‌شناختی) جوامع روستایی قلمداد کرد (قادری و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۸).

کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای متعهد شدن نشات گرفته و عبارت از فرایند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فرد از منابع، به منظور بهره‌گیری از فرصتها است (احمد پورداریانی، ۱۳۸۳: ۱). کارآفرینی مفهومی است که تا کنون از دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است و همه بر این باورند که کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه است. کارآفرینی فرایندی است که فرد کارآفرین با ایده‌های نو و خلاق و شناسایی فرصتهای جدیدی و با بسیج منابع، به ایجاد کسب و کار و شرکت‌های نو، سازمان‌های جدید و نو رشد‌یابنده مبادرات نموده و توأم با پذیرش مخاطره و خطر پذیری است و منجر به معرفی محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه میگردد (احمدپورداریانی، ۱۳۸۳: ۹۲). کارآفرینی در تعریف ساده خود به عنوان تعداد مشاغل جدیدی که در یک دوره زمانی معین شکل می‌گیرد، بیان می‌شود (۱: ۲۰۱۰، Smith). شومپتر در مقاله «تئوری رشد اقتصادی» کارآفرینی را به عنوان محرک رشد اقتصادی می‌داند. زیرا وی معتقد است که این فرآیند از طریق تسهیل استفاده از ابزارهای تولید در یک جامعه به طوری که در ترکیبات جدیدتر و کارآمدتر استفاده شود، مؤثر می‌باشد (Schumpeter, ۱۹۳۴: ۷۴). بنابراین وی معتقد است که کارآفرینی، عمدتاً دانش محور نبوده و به طور کامل از رفتار اقتصادی منطقی مردم جدا است (Schupeter, ۱۹۳۴: ۷۹-۸۱) به نقل از (Smith, 2010: 1).

ارتباط بین کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی با در نظر گرفتن کارآفرینی به عنوان قابلیت با اثر مثبت بر روی جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، و محیطی آن است. به طوریکه، رابطه بین کارآفرینی و توسعه پایدار روستایی به ارتباط بین کسب و کار و محیط آن بستگی دارد، که خود می‌تواند به عنوان یک رابطه دوسویه عمل کند (Hertin, 2001: 16). در این فرآیند، از یک سو فرصت‌های بازار و سیاست‌های پشتیبان توسعه پایدار از طریق شکل‌دهی و توسعه کسب و کارهای جدید می‌توانند راه‌های جدیدی برای تأمین محصولات و خدماتی به استفاده بهینه منابع توجه دارند، را معرفی کنند که خود زمینه را برای ایجاد مؤسسات و فعالیت‌های اقتصادی دوستدار محیط فراهم می‌کند؛ و از سوی دیگر، کسب و کارهای جدید ممکن است به افزایش ریسک‌های زیست‌محیطی بیانجامد که این مسئله را می‌توان در قالب فشارهای محیطی مانند مقررات ایمنی، اخلاقی، اجتماعی و ... بررسی نمود که می‌تواند روند ایجاد کسب و کارهای جدید را تحت تأثیر قرار دهد.

محدوده مورد مطالعه

استان البرز با مرکزیت شهر کرج، در محدوده ۵- درجه و ۱۵ دقیقه و ۵۱ درجه و ۳۰ دقیقه و ۴۰ ثانیه طول شرقی و ۳۵ درجه و ۴۰ دقیقه تا ۳۶ درجه و ۲۰ دقیقه عرض شمالی واقع شده است در شکل شماره ۱، موقعیت جغرافیایی

استان البرز و شهرستان کرج در کشور ترسیم شده است این استان حدود ۵۱۲۵ کیلومتر مربع وسعت دارد و جمعیت آن ۲,۴۱۳,۰۴۱ نفر گزارش گردیده است (مرکز آمار ایران، نتایج سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵) شهرستان کرج (به مرکزیت شهر کرج) قدیمی‌ترین شهرستان این استان است که در سال ۱۳۳۳ تشکیل شد و از ۱۳۳۳ تا ۱۳۶۸ شامل کل استان کنونی و از ۱۳۶۸ تا ۱۳۹۱ شامل کل حوزه انتخابیه کرج می‌شد، این شهرستان هم اکنون شامل دو بخش به نام‌های مرکزی و آسارا است.

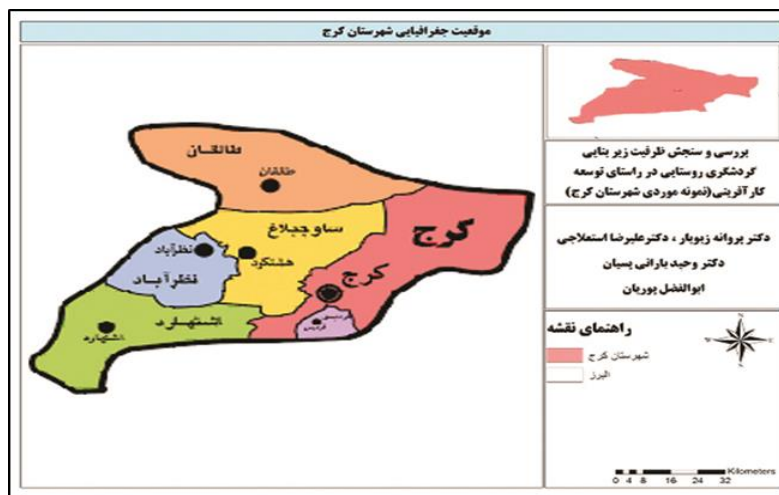
شهرستان ساوجبلاغ (به مرکزیت هشتگرد) در سال ۱۳۶۸ از شهرستان کرج منفک شد و دو شهرستان نظرآباد (تا سال ۱۳۸۱) و طالقان (تا ۱۳۸۹) سابقاً جزء این شهرستان بوده‌اند، سه بخش مرکزی، چهارباغ و چنار این شهرستان را شامل می‌شوند.

