

## تحلیل اثرات سیاست‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی نواحی روستایی (مطالعه موردی: شهرستان رامسر)

محمد کاظم حلاجی ثانی<sup>۱</sup>، نصرالله مولایی هاشجین<sup>۲\*</sup> و محمد باسط قریشی

۱. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۲. استاد گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۳. استادیار گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

\* نویسنده مسئول، Email: nmolaeih@iaurasht.ac.ir

تاریخ دریافت: ۳۰ بهمن ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش: ۲۵ مهر ۱۴۰۰

### چکیده

**مقدمه:** برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، جهت توسعه گردشگری روستایی از آن دست اقداماتی است که در مناطق روستایی می‌تواند منجر به توسعه آن مکان شود. سیاست‌گذاران حوزه روستایی بایستی با در نظر گرفتن منابع محلی و ظرفیت‌های موجود این مناطق سیاست‌هایی را مورد توجه قرار دهند که فرایند کارآفرینی روستایی را به عنوان مداخله‌ای راهبردی برای ارتقای توسعه روستایی تسریع بخشد.

**هدف:** هدف اصلی از انجام این پژوهش تحلیل اثرات سیاست‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی نواحی روستایی شهرستان رامسر بود.

**روش‌شناسی:** روش انجام پژوهش، توصیفی - تحلیلی انتخاب شد. برای گردآوری اطلاعات از روش پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر، روستاهای هدف گردشگری در شهرستان رامسر بود. برای نمونه‌گیری نیز از روش تمام شماری استفاده شد و ۲۵ روستای هدف گردشگری، مورد بررسی قرار گرفت. در مجموع تعداد ۱۵۰ پرسشنامه توسط کارآفرینان، سرمایه‌گذاران بخش گردشگری، دهیاران و اعضای شورا روستاهای نمونه تکمیل شد. در این پژوهش ۲۸ نوع سیاست گردشگری در سه بعد زیرساخت‌های گردشگری، آموزش و توسعه منابع انسانی و بازاریابی و تبلیغات گردشگری انتخاب شدند. همچنین تعداد ۱۰ شاخص در زمینه کارآفرینی انتخاب شد. با استفاده از تکنیک پرسشنامه میزان تأثیرگذاری هر سیاست بر روی هر یک از شاخص‌ها در قالب طیف لیکرت ارزیابی شد. برای رتبه‌بندی سیاست‌ها و تعیین سیاست‌هایی که بیشترین تأثیرگذاری را داشتند، از مدل آنتروپی شانون و مدل تاپسیس استفاده شد.

**قلمرو جغرافیایی پژوهش:** این مطالعه در نواحی روستایی شهرستان رامسر به انجام رسید.

**یافته‌ها و بحث:** نتایج نشان داد که سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع همچون سلامت، ورزش، غذا و ... با نمره ۰/۸۴۵ بیشترین اثرات را بر کارآفرینی نواحی روستایی شهرستان رامسر داشت. سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی و همچنین سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها به ترتیب با نمرات ۰/۸ و ۰/۷۹۶ در رتبه‌های دوم سوم قرار داشتند. نمرات نهایی بدست آمده از مدل تاپسیس نشان داد که سیاست‌گذاری در حوزه زیرساخت‌های گردشگری با نمره ۰/۷۰۶ بیشترین و در زمینه بازاریابی و تبلیغات گردشگری نیز با نمره ۰/۶۴۹ در رتبه دوم و نهایتاً در آموزش و توسعه منابع انسانی با نمره ۰/۶۱۹ در رتبه سوم تأثیرات سیاست‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی نواحی روستایی قرار گرفت.

**نتیجه‌گیری:** نتایج به طور کلی نشان از تأثیرات بالای سیاست‌های گردشگری بر روی کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه داشت. در این زمینه می‌توان سیاست‌گذاری در زمینه زیرساخت‌های گردشگری نسبت به دو بعد دیگر تأثیرگذاری بیشتری داشت. بازاریابی و تبلیغات گردشگری و آموزش و توسعه منابع انسانی نیز از تأثیر قابل توجهی برخوردار بودند.

**کلیدواژه‌ها:** گردشگری روستایی، سیاست‌های گردشگری، کارآفرینی، رامسر.

## مقدمه

مناطق روستایی در حاشیه مانده در کشورهای در حال توسعه برای بقای خود با محدودیت متعددی بویژه در توسعه اقتصادی مواجه‌اند؛ 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 پائین سطح زندگی، نارسایی‌های زیرساختی- خدماتی و نظایر آن می‌شود. (Zamora, 2011: 115). به عبارت دیگر آنکه امروزه با وجود پیشرفت‌های عظیم بشری حاصل شده، هنوز توسعه روستایی با مسائل و چالش‌های متعددی روبروست، چرا که راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت آمیز نبوده و نتوانسته است مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط زیست را رفع کند (بوزرجمهری و همکاران، ۱۳۹۶: ۲). برای تقویت روستاها و مناطق محروم راهکارهای گوناگونی پیشنهاد شده است که یکی از این راهبردها، صنعت گردشگری است. در حال حاضر، صنعت گردشگری از منابع مهم تولید درآمد، اشتغال و ایجاد زیرساخت‌ها برای نیل به توسعه پایدار، محسوب می‌شود (رحمانی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۳). روی آوردن به صنعت گردشگری جهت رشد و توسعه در سطح ملی، منطقه ای یا محلی یکی از سیاست‌هایی است که کشورهای در حال توسعه به تبعیت از کشورهای توسعه‌یافته به کار گرفته‌اند. البته آنچه که سبب توسعه در همه ابعاد و به صورت پایدار می‌شود، اجرای درست این سیاست‌ها و منعطف بودن آن‌ها با توجه به ویژگی‌های هر منطقه و مکان و به عبارتی ویژگی‌های هر مقصد گردشگری است (جعفری، ۱۳۹۳: ۲). سیاست دولت‌ها در دهه‌های اخیر بر توسعه گردشگری به عنوان یکی از شیوه‌های مبارزه با بیکاری و ایجاد درآمد تأکید می‌کند (امیدی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۹).

اکثر صاحب‌نظران، کارآفرینی را به عنوان موتور توسعه اقتصادی می‌دانند، بنابراین می‌توان گفت که یکی از استراتژی‌های اصلی برای رهایی از مشکلات روستایی، متنوع سازی اقتصاد روستاها و استفاده بهینه از منابع روستاهای کشور، توسعه کارآفرینی روستایی است. گردشگری یکی از زمینه‌هایی است که پتانسیل بسیار زیادی برای توسعه کارآفرینی روستایی دارد (غنیان و فتوتی، ۱۳۹۲: ۳۱). از این رو برای غلبه بر مسائل اقتصادی - اجتماعی پیش‌روی جوامع روستایی در چند دهه اخیر رویکرد کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته است (Chowdhury, 2007: 240). کارآفرینی می‌تواند با ایجاد جو رقابتی در بین روستاییان، عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری در روستاها شود و از این رهگذر باعث اشتغال‌زایی و تشویق به کسب و کارهای جدید در مناطق روستایی گردد و کیفیت زندگی روستاییان را بهبود بخشد (فلاح‌حقیقی، ۱۳۹۶: ۱۱۸).

نواحی روستایی شهرستان رامسر، در زمینه اشتغال با مشکلات عدیده‌ای روبرو بوده و کمبود زمینه و فرصت‌های کارآفرینی از مهم‌ترین موانع دستیابی به توسعه پایدار در این نواحی به شمار می‌رود. نکته حائز اهمیت این است که علی‌رغم اهمیت روزافزون کارآفرینی در روستاهای مستعد گردشگری و نقش آن در توسعه اشتغال و اقتصاد محلی، کمتر به سیاست‌های گردشگری روستایی و اثرات این سیاست‌ها بر توسعه فضای کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان رامسر پرداخته شده است. از این جهت کنکاش و روشن ساختن سیاست‌گذاران روستایی و به تبع آن سیاست‌های گردشگری روستایی و شاخص‌های مربوط به آن و اثرات این سیاست‌گذاری‌ها در مناطق روستایی مستعد توسعه گردشگری، می‌تواند در حل مسائل توسعه اقتصاد و اشتغال محلی در جهت تسهیل فضای کارآفرینی روستایی در بعد محلی مهم می‌باشد، تا بتوان به سیاست‌ها و راهبردهای آینده، متناسب با شرایط جغرافیایی نواحی روستایی شهرستان رامسر دست یافت. براساس اهمیتی که کارآفرینی در نواحی روستایی دارد، در این پژوهش اثرات سیاست‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی روستاهای هدف گردشگری در شهرستان رامسر با استفاده از تکنیک پرسشنامه و مدل‌های کمی بررسی شده است.

گردشگری که در دنیای قدیم، منحصر به امور زیارت، پیام‌رسانی، مسافرت‌های استثنایی جاسوسان، ماجراجویان و طالبان علم بود، امروزه به مثابه یکی از مسائل مهم و مؤثر اقتصادی و یکی از عوامل برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهانی، درخور توجه و بررسی است (ملکی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸). گردشگری، معادل فارسی واژه

توریسم در زبان‌های انگلیسی، فرانسه و آلمان است. واژه توریسم از دو بخش تشکیل شده است. تور؛ به معنای سفر، گشت، مسافرت، سیاحت و ایسم، پسوندی است که اشاره به مکتب یا اندیشه فلسفی، مذهبی، سیاسی، ادبی و غیره دارد؛ بنابراین، توریسم؛ یعنی مکتبی که پایه فکری آن، سیاحت و گردشگری است (کازمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۳). توریسم، به عنوان یکی از کلیدی‌ترین بخش‌های توسعه و پیشرفت دنیای امروز، دارای آثار مختلف مثبت و بسیار مهمی است. اما در مقابل، اثرات منفی گسترش بی رویه توریسم، چه از لحاظ اقتصادی، سیاسی و فرهنگی، چه از جهت زیست‌محیطی غیرقابل انکار است.

در واقع توریسم روستایی به عنوان یک فعالیت چند کارکردی، شبکه‌ها و ارتباطات بین فعالیت‌های متعدد موجود در مناطق روستایی از قبیل کشاورزی، اوقات فراغت، صنایع دستی و محلی، نوآوری‌های فرهنگی و نظایر آن را تقویت می‌کند که این ارتباطات می‌تواند به متنوع‌سازی اقتصادی و در نهایت توسعه جوامع محلی کمک کند (Figueiredo & Raschi, 2013: 1). توسعه گردشگری روستایی برای ایجاد توازن در برقراری ارتباط روستاییان و سایر مناطق مسکونی مؤثر است. در واقع یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی به شدت رشد و گسترش می‌یابد صنعت گردشگری است و نقاط روستایی نیز به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های گردشگری و زیبایی طبیعی، می‌تواند یکی از کانون‌های گردشگری و قلمرو سرزمینی باشد. از بین فرصت‌های گردشگری موجود در مناطق روستایی، وجود جاذبه‌های طبیعی (رودخانه‌ها، کوه‌ها، دشت‌ها، کویر و ...) چشم‌اندازهای بکر و آب و هوای مناسب زمینه را برای انواع اکوتوریسم در روستاها بیش از جنبه‌های دیگر گردشگری تقویت می‌کند (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۰۷).

گردشگری روستایی به عنوان یکی از اشکال گردشگری، فعالیتی تفریحی - اجتماعی محسوب می‌شود که قابلیت فراوانی در پویایی بخشیدن به توسعه اقتصادی - اجتماعی از طریق کاهش بیکاری، ایجاد درآمد و ارتقای سطح رفاه جامعه محلی و به تبع آن کاستن از چالش‌های توسعه روستایی دارد و هم از طریق سرمایه‌گذاری‌های متعدد در مناطق روستایی می‌تواند تأثیرگذاری بالایی در انتقال دانش، ایده‌ها و شیوه‌های زندگی شهری به مناطق روستایی داشته و به تحرک اقتصادی - اجتماعی آن‌ها منجر شود (علی‌بیگی و قاسمی، ۱۳۹۴: ۹۱). گردشگری روستایی راهبردی اساسی برای توسعه نواحی روستایی و همچنین منبعی مکمل و متنوع‌ساز در اقتصاد روستایی به ویژه در مناطق محروم به شمار می‌آید. طبق تجربیات و مطالعات ملی و بین‌المللی این صنعت می‌تواند نقش اساسی در تولید فرصت‌های شغلی جدید، درآمدزایی و حفظ تنوع‌زیستی داشته باشد. اما مسئله اصلی در این زمینه اتخاذ و اجرای سیاست‌های مناسب با توجه به ظرفیت‌های درونی هر منطقه است (سلیمی‌سبحان و حجت‌شماسی، ۱۳۹۸). با این حال گردشگری علیرغم تأثیرات مثبت بر توسعه اقتصادی و افزایش فرصت‌های شغلی، اثرات منفی نیز داشته است که نمی‌توان این اثرات منفی همچون عدم بهره‌مندی جوامع محلی و بومی، توزیع درآمدهای حاصل بین اقشار سرمایه‌دار و رشد تورمی قیمت‌ها را نادیده گرفت (Hrubcova et al, 2016).

کارآفرینی به عنوان یک رشته علمی از اهمیت زیادی برخوردار است که نه تنها به عنوان حلقه اتصال بین اختراع، نوآوری و تولید محصولات و خدمات جدید نقش ایفا می‌کند، بلکه به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصادی نیز عمل می‌کند (Dobrev & Branett, 2005: 25). شواهد بسیاری مبنی بر وجود رابطه علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (Chowdhury, 2007: 240). فرایند کارآفرینی از اجزا و عناصری تشکیل شده است که در جدول زیر به آن اشاره می‌شود.