شهرستان نظرآباد (به مرکزیت شهر نظرآباد) در سال ۱۳۸۱ از شهرستان ساوجبلاغ جدا شد و شامل بخش‌های مرکزی و تنکمان می‌شود.

شهرستان طالقان (به مرکزیت شهر طالقان) در سال ۱۳۸۹ از ساوجبلاغ منتزع شد و شامل بخش‌های مرکزی و بالا طالقان می‌شود.

شهرستان اشتهارد (به مرکزیت شهر اشتهارد) در سال ۱۳۹۱ از کرج مستقل شد و شامل بخش‌های مرکزی و پلنگ‌آباد می‌گردد.

شهرستان فردیس (به مرکزیت فردیس کرج) (منطقه ۳ شهرداری کرج) در سال ۱۳۹۲ از فرمانداری کرج استقلال یافت و شامل بخش‌های مرکزی و مشکین دشت می‌گردد.



شکل ۱- محدوده مورد مطالعه منبع، نگارندگان، ۱۳۹۸

یافته های پژوهش

آزمون T-test:

این آزمون برای ارزیابی میزان همقواری یا یکسان بودن و نبودن میانگین نمونه ای با میانگین جامعه در حالتی به کار می رود که انحراف معیار جامعه مجهول باشد. چون توزیع t در مورد نمونه های کوچک (کمتر از ۳۰) با استفاده

از درجات آزادی تعدیل می‌شود، می‌توان از این آزمون برای نمونه‌های بسیار کوچک استفاده نمود. همچنین این آزمون مواقعی که خطای استاندارد جامعه نامعلوم و خطای استاندارد نمونه معلوم باشد، کاربرد دارد. برای به کار بردن این آزمون، متغیر مورد مطالعه باید در مقیاس فاصله‌ای باشد، شکل توزیع آن نرمال و تعداد نمونه کمتر از ۳۰ باشد. آزمون t در حالت‌های زیر کاربرد دارد:

✓ مقایسه یک عدد فرضی با میانگین جامعه نمونه

✓ مقایسه میانگین دو جامعه

✓ مقایسه یک نسبت فرضی با یک نسبتی که از نمونه بدست آمده

✓ مقایسه دو نسبت از دو جامعه

شاخص اجتماعی

در شاخص اجتماعی و فرهنگی که بخش اول مربوط به پرسشنامه هر سه گروه کارشناسان، مردم محلی و نیز گردشگران را شامل می‌شد حدود ۹ گویه مطرح بوده است که به منظور مقایسه میانگین پاسخ‌های دریافت شده با مقدار میانگین پیش فرض که همانا کمیت ۳ می‌باشد از این آزمون استفاده است به بیان دقیق‌تر هدف از اعمال این آزمون ارزیابی این فرض است که آیا در شاخص اجتماعی و فرهنگی وضعیت موجود منطقه مورد مطالعه از مقدار میانگین مفروض بهتر است یا بدتر. نتایج این آزمون در جدول ۲ آمده است:

جدول ۲: نتایج آزمون تی تست برای شاخص اجتماعی و فرهنگی

One-Sample Statistics						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
اجتماعی کارشناسان	80	18.7569	2.99054	.33435		
اجتماعی گردشگران	384	-20.7795	-3.49961	-.17859		
اجتماعی مردم محلی	366	18.5674	3.16747	.16557		
Test Value = 3						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
اجتماعی کارشناسان	47.127	79	.000	15.75694	15.0914	16.4225
اجتماعی گردشگران	-99.556	383	.000	-17.77951	-17.4284	-18.1307
اجتماعی مردم محلی	94.025	365	.000	15.56740	15.2418	15.8930

منبع: یافته‌های پژوهش: ۱۳۹۸

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۲ در زمینه شاخص اجتماعی و فرهنگی در میان گروه کارشناسان از میان ۸۰ نمونه منتخب مقدار میانگین ۱۸/۷ بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۱۵/۷ واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۲/۹ و خطای انحراف از میانگین ۰,۳۳ است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۴۷/۱۲ در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می‌باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص اجتماعی و فرهنگی در محدوده مورد مطالعه از نظر کارشناسان مطلوب است. اما در میان گروه گردشگران از میان ۳۸۴ نمونه منتخب مقدار میانگین ۲۰/۷۷ - بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۱۷/۷۷ - واحد اختلاف منفی دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۳/۴ - و خطای انحراف از میانگین ۰,۱۷ - است بر این

اساس مقدار تی برآورد شده ۹۹/۵۵ - در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص اجتماعی و فرهنگی در محدوده مورد مطالعه از نظر گردشگران نیز مطلوب نیست و در نهایت در میان گروه مردم محلی از میان ۳۶۶ نمونه منتخب مقدار میانگین ۱۸/۵۶ بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۱۵/۵۶ واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۳/۱ و خطای انحراف از میانگین ۰,۱۶ است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۹۴/۰۲ در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص اجتماعی و فرهنگی در محدوده مورد مطالعه از نظر مردم محلی مطلوب است.