جدول ۱. عناصر تشکیل‌دهنده کارآفرینی

تعریف	اجزا
فردی که تصمیم آگاهانه می‌گیرد تا کار جدیدی را شروع کند...	کارآفرین
فرصت‌های موجود در بازار را شناسایی کرده و به آنالیز آن می‌پردازد	فرصت
کارآفرین تصمیم می‌گیرد به طور فردی یا تضامنی یا شرکت سهامی کار را آغاز کند.	ساختار
شامل شناسایی منابع حمایت‌کننده برای سرمایه‌گذاری (مانند دولت) و جلب نظر آن‌ها می‌باشد.	منابع
هدف‌های کلی کار، استراتژی‌ها و برنامه‌های اجرایی معین و اجرا می‌شوند.	استراتژی

منبع: Peak &amp; Marshall, 2006

نقش کارآفرینی در توسعه روستایی به دلیل ترکیب سه نیروی اصلی بسیج منابع، خلاقیت، و استفاده از فرصت‌های منحصر به فرد درخور توجه است (ایزدی و برزگر، ۱۳۹۲: ۹۴). کارآفرینان روستایی بر دو فعالیت اصلی تأکید دارند (ناظم تقوی و صفری، ۱۳۸۹: ۳۴):

۱. تشویق و حمایت از کارآفرینان روستایی برای ایجاد کسب و کارهای جدید؛ و  
 ۲. تشویق کسب و کارهای موجود به توسعه فعالیت‌ها و حرکت به سمت تحقق ایده‌های جدید و کارآمد.  
 در تاریخ ۹ ژوئن ۲۰۰۶ شورای اتحادیه اروپا، در طی بیانیه‌ای، راهبردهای توسعه پویا را با هدف بهبود مستمر کیفیت زندگی نسل حاضر و نسل‌های آینده از طریق ایجاد جوامع پایدار تصویب کرد. این بیانیه به منظور استفاده بهینه از منابع و سرمایه‌گذاری بر روی فعالیت‌های نوآورانه زیست‌محیطی و اجتماعی و حصول اطمینان از رفاه، حفاظت محیط زیست و انسجام اجتماعی در نظر گرفته شد. شکل زیر هرم توسعه کارآفرینی روستایی را بر اساس سیاست‌های توسعه روستایی اتحادیه اروپا نشان می‌دهد.

رکن اول: توسعه کارآفرینی روستایی

اولین رکن از اقدامات توسعه کارآفرینی روستایی عبارت است از:

- برنامه‌های آموزش و پرورش ابتدایی، متوسط، حرفه‌ای و بالاتر؛ آموزش و پرورش بزرگسالان
- برای رشته‌های موردنیاز و آموزش مهارت‌های لازم برای توسعه روحیه کارآفرینی
- استفاده از ظرفیت‌های جوانان برای احیای آموزش کارآفرینی
- رکن دوم: ایجاد یک محیط کسب و کار مطلوب برای کارآفرینان
  - دسترسی به منابع مالی و تأمین برخی از طرح‌های اعتباری خرد و تضمین وام برای شروع فعالیت‌های غیرکشاورزی روستائیان
  - ارائه پیشنهاد برای کارآفرینان در مراحل رشد کسب و کار از طریق سیستم مالیاتی روستایی مطلوب‌تر برای ایجاد کسب و کارها در مراحل اولیه و اجرای طرح‌های پرداخت جدید مالیات بر ارزش افزوده برای کسب و کارهای کوچک
  - طراحی و پیاده‌سازی یک سیستم تنظیم زمان پرداخت کمک‌های اجتماعی در یک دوره محدود زمانی بر اساس شرایط خاص برخی از کارآفرینان
  - ارائه پشتیبانی جهت دسترسی به برنامه اتحادیه اروپا برای توسعه کشاورزی و روستایی
  - کاهش بروکراسی اداری و محدودیت‌ها و ایجاد یک نقطه تماس در سطح منطقه روستایی به منظور دستیابی به اطلاعات کامل برای شرکت‌های متوسط روستایی
  - مجوزها، حمایت مالی، مشاوره عمومی و تسهیل قوانین مربوط به اشتغال و اجرای برنامه‌های انعطاف‌پذیر
- رکن سوم: اقدامات لازم برای توسعه کارآفرینی
  - تحریک طرح‌های کارآفرینی روستایی از طریق اشاعه مدل‌های موفق کسب و کار و نمونه‌هایی از اقدامات مطلوب به منظور محدود کردن خطرات ناشی از شکست کسب و کارهای کوچک و افزایش اعتماد به نفس کارآفرینان بالقوه جدید روستایی

### ■ تشویق ایجاد کسب و کارهای جدید توسط گروه‌های جمعیتی



شکل ۱. هرم توسعه کارآفرینی روستایی مأخذ: فلاح حقیقی، ۱۳۹۶: ۱۲۵

کارآفرینی روستایی با چالش‌های متعددی همچون منابع انسانی، کاهش جمعیت و بازار محلی کوچک، دور بودن نواحی روستایی، منابع مالی، رقابت‌پذیری، زیرساخت ارتباطات و حمل و نقل، قوانین و مقررات و موانع اجتماعی-فرهنگی رو به رو می‌باشند.

#### جدول ۲. چالش‌های کارآفرینی روستایی

ردیف	مورد	توضیحات
۱	منابع انسانی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- دسترسی نداشتن به نیروی کار ماهر که حاضر به کار کردن در مناطق روستایی باشند.</li> <li>- سطح پایین آموزش به علاوه سطح پایین دانش و مهارت‌های فنی</li> <li>- کمبود دانش فناوری اطلاعات</li> <li>- تمایل نداشتن مردم روستایی برای انتخاب کارآفرینی به دلیل عدم آگاهی و دانش از فرصت‌های کارآفرینانه</li> </ul>
۲	کاهش جمعیت و بازار محلی کوچک	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کمبود نیروی کار و کاهش سطح خدمات</li> <li>- محدود شدن تقاضای محلی</li> <li>- افزایش قیمت کالاها و کاهش تقاضا برای خدمات</li> </ul>
۳	دور بودن نواحی روستایی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- محدودیت دسترسی به منابع انسانی و اطلاعاتی، بازارهای بزرگ برای خرید و فروش نهاده‌ها و تولیدات و مؤسسات حمایت‌کننده کسب و کارهای کوچک</li> <li>- جابه‌جایی و رفت و آمد نیروی کار هزینه‌بر است</li> <li>- نیاز به دریافت وام و حمایت‌های مالی از دولت و یا مؤسسات مالی بسیار کم است و یا اصلاً وجود ندارند</li> </ul>
۴	منابع مالی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- روال وام گرفتن هم بسیار هزینه‌بر، زمان‌بر و بعضاً پیچیده</li> <li>- ظرفیت ریسک‌پذیری کمتر و توان رقابت در بازار را ندارند.</li> <li>- آسیب‌پذیری کسب و کارهای کوچک نسبت به ورود کسب و کارهای بزرگ</li> </ul>
۵	رقابت‌پذیری	<ul style="list-style-type: none"> <li>- کسب و کارهای جدید پشتیبانی مالی کمتری دارند، رقابت کردن با سازمان‌های بزرگ برایشان مشکل است.</li> </ul>
۶	زیرساخت ارتباطات و حمل و نقل	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ارتباطات محدود با دنیای بیرون، انتقال دانش و فناوری بین نواحی روستایی و شرکای اقتصادی شان را محدود می‌سازد.</li> <li>- نامناسب بودن زیرساخت‌های حمل و نقل باعث افزایش هزینه‌ها</li> </ul>
۷	قوانین و مقررات	<ul style="list-style-type: none"> <li>- قوانین و مقررات مشوق کارآفرینی نیستند</li> </ul>
۸	موانع اجتماعی-فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- نگرش منفی به نسبت به کارآفرینی و داشتن شغل آزاد</li> <li>- محدودیت برای زنان کارآفرین</li> </ul>