شاخص زیرساخت و کالبدی:

در شاخص زیر ساخت و کالبدی که بخش اول مربوط به پرسشنامه هر سه گروه کارشناسان، مردم محلی و نیز گردشگران را شامل می شد حدود ۶ گویه مطرح بوده است که به منظور مقایسه میانگین پاسخ های دریافت شده با مقدار میانگین پیش فرض که همانا کمیت ۳ می باشد از این آزمون استفاده است به بیان دقیق تر هدف از اعمال این آزمون ارزیابی این فرض است که آیا در شاخص زیر ساخت و کالبدی وضعیت موجود منطقه مورد مطالعه از مقدار میانگین مفروض بهتر است یا بدتر. نتایج این آزمون در جدول ۳ آمده است:

جدول ۳: نتایج آزمون تی تست برای شاخص زیرساخت و کالبدی

One-Sample Statistics						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
کاربری کارشناسان	80	11.4375	2.59494	.29012		
کاربری گردشگران	384	-13.8016	-3.18542	-.16256		
کاربری مردم محلی	366	11.7327	2.62814	.13738		
Test Value = 3						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
کاربری کارشناسان	29.082	79	.000	8.43750	7.8600	9.0150
کاربری گردشگران	-66.449	383	.000	-10.80165	-10.4820	-11.1213
کاربری مردم محلی	63.568	365	.000	8.73270	8.4625	9.0028

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۳ در زمینه شاخص زیر ساخت و کالبدی در میان گروه کارشناسان از میان ۸۰ نمونه منتخب مقدار میانگین ۱۱/۴۳ بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۸/۴۳ واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۲/۵ و خطای انحراف از میانگین ۰,۲۹ است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۲۹/۰۸ در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص زیر ساخت و کالبدی در محدوده مورد مطالعه از نظر کارشناسان مطلوب است. اما در میان گروه گردشگران از میان ۳۸۴ نمونه منتخب مقدار میانگین ۱۳/۸۰ - بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۱۰/۸۰ - واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۳/۱ - و خطای انحراف از میانگین ۰,۱۶ - است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۶۶/۴۴ - در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج

این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص زیر ساخت و کالبدی در محدوده مورد مطالعه از نظر گردشگران نیز مطلوب نیست و در نهایت در میان گروه مردم محلی از میان ۳۶۶ نمونه منتخب مقدار میانگین ۱۱/۷۳ بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۸/۷۳ واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۲/۶ و خطای انحراف از میانگین ۰,۱۳ است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۶۳/۵۶ در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص زیر ساخت و کالبدی در محدوده مورد مطالعه از نظر مردم محلی مطلوب است.

شاخص مدیریت زیست محیطی

در شاخص مدیریت زیست محیطی که بخش اول مربوط به پرسشنامه هر سه گروه کارشناسان، مردم محلی و نیز گردشگران را شامل می شد حدود ۵ گویه مطرح بوده است که به منظور مقایسه میانگین پاسخ های دریافت شده با مقدار میانگین پیش فرض که همانا کمیت ۳ می باشد از این آزمون استفاده است به بیان دقیق تر هدف از اعمال این آزمون ارزیابی این فرض است که آیا در شاخص مدیریت زیست محیطی وضعیت موجود منطقه مورد مطالعه از مقدار میانگین مفروض بهتر است یا بدتر. نتایج این آزمون در جدول ۴ آمده است:

جدول ۴: نتایج آزمون تی تست برای شاخص مدیریت زیست محیطی

One-Sample Statistics						
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean		
زیست محیطی کارشناسان	80	5.1375	.88223	.09864		
زیست محیطی گردشگران	384	-10.0536	-1.71272	-.08740		
زیست محیطی مردم محلی	366	5.2332	.84776	.04431		
Test Value = 3						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
زیست محیطی کارشناسان	21.671	79	.000	2.13750	1.9412	2.3338
زیست محیطی گردشگران	-80.704	383	.000	-7.05365	-6.8818	-7.2255
زیست محیطی مردم محلی	50.395	365	.000	2.23315	2.1460	2.3203

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

بر اساس نتایج مندرج در جدول ۴ در زمینه شاخص مدیریت زیست محیطی در میان گروه کارشناسان از میان ۸۰ نمونه منتخب مقدار میانگین ۵/۱۳ بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۲/۱۳ واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۰,۸۸ و خطای انحراف از میانگین ۰,۰۹ است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۲۱/۶۷ در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص مدیریت زیست محیطی در محدوده مورد مطالعه از نظر کارشناسان مطلوب است. اما در میان گروه گردشگران از میان ۳۸۴ نمونه منتخب مقدار میانگین ۱۰/۰۵ - بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۷/۰۵ - واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۱/۷۱ - و خطای انحراف از میانگین ۰,۰۸۷ - است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۸۰/۷۰ - در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص مدیریت زیست محیطی در محدوده مورد مطالعه از نظر

گردشگران نیز مطلوب نیست و در نهایت در میان گروه مردم محلی از میان ۳۶۶ نمونه منتخب مقدار میانگین ۵/۲۳ بوده است که با مقدار میانگین مفروض در این آزمون (Test Value = 3) مقدار ۲/۲۳ واحد اختلاف مثبت دارد. این در حالی است که میزان انحراف استاندارد مقدار ۰,۸۴ و خطای انحراف از میانگین ۰,۰۴ است بر این اساس مقدار تی برآورد شده ۵۰/۳۹ در مقیاس SIG ۰,۰۰۰ می باشد که حاکی از معنی داری آزمون است. نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص مدیریت زیست محیطی در محدوده مورد مطالعه از نظر مردم محلی مطلوب است.

آزمون ANOVA (F)

این آزمون تعمیم یافته آزمون t است و برای ارزیابی یکسان بودن یا یکسان نبودن دو جامعه و یا چند جامعه به کار برده می‌شود. در این آزمون واریانس کل جامعه به عوامل اولیه آن تجزیه می‌شود. به همین دلیل به آن آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) نیز می‌گویند.

وقتی بخواهیم بجای دو جامعه، همقوارگی چند جامعه را تواما با هم مقایسه نماییم از این آزمون استفاده می‌شود، چون مقایسه میانگین های چند جامعه با آزمون t بسیار مشکل است. مقایسه میانگین ها و همقوارگی چند جامعه بوسیله این آزمون (F یا ANOVA) راحت تر از آزمون t امکان پذیر است.

بر این اساس برای هر سه متغیر اجتماعی و فرهنگی، زیرساخت و کالبدی و نیز مدیریت زیست محیطی به منظور مقایسه سه گروه کارشناسان، گردشگران و نیز مردم محلی اقدام به این آزمون شده است که نتایج این آزمون ها در جداول ۲۴ تا ۳۲ آمده است:

شاخص اجتماعی و فرهنگی :

جدول ۵: نتایج آزمون لوین برای شاخص اجتماعی و فرهنگی

Test of Homogeneity of Variances			
شاخص اجتماعی			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.935	2	827	.020

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به نتایج آزمون لوین مشخص است که سطح معناداری (sig) کمتر از مقدار ۰,۰۵ است یعنی فرض H1 تایید و فرض H0 رد می شود. بنابراین واریانس گروه های مستقل گردشگران، مردم محلی و کارشناسان مختلف در سازه متغیر اجتماعی و فرهنگی با هم برابر نیست.

جدول ۶: نتایج آزمون آنووا برای شاخص اجتماعی و فرهنگی

ANOVA					
شاخص اجتماعی					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	981.288	2	490.644	44.790	.000
Within Groups	9,059.221	827	10.954		
Total	10,040.509	829			

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به جدول فوق و میزان sig که کمتر از میزان ۰,۰۵ است در خصوص زمینه های توسعه کارآفرینی در بعد اجتماعی بر اساس نظرات گردشگران، مردم محلی و نیز کارشناسان تفاوت وجود دارد اما میزان این تفاوت مشخص نیست.

جدول ۷: نتایج تفصیلی آزمون آنووا برای شاخص اجتماعی و فرهنگی

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: شاخص اجتماعی						
LSD						
(I) group	(J) group	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
کارشناسان	محلّی مردم	.18955	.40848	.643	-.6122	.9913
	گردشگران	-2.02257*	.40676	.000	-2.8210	-1.2242
محلّی مردم	کارشناسان	-.18955	.40848	.643	-.9913	.6122
	گردشگران	-2.21212*	.24178	.000	-2.6867	-1.7375
گردشگران	کارشناسان	2.02257*	.40676	.000	1.2242	2.8210
	محلّی مردم	2.21212*	.24178	.000	1.7375	2.6867

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

در ارتباط با جدول فوق در خصوص زمینه های اجتماعی توسعه کارآفرینی در بعد اجتماعی در روستا های هدف گردشگری، از نظر گردشگران با عنایت به مقدار sig و نیز میزان اختلاف میانگین ۲,۰۲۲۵۷- می باشد که حاکی از عدم وجود زمینه های اجتماعی یا ضعف زمینه های اجتماعی توسعه کارآفرینی در گردشگری و در منطقه مورد مطالعه است. امری که از نظر مردم محلی این موضوع با توجه به مقدار sig (۰,۰۰۰) و میان اختلاف ۲,۲۱۲۱۲ منطقه مورد مطالعه دارای زمینه های اجتماعی یاد شده می باشد همچنین از نظر کارشناسان نیز این امر با عنایت به مقدار (sig=0.000) و میزان اختلاف میانگین ۲,۰۲۲۵۷ منطقه مورد نظر دارای این ظرفیت می باشد.

شاخص زیرساخت و کالبدی

جدول ۸: نتایج آزمون لوین برای شاخص زیرساخت و کالبدی

Test of Homogeneity of Variances			
کالبدی			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
13.465	2	827	.000

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به نتایج آزمون لوین مشخص است که سطح معناداری (sig) کمتر از مقدار ۰,۰۵ است یعنی فرض H1 تایید و فرض H0 رد می شود. بنابراین واریانس گروه های مستقل گردشگران، مردم محلی و کارشناسان مختلف در سازه متغیر اجتماعی و فرهنگی با هم برابر نیست.