مأخذ: کریمی، ۱۳۹۳: ۱۱۱-۱۰۷

پژوهش دیگر با عنوان «ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی» در سال ۱۳۹۰ انجام شده است. در این پژوهش هدف ارزیابی فضای کارآفرینی در زمینه گردشگری روستایی می‌باشد. منطقه مورد مطالعه بخش اورامان شهرستان سروآباد استان کردستان می‌باشد. نتایج پژوهش نشان داد که بیشترین سطح مشکلات گردشگری را در منطقه، افراد دارای تحصیلات دانشگاهی دارند. همچنین یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که عواملی چون علاقه-مندی به تأسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تأسیس و گسترش شبکه‌های تولیدی محلی بین صاحبان کسب و کار، وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی، در مقایسه با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی از جایگاه بالاتری برخوردارند (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰). پژوهش دیگر در خصوص رابطه کارآفرینی و گردشگری با عنوان «بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی» توسط فیروزی و همکاران در سال ۱۳۹۲ انجام شده است. در این پژوهش به بررسی توسعه کارآفرینی در محیط‌های روستایی پرداخته شده است. نتایج نشان می‌دهد که میزان آشنایی اهالی مسکونی مناطق مورد مطالعه را با مهارت‌های کارآفرینی نشان می‌دهد و عوامل مهم و تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی را میزان آشنایی با کارآفرینی و ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی معرفی می‌کند (فیروزی و همکاران، ۱۳۹۲).

در پژوهش ابراهیمی و همکاران که در سال ۱۳۹۳ انجام شده است سعی بر آن شده است که مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی در یک مطالعه موردی در روستاهای شهرستان کرمان مورد بررسی قرار گیرد. نتایج نشان داد که کارآفرینان عموماً جوان بودند و میزان متغیر کارآفرینی در بین افراد در حد متوسط به بالا بوده و بیشتر آن‌ها فاقد تحصیلات دانشگاهی می‌باشند و از نظر متغیر کارآفرینی، بالاتر از حد متوسط بوده است و به لحاظ مؤلفه‌های کارآفرینی به ترتیب بهترین وضعیت مربوط به مؤلفه‌های روانشناختی، مهارتی، فردی و زیرساختی می‌باشد (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۳). پژوهش نصیری‌مقدم و خوش‌سیما با عنوان «گردشگری روستایی راهبردی برای توسعه پایدار روستایی» به بررسی نقش گردشگری روستایی به عنوان یکی از راهکارهای توسعه پایدار پرداخته شده است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که توجه به گردشگری روستایی و طبیعی در کنار هم می‌تواند توسعه مراکز اقتصادی کوچک و احیای منابع کم بازده و تبدیل آن به منابع درآمدی شده و باعث پایداری اقتصادی روستاهای محدوده مورد مطالعه گردد. گردشگری روستایی در بعد اجتماعی نیز با ایجاد اشتغال و جلوگیری از مهاجرت و همچنین شناساندن مراسم و آداب و رسوم محلی به سایر جوامع باعث توسعه پایدار می‌گردد و در نهایت ساکنین روستاها با حفظ و احیای منابع طبیعی و زیست‌محیطی در جاذبه‌های طبیعی گردشگری اطراف روستای خود، باعث پایداری محیطی به منظور جلب طبیعت گردان می‌شوند (نصیری‌مقدم و خوش‌سیما، ۱۳۹۴).

در پژوهش نیک‌رفتار و نصرتی‌فر با عنوان «تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری روستایی استان البرز» که در سال ۱۳۹۶ انجام شده است هدف شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی، به شناخت امکان راه-اندازی کسب و کارهای مرتبط با این حوزه پرداخته‌اند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که در روستاهای البرز فرصت-های کارآفرینی در راستای جاذبه‌های طبیعی و تفریحی در اولویت قرار دارد و بعد از آن گردشگری بومی و سوغات و صنایع دستی قرار دارد. و اینکه راه‌اندازی مسیر طبیعت گردی و راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی از مهم‌ترین فرصت‌های شناسایی شده جهت راه‌اندازی کسب و کار در حوزه گردشگری روستایی است (نیک-رفتار و نصرتی‌فر، ۱۳۹۶). در پژوهش ارمغان در سال ۱۳۹۶، هدف تحلیل و تبیین چالش‌ها و چشم‌اندازهای نقش کارآفرینی در توسعه روستایی ایران با تأکید بر روستاهای بخش باقرشهر است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی روستایی پدیده پیچیده و ظریفی است که نیازمند منابع مالی، پتانسیل محیطی، امکانات زیرساختی مطلوب، تخصص و آموزش، تداوم و ماندگاری و سازگاری با محیط‌زیست و این همه نیازمند نوآوری و خلاقیت است. همچنین نشان می‌دهد که چالش‌هایی مانند مهاجرت و تخریب محیط‌زیست و نیز خشکسالی و ناکارآمدی بخش کشاورزی و نیز فشارهای ناشی از ازدیاد جمعیت و از طرف دیگر افزایش نسبی سطح تحصیلات ساکنین روستایی کارآفرینی را به متغیری اساسی در توسعه روستایی ایران تبدیل کرده است (ارمغان، ۱۳۹۶). پژوهش حبیبی و همکاران با عنوان

«تبیین نقش گردشگری در کارآفرینی نواحی روستایی» به دنبال پاسخ به این سوال می‌باشد که گردشگری روستایی چگونه می‌تواند زمینه توسعه کارآفرینی روستایی را فراهم کند؟ نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین گردشگری و کارآفرینی روستایی رابطه مستقیم وجود دارد. نتایج پژوهش با توجه به بررسی‌های صورت گرفته بیان‌کننده اهمیت گردشگری در روند افزایش اشتغال و رشد کارآفرینی می‌باشد و افزایش توان گردشگری روستایی باعث رونق کسب و کار و افزایش فرصت‌های کارآفرینی و رشد اشتغال در مناطق روستایی می‌گردد (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۸).

مارتین و نویسیویک پژوهش با عنوان (نقش کارآفرینی اجتماعی در میان کشاورزان) را در سال ۲۰۱۰ انجام داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که موفقیت کارآفرینی تا حدودی مرتبط به خود فرد و نهاد رهبری می‌باشد اما آشنایی با فرهنگ و یادگیری گروهی نیز از جمله موفقیت در برنامه توسعه کارآفرینی بوده است (Martin & Novicevic, 2010). فونز و همکاران در پژوهش خود «گردشگری روستایی: یک جایگزین پایدار» سعی بر آن داشتند تا نقش گردشگری روستایی پایدار را در اسپانیا نشان دهند. آن‌ها بعد از مطالعات و بررسی‌های به عمل آمده اظهار داشتند که گردشگری به عنوان اولین منبع و فعالیت در اسپانیا مطرح است. نتایج پژوهش حاکی از این است که گردشگری به صورت واضح در بسیاری از نواحی اسپانیا فعال می‌باشد و منافع مهمی هم در حال حاضر و هم در آینده برای اسپانیا در بر دارد (Fons et al, 2011). پژوهش دیگر توسط پون و همکارانش در سال ۲۰۱۲ با عنوان «نقش سرمایه اجتماعی در کارآفرینی زنان در مناطق روستایی، منطقه مورد مطالعه کشور ویتنام» انجام شده است. نتایج پژوهش گویای آن است که وجود سرمایه اجتماعی تمایل زنان از کارآفرینی خانوادگی را به کارآفرینان سازمانی افزایش می‌دهد و دسترسی و فاصله تا بازار نیز در آن تأثیر دارد (Poon et al, 2012). پژوهش راندی بردولد با عنوان «بررسی شیوه زندگی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت آنان در راستای توسعه گردشگری» در سال ۲۰۱۶ انجام شده است. در این پژوهش هویت کارآفرینان را متأثر از سبک زندگی آنان دانسته و بر اساس هویت کارآفرینان آن را به ۴ دسته تقسیم کرده است: کارآفرین مدرن، کارآفرین وفادار، کارآفرین آزادی‌طلب و کارآفرین پست مدرن (Bredvold & Skålen, 2016).

## روش‌شناسی

روش انجام پژوهش، توصیفی - تحلیلی است. برای گردآوری اطلاعات نیز از روش پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر، روستاهای نمونه و هدف توسعه گردشگری روستایی در شهرستان رامسر بود. براساس مطالعات اسناد فرادست، ۲۵ روستای هدف گردشگری در این شهرستان شناسایی شد. برای نمونه‌گیری نیز از روش تمام‌شماری استفاده شد و ۲۵ روستای هدف گردشگری، مورد بررسی قرار گرفت. در مجموع تعداد ۱۵۰ پرسشنامه توسط شورا و دهیاران روستاهای نمونه تکمیل شد. در این پژوهش ۲۸ نوع سیاست گردشگری در سه بعد زیرساخت‌های گردشگری، آموزش و توسعه منابع انسانی و بازاریابی و تبلیغات گردشگری انتخاب شدند. همچنین تعداد ۱۰ شاخص در زمینه کارآفرینی انتخاب شد (جدول ۳). با استفاده از تکنیک پرسشنامه میزان تأثیرگذاری هر سیاست بر روی هر یک از شاخص‌ها در قالب طیف لیکرت ارزیابی شد. برای رتبه‌بندی سیاست‌ها و تعیین سیاست‌هایی که بیشترین تأثیرگذاری را داشتند، از مدل آنتروپی شانون و مدل تاپسیس استفاده شد.

## جدول ۳. انواع سیاست‌های گردشگری و شاخص‌های مورد مطالعه در پژوهش

سیاست‌های گردشگری	شاخص‌های کارآفرینی
سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی	میزان وجود مشاغل مکمل
سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی	کشاورزی و پاره وقت در روستا
سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی	(K1)
سیاست‌های بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلاتی به روستاها	میزان انجام فعالیت‌های نو و
سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها	کارآفرینانه توسط زنان و دختران
سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها	روستا (K2)
سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها	میزان علاقه جوانان و اهالی روستا به راه اندازی کسب و کارهای کوچک (K3)
راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی	وجود فرصت‌های شغلی جدید در روستا (K4)
ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	میزان بهبود وضعیت شغلی جوانان در پنج سال اخیر (K5)
برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	میزان وجود مشاغل خدماتی در روستا (K6)
ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	میزان وجود بازارهای محلی در روستا (K7)
ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی	میزان وجود تنوع در بین تولیدات روستا (K8)
سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها	میزان تمایل بخش خصوصی برای سرمایه گذاری در روستا (K9)
تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها	میزان قدرت اقتصادی و توان خرید مردم روستا (K10)
سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های گردشگری روستاها	
سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستائیان؛	
سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان	
سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع همچون سلامت، ورزش غذا و ...	
سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی	
عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها	
سیاست‌های طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای روستاها گردشگر پذیر	
ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها	
اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی	
اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها	
سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی روستاها	
سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها	
سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها	
برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی	

زیرساخت‌های گردشگری

آموزش و توسعه منابع انسانی گردشگری

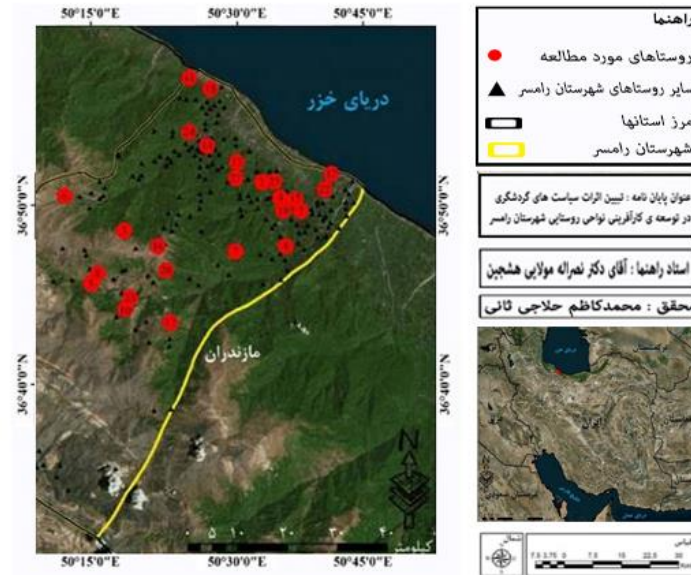
بازاریابی و تبلیغات گردشگری

### قلمرو جغرافیایی پژوهش

رامسر غربی ترین شهرستان استان مازندران و دروازه ورودی به استان گیلان بوده و مرکز آن از نظر جغرافیایی در ۳۹ درجه و ۵۰ دقیقه ی درازای خاوری و ۵۵ درجه و ۳۶ دقیقه ی پهنای شمالی قرار دارد. رامسر که در منتهی الیه باختر استان مازندران واقع است از شمال به دریای مازندران، از جنوب به بلندی‌های البرز میانی، از باختر به شهرستان رودسر (گیلان) و از خاور به شهرستان تنکابن محدود می‌شود و در مسیر راه اصلی چالوس - رشت قرار دارد. روستاهای شهرستان رامسر با زیبایی وصف ناپذیر در انتهای غربی استان مازندران در دامنه جنگلی و زیبای البرز و سواحل رویایی



دریای خزر آرمیده و با برخورداری از جاذبه‌های گردشگری و امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی و کوتاهترین فاصله بین کوه و دریا به عنوان قطب مهم گردشگری در کشور و حتی جهان مطرح است. مساحت این شهرستان ۸/۷۲۹ کیلومتر مربع و شامل دو شهر رامسر و کتالم و ساداتشهر، چهار دهستان، دو بخش مرکزی و دالخان و ۱۴۳ روستا دارای سکنه و ۶۲ آبادی خالی از سکنه می‌باشد.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

## یافته‌ها و بحث

پژوهش در سه بخش به بررسی و تشریح یافته‌های پژوهش اختصاص دارد. بخش اول به تشریح وضعیت گردشگری و کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه اختصاص دارد. در بخش دوم یافته‌های توصیفی و در بخش سوم یافته‌های استنباطی تشریح شده است. در بخش اول و در تشریح وضعیت گردشگری و کارآفرینی جامعه روستایی شهرستان رامسر، شاخص‌هایی همچون تعداد کارآفرینان، متوسط تعداد گردشگران سالانه، تعداد شاغلان در بخش‌های گردشگری، تعداد واحدهای بوم‌گردی، تعداد خانه مسافر، تعداد رستوران و اماکن پذیرایی و همچنین انواع جاذبه‌های گردشگری و سیاست‌های گردشگری اجرا شده و انواع مشاغل کارآفرینانه و مرتبط با گردشگری در هر یک از روستاهای مورد مطالعه تشریح شد. در بخش یافته‌های توصیفی، ابتدا آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان تشریح و سپس وضعیت هر یک از شاخص‌های کارآفرینی و همچنین شیوه اجرای سیاست‌های گردشگری از دیدگاه جامعه محلی پرداخته شد.