جدول ۹: نتایج آزمون آنووا برای شاخص زیرساخت و کالبدی

ANOVA					
کالبدی					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	934.771	2	467.386	55.701	.000
Within Groups	6,939.317	827	8.391		
Total	7,874.088	829			

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به جدول فوق و میزان Sig که کمتر از میزان ۰,۰۵ است در خصوص زمینه های توسعه کارآفرینی در بعد اجتماعی بر اساس نظرات گردشگران، مردم محلی و نیز کارشناسان تفاوت وجود دارد اما میزان این تفاوت مشخص نیست

جدول ۱۰: نتایج تفصیلی آزمون آنووا برای شاخص زیرساخت و کالبدی

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: کالبدی						
LSD						
(I) group	(J) group	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
کارشناسان	محلّی مردم	-.29520	.35751	.409	-.9969	.4065
	گردشگران	-2.36415*	.35600	.000	-3.0629	-1.6654
محلّی مردم	کارشناسان	.29520	.35751	.409	-.4065	.9969
	گردشگران	-2.06895*	.21161	.000	-2.4843	-1.6536
گردشگران	کارشناسان	2.36415*	.35600	.000	1.6654	3.0629
	محلّی مردم	2.06895*	.21161	.000	1.6536	2.4843

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

در ارتباط با جدول فوق در خصوص زمینه های اجتماعی توسعه کارآفرینی در بعد زیرساخت و کالبدی در روستا های هدف گردشگری، از نظر گردشگران با عنایت به مقدار sig و نیز میزان اختلاف میانگین ۲,۳۶۴۱۵- می باشد که حاکی از عدم وجود زمینه های زیساختی و کالبدی یا ضعف زمینه های زیرساختی توسعه کارآفرینی در گردشگری و در منطقه مورد مطالعه است. امری که از نظر مردم محلّی این موضوع با توجه به مقدار sig (۰,۰۰۰) و میان اختلاف ۰,۲۹۵۲۰- مورد تایید است لکن به حد قابل قبول نرسیده است. به عبارت دیگر مردم محلّی نیز به سبب منفی بودن شاخص با نظر گردشگران موافق هستند همچنین از نظر کارشناسان نیز این امر با عنایت به مقدار (sig=0.000) و میزان اختلاف میانگین ۲,۳۶۴۱۵ با گردشگران بر مناسب بودن تجهیزات تاکید دارند همچنین میزان اختلاف میانگین این گروه با مردم محلّی نیز ۰,۲۹۵۲۰ است که بیانگر رای مخالف نظر مردم محلّی است لذا اعتقد بر آن است که منطقه مورد نظر دارای این ظرفیت می باشد.

شاخص زیست محیطی

جدول ۱۱: نتایج آزمون لوین برای شاخص زیست محیطی

Test of Homogeneity of Variances			
زیست محیطی			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
19.221	2	827	.000

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به نتایج آزمون لوین مشخص است که سطح معناداری (sig) کمتر از مقدار ۰,۰۵ است یعنی فرض H1 تایید و فرض H0 رد می شود. بنابراین واریانس گروه های مستقل گردشگران، مردم محلّی و کارشناسان مختلف در سازه متغیر اجتماعی و فرهنگی با هم برابر نیست.

جدول ۱۲: نتایج آزمون آنووا برای شاخص زیست محیطی

ANOVA					
زیست محیطی					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	33.526	2	16.763	18.674	.000
Within Groups	742.370	827	.898		
Total	775.896	829			

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به جدول فوق و میزان sig که کمتر از میزان ۰,۰۵ است در خصوص زمینه های توسعه کارآفرینی در بعد اجتماعی بر اساس نظرات گردشگران، مردم محلی و نیز کارشناسان تفاوت وجود دارد اما میزان این تفاوت مشخص نیست.

جدول ۱۳: نتایج تفصیلی آزمون آنووا برای شاخص زیست محیطی

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: Modiriat						
LSD						
(I) group	(J) group	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
کارشناسان	محلی مردم	-.18732	.11693	.110	-.4168	.0422
	گردشگران	-.54271*	.11644	.000	-.7713	-.3142
محلی مردم	کارشناسان	.18732	.11693	.110	-.0422	.4168
	گردشگران	-.35539*	.06921	.000	-.4912	-.2195
گردشگران	کارشناسان	.54271*	.11644	.000	.3142	.7713
	محلی مردم	.35539*	.06921	.000	.2195	.4912

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

در ارتباط با جدول فوق در خصوص زمینه های اجتماعی توسعه کارآفرینی در بعد زیست محیطی در روستا های هدف گردشگری، از نظر گردشگران با عنایت به مقدار sig و نیز میزان اختلاف میانگین ۰,۵۴۲۷۱- می باشد که حاکی از عدم وجود زمینه های زیست محیطی یا ضعف زمینه های مدیریت زیست محیطی توسعه کارآفرینی در گردشگری و در منطقه مورد مطالعه است. امری که از نظر مردم محلی در قیاس با نظر کارشناسان این موضوع با توجه به مقدار sig (۰,۰۰۰) و میان اختلاف ۰,۱۸۷۳۲- مورد تایید است لکن به حد قابل قبول نرسیده است. به عبارت دیگر مردم محلی نیز به سبب منفی بودن شاخص با نظر گردشگران موافق هستند. همچنین از نظر کارشناسان نیز این امر با عنایت به مقدار (sig=0.000) و میزان اختلاف میانگین ۰,۵۴۲۷۱ با گردشگران بر مناسب بودن مدیریت زیست محیطی تاکید دارند همچنین میزان اختلاف میانگین این گروه با مردم محلی نیز ۰,۳۵۵۳۹ است که بیانگر رای مخالف نظر مردم محلی است لذا اعتقاد بر آن است که منطقه مورد نظر دارای این ظرفیت می باشد.