ابتدا اطلاعات کمی گردشگری و کارآفرینی روستاهای هدف بررسی شده است. اولین شاخص در این زمینه تعداد کارآفرینان بود. در این زمینه باید اشاره کرد که روستاهای جواهرده، جنت رودبار و اربه کله بیشترین تعداد کارآفرینان را دارند. دومین شاخص متوسط تعداد گردشگران سالانه بود. نتایج بررسی اطلاعات اخذ شده از سازمان‌های مربوط نشان داد که بیشترین تعداد گردشگران به روستای سفید تمشک با ۲۰۰۰۰۰ گردشگر اختصاص دارد. کمترین تعداد گردشگران نیز به روستای آزارچال با ۱۰۰۰ نفر گردشگر اختصاص دارد. یکی دیگر از شاخص‌ها، تعداد شاغلان در بخش‌های گردشگری بود. نتایج بررسی این شاخص در روستاهای هدف نشان داد که روستای اربه کله با ۹۰۰ نفر شاغل در بخش گردشگری بهترین وضعیت را نسبت به سایر روستاها دارد. شاخص دیگری که در این بخش مطالعه شد، تعداد واحدهای بوم‌گردی بود. نتایج نشان داد روستای جنت رودبار با ۱۰ واحد بوم‌گردی، رتبه اول را دارد. در زمینه شاخص تعداد خانه‌های مسافر، روستای اربه کله، با رقم ۳۸۰ بهترین وضعیت را دارد. آخرین شاخص تعداد

رستوران و اماکن پذیرایی بود. همچون شاخص پیشین، روستای اربه کله با ۳۵ واحد بیشترین مراکز پذیرایی را در بین روستاهای هدف دارد.

جدول ۴. اطلاعات کمی گردشگری و کارآفرینی روستاهای هدف

روستا	تعداد کارآفرینان	متوسط گردشگران سالانه	تعداد شاغلان در بخش گردشگری	تعداد واحدهای بوم گردی	تعداد مسافر	تعداد رستوران و اماکن پذیرایی
نیاسته	۲	۳۰۰۰	۵۵	۱	۳۵	۲
وانه کوه	۲	۳۰۰۰	۱۵۰	۲	۳۲	۱
اربه کله	۱۲	۳۸۰۰۰	۹۰۰	۲	۳۸۰	۳۵
گرسماسر	۳	۲۵۰۰۰	۱۵۰	۲	۵۵	۶
سده	۲	۱۵۰۰	۲۲	۲	۸	۱
جنت رودبار	۱۵	۳۰۰۰۰	۲۰۰	۱۰	۸۰	۱۰
سرلیماک	۲	۵۰۰۰	۱۸۰	۱	۲۹	۲
آزارچال	۱	۱۰۰۰	۲۵	۱	۵	۱
دال خانی	۲	۵۰۰۰۰	۲۰۰	۲	۹	۹
کلیچ کوه	۲	۳۰۰۰	۱۰	۲	۱۰	۲
جواهرده	۲۰	۵۰۰۰۰	۴۰۰	۶	۲۶۰	۱۸
پینازکش	۳	۲۰۰۰	۷۵	۱	۲	۲
گلین	۱	۲۰۰۰	۶	۲	۲	-
مهرمیحه	۲	۲۰۰۰	۱۰	۲	۶	۲
هزارلات	۲	۵۰۰۰	۱۰	-	۲	-
لیماکده	۲	۵۰۰۰	۱۰	-	۸	۲
لرسانور	۲	۵۰۰۰	۱۲۰	۱	۴۰	۲
گاورمک	۲	۳۰۰۰	۱۲۰	-	۳۰	۳
لیاسرک	۲	۳۰۰۰	۱۲۰	۱	۴۰	۱
گاولیماک	۲	۲۰۰۰	۹۰	۱	۲۰	۱
واچ کلایه	۴	۵۰۰۰	۱۶۰	۱	۲۰	۱
سورمشک	۲	۲۰۰۰	۳۵	۱	۲	-
کلایه بن	۱	۲۰۰۰	۵۵	-	۱۵	۲
سفید تمشک	۲	۲۰۰۰۰۰	۷۰۰	۲	۳۰	۵
اشکه تچال	۱	۴۰۰۰	۶	۱	-	۱

در گام دوم از بررسی وضعیت کارآفرینی و گردشگری روستاهای هدف، جاذبه‌های گردشگری مورد توجه بود. در این زمینه از نکات حائز اهمیت آنکه روستای جواهرده با جاذبه‌هایی همچون پارک جنگلی، آبشار، چشمه، رودخانه، بافت قدیمی، قله کوهستانی، صنایع دستی و دامداری بیشترین تنوع را در بین روستاهای هدف دارد.

جدول ۵. انواع جاذبه‌های گردشگری روستاهای هدف

روستا	انواع جاذبه های گردشگری
نیاسته	آرامگاه هنرمندان، صنایع دستی، دامداری
وانه کوه	چشمه آبگرم، جنگل، طبیعت، چشم انداز، دامداری، صنایع دستی
اربه کله	جنگل، طبیعت، چشم انداز، صنایع دستی، دامداری
گرسماسر	جنگل، مرتع، آسمان شب، آرامگاه، صنایع دستی
سده	مرتع، رودخانه، صنایع دستی، دامداری
جنت رودبار	مزارع گل گاوزبان، رودخانه، بازار محلی، صنایع دستی
سرلیماک	جنگل، چشم انداز، رودخانه
آزارچال	جنگل، رودخانه، باغات مرکبات
دال خانی	جنگل، چشمه، رودخانه

کلنج کوه	جنگل، رودخانه، صنایع دستی، دامداری، باغات صیفی
جواهرده	پارک جنگلی، آبشار، چشمه، رودخانه، بافت قدیمی، قله کوهستانی، صنایع دستی، دامداری
پیازکش	باغات، چشم انداز، صنایع دستی، دامداری
گلین	مرتع، آرامگاه، مزارع گیاهان دارویی، صنایع دستی، دامداری
مهرمیچه	جنگل، رودخانه، دامداری، صنایع دستی
هزارلات	رودخانه، مزرعه پرورش ماهی، صنایع دستی
لیماکده	جنگل، چشم انداز، دامداری، صنایع دستی
لرسانور	جنگل، چشم انداز، دامداری، سد آبی، صنایع دستی
گاورمک	رودخانه، چشم انداز، جنگل، دامداری، صنایع دستی
لیاسرک	جنگل، چشم انداز، صنایع دستی
گاولیماک	جنگل، چشم انداز، رودخانه
واچ کلایه	جنگل، دامداری، صنایع دستی
سورمشک	دامداری، بافت با ارزش روستایی، صنایع دستی
کلایه بن	پلاژ دریایی، صنایع دستی
سفید تمشک	جنگل، تله کابین، پلاژ دریایی، صنایع دستی
اشکه تچال	جنگل، مزرعه پرورش ماهی

سومین گام از مطالعات در بررسی وضعیت کارآفرینی و گردشگری روستاهای هدف، بررسی انواع سیاست‌های گردشگری اجرا شده در روستاهای هدف بود. در این زمینه باید گفت که سیاست‌هایی همچون برنامه و سیاست توسعه اشتغال محلی، برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، توسعه بازار محلی، بهبود شبکه راه، بهداشت و حفظ محیط‌زیست، امنیت جاذبه‌های گردشگری و زیر ساخت های مرتبط با گردشگری در بین روستاهای هدف مشترک بود.

#### جدول ۶. انواع سیاست‌های گردشگری اجرا شده در روستاهای هدف

روستا	انواع سیاست‌های گردشگری اجرا شده در روستاهای مورد مطالعه
نیاسته	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
وانه کوه	برنامه و سیاست توزیع کاربری خدماتی، پذیرایی و اقامتی، تبلیغات، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
اربه کله	برنامه و سیاست تبلیغات، مشارکت بومی، توسعه بازار محلی، جذب سرمایه گذار، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
گرسماسر	برنامه و سیاست تبلیغات، اشتغال محلی، بهبود شبکه راه، توزیع کاربری ها، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
سده	برنامه و سیاست توسعه اشتغال محلی، بازار محلی، تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
جنت رودبار	برنامه و سیاست توسعه اشتغال محلی، تبلیغات، جذب سرمایه گذار، توزیع کاربری، مشارکت، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
سرلیماک	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
آزارچال	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بکارگیری نیروی بومی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
دال خانی	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، توسعه بازار محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
کلنج کوه	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، توسعه بازار محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
جواهرده	برنامه و سیاست توسعه اشتغال محلی، تبلیغات، جذب سرمایه گذار، توزیع کاربری، مشارکت، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
پیازکش	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
گلین	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهبود شبکه راه، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
مهرمیچه	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، جلوگیری از تخریب، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
هزارلات	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهبود شبکه راه، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
لیماکده	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
لرسانور	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بکارگیری نیروی متخصص، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
گاورمک	برنامه و سیاست اطلاع‌رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش
لیاسرک	برنامه و سیاست توسعه اشتغال محلی، تبلیغات، جذب سرمایه گذار، توزیع کاربری، مشارکت، بهداشت و امنیت و زیر

ساخت، آموزش	گاولیماک
برنامه و سیاست اطلاع رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش	واچ کلایه
برنامه و سیاست تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، اشتغال محلی، بکارگیری نیروی بومی، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش	سورمشک
برنامه و سیاست اطلاع رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، توزیع کاربری، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش	کلایه بن
برنامه و سیاست توسعه اشتغال محلی، تبلیغات، جذب سرمایه گذار، توزیع کاربری، مشارکت، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش	سفید تمشک
برنامه و سیاست اطلاع رسانی و تبلیغات، مشارکت بومی و محلی، بهبود شبکه راه، بهداشت و امنیت و زیر ساخت، آموزش	اشکه تچال

آخرین بخش از مطالعات انجام شده در بررسی وضعیت کارآفرینی و گردشگری روستاهای هدف، معرفی انواع مشاغل کارآفرینانه و مرتبط با گردشگری در روستاهای هدف بود. روستاهای اربه کله، گرماسر، جنت رودبار، دال خانی، جواهرده و سفید تمشک با ایجاد مشاغل همچون اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، راهنمای گشت، راهنمای کوه، ترانسفر سفر، دامپروری و تورهایی براساس آن، بیشترین تنوع را در بین روستاهای هدف داشتند.

جدول ۷. انواع مشاغل کارآفرینانه و مرتبط با گردشگری در روستاهای هدف

روستا	انواع مشاغل کارآفرینانه و مرتبط با گردشگری در روستاهای نمونه
نیاسته	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی
وانه کوه	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
اربه کله	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، راهنمای گشت، راهنمای کوه، ترانسفر سفر، دامپروری
گرماسر	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، راهنمای گشت، راهنمای کوه، ترانسفر سفر، دامپروری
سده	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
جنت رودبار	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، راهنمای گشت، راهنمای کوه، ترانسفر سفر، دامپروری
سرلیماک	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
آزارچال	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، باغبانی، دامپروری
دال خانی	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، راهنمای گشت، راهنمای کوه، ترانسفر سفر، دامپروری
کلیچ کوه	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
جواهرده	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، راهنمای گشت، راهنمای کوه، ترانسفر سفر، دامپروری
پیازکش	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
گلین	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
مهرمیجه	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی،
هزارلات	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، پرورش ماهی، دامپروری
لیماکده	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
لرسانور	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی
گاورمک	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
لیاسرک	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
گاولیماک	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
واچ کلایه	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، دامپروری
سورمشک	اقامتی، صنایع دستی، دامپروری، باغبانی
کلایه بن	اقامتی، پذیرایی، گشت دریایی
سفید تمشک	اقامتی، پذیرایی، صنایع دستی، راهنمای گشت، ترانسفر سفر، دامپروری، شیلات
اشکه تچال	پذیرایی، راهنمای گشت، راهنمای کوه، ترانسفر سفر

در بخش یافته‌های تحقیق مراحل انجام مدل تاپسیس با هدف رتبه‌بندی انواع سیاست‌های گردشگری مؤثر بر کارآفرینی تشریح خواهد شد. مرحله اول از انجام این مدل به تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری اختصاص دارد. در واقع در

پژوهش حاضر ماتریس تصمیم‌گیری میزان تأثیرگذاری هر سیاست گردشگری بر شاخص‌های توسعه کارآفرینی را نشان می‌دهد که بر اساس پرسشنامه‌های پژوهش جمع‌آوری شده است.

جدول ۸. ماتریس تصمیم‌گیری سیاست‌های گردشگری و شاخص‌های توسعه کارآفرینی

انواع سیاست‌ها	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی	۵	۴	۵	۳	۵	۳	۳	۳	۴	۲
سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی	۴	۴	۵	۵	۴	۳	۴	۴	۴	۴
سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی	۴	۳	۴	۳	۵	۴	۵	۴	۵	۲
سیاست‌های بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلاتی به روستاها	۳	۵	۵	۵	۲	۳	۴	۳	۲	۵
سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها	۵	۳	۴	۴	۵	۴	۳	۴	۵	۴
سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها	۴	۵	۳	۵	۴	۵	۵	۲	۴	۳
سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها	۴	۴	۲	۴	۵	۳	۴	۴	۳	۵
راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی	۵	۵	۵	۳	۳	۴	۵	۳	۵	۲
ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	۵	۵	۲	۵	۵	۵	۴	۵	۳	۴
برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	۴	۴	۳	۴	۴	۴	۵	۱	۵	۲
ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	۵	۲	۵	۲	۵	۵	۴	۲	۴	۴
ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی	۲	۴	۵	۴	۲	۲	۲	۴	۲	۲
سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها	۳	۲	۲	۱	۱	۵	۳	۵	۵	۳
تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها	۲	۵	۴	۲	۵	۴	۵	۳	۴	۵
سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های گردشگری روستاها	۳	۵	۲	۵	۴	۲	۴	۲	۲	۲
سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستائیان؛	۲	۳	۳	۳	۳	۳	۲	۵	۵	۴
سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان	۳	۵	۲	۲	۲	۵	۳	۴	۳	۲
سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع همچون سلامت، ورزش غذا و ...	۵	۴	۵	۴	۵	۲	۵	۵	۶	۵
سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی	۴	۳	۴	۴	۴	۳	۴	۲	۵	۳
عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها	۵	۲	۲	۵	۲	۴	۲	۵	۲	۲
سیاست‌های طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای روستاهای گردشگر پذیر	۳	۴	۱	۴	۳	۲	۴	۳	۴	۵
ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها	۲	۵	۲	۲	۵	۵	۲	۲	۲	۴