نتیجه گیری و دستاورد علمی پژوهشی

توسعه گردشگری روستایی با توجه به ظرفیت های محدود آن در حوزه کشاورزی و دامپروری در میان نقاط روستایی کشور از جمله مقوله هایی است که ابتدای امر به نظر می آید درمانی برای آن وجود ندارد هر چند که با استفاده از تکنولوژی در این عرصه هم می توان تا حدود بسیاری با تنوع بخشی به شیوه کشت و توسعه کشت های گلخانه ای به نوعی نقص موقتی بودن فعالیت های کشاورزی را در مناطق روستایی تا حدودی جبران کرد اما این مطلب در حالی است که وجود ظرفیت های گردشگری در مناطق روستایی راه حل کارآمد تر و پایدار تر برای نواحی روستایی است. اهمیت این مطلب از آن جهت است که بدانیم تاثیرات گردشگری بر توسعه اقتصادی و اجتماعی جوامع مختلف منجر شده است که امروزه از گردشگری به عنوان یک اهر صنعت یاد کنند. این در حالی است که با توجه به مشکلات و نارسایی های ناشی سبک زندگی مدرن، مناطق روستایی از اولویت بالاتری به منظور

مقاصد گردشگری در نزد گردشگران برخوردارند. آنچه در این بین می‌توان حلقه اتصال بوده و نقش بی‌بدیل به منظور تبدیل نواحی روستایی معمولی به مناطق توسعه یافته روستایی باشد، کارآفرینی است. وجود ظرفیت‌های عمده در صنعت گردشگری در حوزه‌های مختلف طبیعت گردی، گردشگری سلامت، فرهنگی، ورزشی، اجتماعی، زندگی به‌دوراز آلودگی‌های هوایی، صوتی و... بکری عرصه روستایی، تجربه زندگی عشایری و... همگی از جمله ظرفیت‌های توسعه کارآفرینی است. در کشور ما اهمیت مطالب عنوان شده تا حدود بسیار زیادی مورد غفلت واقع شده است بویژه در استان البرز و شهرستان کرج علی‌رغم وجود ظرفیت‌ها و زیر بناهای اولیه اما عدم برنامه‌ریزی متوازن و مناسب از جمله آسیب‌های جدی در این عرصه است که موجب می‌گردد چرخه اقتصاد گردشگرانه در منطقه به طور کامل اجرا نگردد و گردشگران یا به صورت عبوری یا به صورت دید و بازدید آشنایان و کمتر به دلیل پتانسیل‌های فرهنگی و اجتماعی، طبیعی و اقلیمی منطقه در این مناطق حاضر شوند. امری که نتایج این پژوهش نیز بر آن صحنه می‌گذارد. با توجه به مطالب عنوان شده در این پژوهش نتایج آزمون T در بخش متغیرهای اجتماعی در حوزه کارشناسان بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص اجتماعی و فرهنگی در محدوده مورد مطالعه از نظر کارشناسان مطلوب است. این مطلب در حالی است که از نظر گردشگران وضعیت موجود شاخص اجتماعی و فرهنگی در محدوده مورد مطالعه مطلوب نیست. در حوزه ظرفیت‌های زیرساختی نیز با عنایت به خروجی مدل T نتایج این بخش بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص زیر ساخت و کالبدی در محدوده مورد مطالعه از نظر کارشناسان مطلوب است اما همانند بخش قبل در خصوص گردشگران این وضعیت چندان مطلوب نیست. در حوزه محیط زیست و خدمات جانبی نیز از نظر کارشناسان و مردم محلی نتایج بیانگر آن است که وضعیت موجود شاخص زیر ساخت و کالبدی در محدوده مورد مطالعه از نظر کارشناسان مطلوب است در حالی که از نظر گردشگران مطابق دو مورد اخیر این وضعیت مطلوب نیست. برآیند کلی وضع موجود زیرساخت‌ها در حوزه‌های اجتماعی و زیرساخت کالبدی و زیست محیطی با اولیت نظر گردشگران مطلوب نیست. مقایسه نظرات هر سه گروه گردشگران، مردم محلی و کارشناسان از طریق آزمون آنووا نیز بیانگر آن است که در زمینه مولفه اجتماعی و زیرساخت کالبدی و نیز مولفه محیط زیستی منطقه مورد نظر از نظر گردشگران و مردم محلی فاقد ظرفیت‌های کارآفرینی است در حالی که از نظر کارشناسان این ظرفیت وجود دارد.

پیشنهادات مقاله عبارت‌اند از:

- ۱) راهبرد های تهاجمی: این راهبرد ها در راستای استفاده از نقاط قوت محدوده مورد مطالعه و نیز بالفعل سازی، فرصت های موجود در محدوده مورد پژوهش است که عبارت‌اند از:
 - افزایش انگیزش گردشگران به مسافرت به این منطقه با گسترش حجم تبلیغات رسانه ای در ابعاد دیداری و نوشتاری و آگاهی بخشی
 - ایجاد بستر های مناسب به منظور جذب سرمایه گذاری های بخش های دولتی و غیر دولتی در زمینه احداث و گسترش زیر ساخت های شهری و روستایی با توجه به نقاط قوت در بعد زمینه های طبیعی، ورزشی و درمانی

- گسترش و تجهیز منطقه نسبت به زیر ساخت های اقامتی و تفریحی به منظور جذب گردشگری فرا مرزی
 - برگزاری مراسمات و فستیوال های فرهنگی و ورزشی با توجه به پتانسیل های طبیعی منطقه
 - تشویق سرمایه گذاران دولتی و خصوصی در جهت جذب سرمایه ها به سمت گردشگری منطقه با توجه به پتانسیل های این بخش از قبیل محیط بکر و دست نخورده و توسعه گردشگری روستا مدار.
- ۲) راهبرد های رقابتی:** راهبرد های رقابتی که در مدل تحلیلی سوات مابین نقاط قوت و تهدیدات تعریف می گردد مشتمل بر پیشنهاداتی است که از یک سو از ظرفیت های قدرتمند منطقه استفاده کرده و از سوی دیگر زمینه تحقق موارد تهدیدزا را در منطقه از بین می برد بر این اساس پیشنهادات این بخش مشتمل بر موارد زیر است :
- تدوین ساز و کار مناسب جهت جلوگیری از آسیب های فرهنگ بومی با توجه به درگیری های فرهنگی داخل و خارج از سرزمین
 - تلاش برای جلوگیری از بروز تخلفات اجتماعی و امنیتی با توجه به ورود گردشگران و بالا رفتن حجم و تراکم جمعیت و سرمایه های خصوصی و دولتی به منطقه
 - الغای فرهنگ محیط مداری جهت جلوگیری از آسیب های زیست محیطی با توجه به محیط زیست بکر و نیز تودین لوايح و قوانین مورد نیاز این بخش
 - جلوگیری از محدود شدن گردشگری و فعالیت های مربوط به آن به یک فصل خاص (بهار و تابستان) با توجه به پتانسیل های منطقه و پذیرایی از گردشگران حتی در فصول سرد سال به منظور ترویج گردشگری زمستانی و ورزش های خاص این فصل
- ۳) راهبرد های محافظه کارانه:** در راستای ارائه بخش دیگری از پیشنهادات، راهبرد های محافظه کارانه که حد فاصل نقاط ضعف و فرصت ها می باشد بخش دیگری از پیشنهادات است که مبتنی بر از بین بردن ضعف های موجود در منطقه و نیز فراهم سازی زمینه و بستر تحقق پتانسیل های بالقوه منطقه است و این پیشنهادات عبارت اند از :
- تلاش برای گسترش حجم تبلیغات رسانه ای و تلاش برای خروج منطقه از انزوای معرفتی و آگاهی بخشی به مردم
 - تلاش برای جبران کمبودهای ناشی از نیرو های ماهر و متخصص در زمینه گردشگری از طریق آموزش های مربوطه به نیرو های بومی منطقه
 - تدوین سند جامع گردشگری به منظور پرکردن خلاء برنامه ریزی در این بخش و جبران ضعف های این بخش در قالب طرح آمایش فرهنگی - گردشگری منطقه
 - جلوگیری از تخریب باغات و فضای بکر و محیط دست نخورده از طریق تعریف ساز و کار قانونی و ترویج فرهنگ حمایت و حفاظت از محیط زیست در قالب شعار های چون هر فرد یک محیط بان و...

۴) راهبرد های تدافعی: بخش نهایی پیشنهادات نیز ناظر بر راهبرد های تدافعی است که حد فاصل نقاط ضعف و نیز تهدیدات منطقه است بر این اساس پیشنهادات زیر به صورتی است که هم نقاط ضعف فعلی موجود در منطقه را از بین می برد و م زمینه تحقق تهدیدات در سطح منطقه را از بین می برد و آن پیشنهادات عبارت اند از :

- رفع مشکلات ناشی از کمبود اعتبارات و سرمایه گذاری در زمینه گردشگری متناسب با هر فصل جهت خروج منطقه به لحاظ گردشگری فصلی
- سازماندهی مردم جهت جلوگیری از آسیب های محیطی و فرهنگی و اجتماعی
- تلاش برای افزایش تفاهات همکاری در حوزه گردشگری در محدوده فرامرزی و استفاده از تجارب کشور های موفق همسایه در این بخش

منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۸۳). کارآفرینی؛ تعاریف، نظریات، الگوها، چاپ دوم، تهران: پردیس.
- ایمنی قشلاق، سیاوش (۱۳۸۸)، نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی جوانان روستایی (مطالعه موردی: روستای کندوان، دهستان سهند شهرستان اسکو)، پایاننامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر محمدرضا رضوانی، دانشکده رشته جغرافیا و برنامه روستایی، دانشگاه تهران.
- استعلاجی، علیرضا، الله قلیزاد، مهناز (۱۳۹۰)، برنامه ریزی توسعه پایدار با تاکید بر گردشگری مطالعه موردی، سرعین و روستا های اطراف، جغرافیا، ۳۰، ۱۲۹
- خاتون آبادی، سید احمد و رست قلم، مهدی (۱۳۹۰)، سنجش ارکان چهار گانه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT مطالعه موردی روستاهای چهار محال و بختیاری، اقتصاد و توسعه کشاورزی، ۳۰، ۳۳۰
- دادورخانی، فصیله، رضوانی، محمدرضا، ایمنی قشلاق، سیاوش و بوذرجمهری، خدیجه، (۱۳۹۰)، تحلیل نقشگردشگری در توسعه ی ویژگیهای کارآفرینانه و گرایشبه کارآفرینی در بین جوانان روستایی (مطالعه ی موردی: روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو)، مجله ی پژوهش های جغرافیای انسانی، شماره ی ۷۸
- رحمانی بیژن و همکاران (۱۳۹۱)، بررسی توان های طبیعی و انسانی در گردشگری روستایی دهستان آبگرم سرعین، فضای گردشگری شماره ۲
- رضوانی، محمدرضا و محمد نجارزاده (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل زمینه های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، سال اول، شماره دوم، تهران، صص 28 252
- قهرمانی، مریم (۱۳۹۱) توسعه پایدار گردشگری روستایی و جایگاه با ارزش بافت روستایی (سیمین شهر همدان)، فضای گردشگری، شماره ۲
- قادری، اسماعیل و همکاران (۱۳۸۹)، گردشگری روستایی و توسعه پایدار مطالعه موردی روستای آسارا، فصلنامه جغرافیای سرزمین، ۳۱
- کاظمی، مهدی، ارحامی، فریده (۱۳۹۶)، توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی: مطالعه موردی روستاهای مشهد، فصلنامه روستا و توسعه، سال ۲۰، شماره ۳
- کاویانی، ابوطالب و همکاران (۱۳۹۷)، ارزیابی نقش و تأثیر توسعه ی فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، نگرش های نو جغرافیایی، سال ۱۰، شماره ۲
- کیوانیزاده، سلیمه، (۱۳۹۲)، نقش گردشگری در کارآفرینی روستایی (دهستان شیرکوه، شهرستان تفت)، پایاننامه کارشناسی ارشد به راهنمایی دکتر سیروس قنبری، دانشکده جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشگاه سیستان و بلوچستان.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۵) سرشماری عمومی نفوس و مسکن، استان البرز

مومنی، مهدی، صفری پورچافی مهسا (۱۳۹۱) برنامه ریزی راهبردی گردشگری روستایی مطالعه موردی روستای جواهرده رامسر، فضای گردشگری، ۳، ۱۱۹

- Ahmad, A.R., Yusoff, W.F., Noor, H.M. and Ramin, A.K. (2012): *Preliminary Study of Rural Entrepreneurship Development Program in Malaysia*, *Journal of Global Entrepreneurship*, Vol. 2, No. 1, pp: 1-8.
- Borodako, K., (2014), Key Foresight Attributes of Tourism Companies in the City of Krakow and the Region, *International Journal of Tourism Research*, Int. J. Tourism Res., 16: 282–290. (2014). Published online 13 December 2012 in Wiley Online Library(wileyonlinelibrary.com) DOI: 10.1002/jtr.1927
- Bredvold, R, Skålen, P.(2016), Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry, *Tourism Management*, Vol 56,P96
- Dohar Bob, M. Situmorang, I.M, (2012), Social entrepreneurship to develop ecotourism, *International Conference on Small and Medium Enterprises Development with a Theme “Innovation and Sustainability in SME Development*, pp: 398 – 405.
- Daeban Astana, Alireza (2006), Sustainable Rural Tourism and its Evaluation Indicators, Special Issue of the First Conference on Rural and Nomadic Tourism Development, Organizations and Municipalities of Iran, pp. 51-61(in Persian).
- Islam, F. and Carlsen, J. (2012): *Tourism in Rural Bangladesh: Unlocking Opportunities for Poverty Alleviation?*, *Tourism Recreation Research*, Vol. 37, No.1, pp: 1-8.
- Hertin, J., Berkhout, F. and Schepelmann, P. (2001): *Indicators for monitoring integration of environment and sustainable development in enterprise policy, Final Report, Science and Technology Policy Research, University of Sussex, 31 January.*
- Hoy, F.S. (1983): *Who Are the Rural Entrepreneurs?*, in *National Rural Entrepreneurship Symposium*, Southern Rural Development Center, pp: 7-10.
- Moreira, A.C. and Martins, P.L. (2009): *An integrated Methodology for incubation of Business Ideas in Rural Community in Portugal*, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 3, Issue 2, pp: 176-192
- Psaltopoulos, D., Stathopoulou, S. and Skuras, D. (2005): *The Location of Markets, Perceived Entrepreneurial Risk, and Start-up Capital of Micro Rural Firms*, *Small Business Economics*, No. 25, pp:147-158.
- Rezvani, M (2009) *Rural tourism development in sustainable tourism approach*. Tehran: Publications of Tehran University. (Persian)
- Schumpeter, J.A. (1934): *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, Harvard University Press: Cambridge, USA.
- Slee, Bill, (1997): The economic impact of alternative types of rural tourism, *Journal of agriculture economics*, vol:10, No:6
- Smith, D. (2010): *The Role of Entrepreneurship in Economic Growth*, *Undergraduate Economic Review*, Vol. 6, Issue. 1, Article 7. Available at: <http://digitalcommons.iwu.edu/uer/vol6/iss1/7>
- Weibing zhao, J. R, brent ritchie, C, echtner. (2011), social capital and tourism entrepreneurship, *Annals of Tourism Research*, Volume 38, p:9.