انواع سیاست‌ها	K10	K9	K8	K7	K6	K5	K4	K3	K2	K1
- اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی	۲	۳	۵	۵	۳	۴	۳	۵	۲	۵
- اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها	۱	۵	۴	۲	۲	۲	۵	۳	۳	۲
- سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی روستاها	۵	۲	۲	۳	۵	۳	۴	۲	۴	۳
- سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها	۵	۳	۳	۴	۴	۵	۲	۵	۵	۳
- سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها	۴	۵	۵	۴	۲	۴	۵	۲	۲	۳
- برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی	۵	۴	۲	۵	۳	۴	۲	۴	۴	۲

مرحله دوم از مدل تاپسیس تشکیل ماتریس نرمال وزین است. در واقع در این مرحله باید داده‌ها را استاندارد نمود. برای این کار از رابطه زیر استفاده می‌شود. برای این منظور اعداد ماتریس تصمیم‌گیری را به توان ۲ می‌رسانیم. مجموع هر ستون از ماتریس و جذر این مجموع را محاسبه می‌کنیم. اعداد ماتریس تصمیم‌گیری را بر جذر به دست آمده تقسیم می‌کنیم و نهایتاً مقادیر نرمال شده را در وزن هر شاخص ضرب می‌کنیم. جدول شماره ۵، ماتریس نرمال وزین را نشان می‌دهد.

$$r_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sqrt{\sum_{k=1}^m a_{kj}^2}} \quad V_{ij} = \begin{bmatrix} w_1 r_{11} & w_2 r_{12} & \dots & w_n r_{1n} \\ w_1 r_{21} & w_2 r_{22} & \dots & w_n r_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ w_1 r_{m1} & w_2 r_{m2} & \dots & w_n r_{mn} \end{bmatrix}$$

رابطه ۱. تشکیل ماتریس نرمال در مدل تاپسیس (سمت راست)، رابطه ۲. تشکیل ماتریس نرمال وزین در مدل تاپسیس (سمت چپ)

همانگونه که اشاره شد، در این مرحله باید وزن نسبی شاخص‌های توسعه کارآفرینی محاسبه شود. برای این منظور از روش آنتروپی شانون استفاده شد.

$$P_{ij} = \frac{X_{ij}}{\sum_{i=1}^m X_{ij}} \quad j = 1, \dots, n$$

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m P_{ij} \times \ln P_{ij} \quad i = 1, 2, \dots, m$$

رابطه ۲. روش محاسبه آنتروپی هر شاخص (E)

$$k = \frac{1}{\ln m}$$

$$d_j = 1 - E_j$$

رابطه ۳. محاسبه فاصله هر شاخص از آنتروپی آن (D)

$$W_j = \frac{d_j}{\sum d_j}$$

رابطه ۴. محاسبه وزن هر شاخص (W)

براساس نتایج بدست آمده از مدل آنتروپی شانون، شاخص میزان علاقه جوانان و اهالی روستا به راه‌اندازی کسب و کارهای کوچک (K3) با وزن نسبی ۰/۱۳۹ نسبت به سایر شاخص‌ها از اهمیت نسبی بیشتری برخوردار است. شاخص میزان قدرت اقتصادی و توان خرید مردم روستا (K10) با وزن نسبی ۰/۱۳۰ در رتبه دوم قرار گرفت. شاخص‌های

میزان انجام فعالیت‌های نو و کارآفرینانه توسط زنان و دختران روستا (K2) و میزان وجود بازارهای محلی در روستا (K7) با وزن نسبی برابر با ۰/۰۷۵ از کمترین اهمیت نسبی برخوردار بودند.

جدول ۹. نتایج مدل آنتروپی شانون در تعیین وزن نسبی شاخص‌های توسعه کارآفرینی

K10	K9	K8	K7	K6	K5	K4	K3	K2	K1	مقادیر مدل
0.977	0.984	0.980	0.987	0.985	0.982	0.982	0.976	0.987	0.985	مقدار آنتروپی (E)
0.023	0.016	0.020	0.013	0.015	0.018	0.018	0.024	0.013	0.015	فاصله از آنتروپی (D)
0.130	0.092	0.114	0.075	0.083	0.101	0.103	0.139	0.075	0.087	وزن نسبی شاخص (W)

جدول ۱۰. ماتریس نرمال وزین سیاست‌های گردشگری و شاخص‌های توسعه کارآفرینی

K10	K9	K8	K7	K6	K5	K4	K3	K2	K1	انواع سیاست‌ها
0.0134	0.0175	0.0177	0.0108	0.0128	0.0242	0.0150	0.0368	0.0144	0.0219	سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی
0.0269	0.0175	0.0236	0.0144	0.0128	0.0194	0.0249	0.0368	0.0144	0.0175	سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی
0.0134	0.0219	0.0236	0.0180	0.0171	0.0242	0.0150	0.0294	0.0108	0.0175	سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی
0.0336	0.0088	0.0177	0.0144	0.0128	0.0097	0.0249	0.0368	0.0180	0.0131	سیاست‌های بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلاتی به روستاها
0.0269	0.0219	0.0236	0.0108	0.0171	0.0242	0.0199	0.0294	0.0108	0.0219	سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها
0.0202	0.0175	0.0118	0.0180	0.0213	0.0194	0.0249	0.0221	0.0180	0.0175	سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها
0.0336	0.0132	0.0236	0.0144	0.0128	0.0242	0.0199	0.0147	0.0144	0.0175	سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها
0.0134	0.0219	0.0177	0.0180	0.0171	0.0145	0.0150	0.0368	0.0180	0.0219	راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی
0.0269	0.0132	0.0295	0.0144	0.0213	0.0242	0.0249	0.0147	0.0180	0.0219	ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها
0.0134	0.0219	0.0059	0.0180	0.0171	0.0194	0.0199	0.0221	0.0144	0.0175	برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها
0.0269	0.0175	0.0118	0.0144	0.0213	0.0242	0.0249	0.0147	0.0072	0.0219	ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها
0.0134	0.0088	0.0236	0.0072	0.0085	0.0097	0.0199	0.0368	0.0144	0.0088	ارائه برنامه‌های متنوع

K10	K9	K8	K7	K6	K5	K4	K3	K2	K1	انواع سیاست‌ها
										آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی
0.0202	0.0219	0.0295	0.0108	0.0213	0.0048	0.0050	0.0147	0.0072	0.0131	سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها
0.0336	0.0175	0.0177	0.0180	0.0171	0.0242	0.0100	0.0294	0.0180	0.0088	تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها
0.0134	0.0088	0.0118	0.0144	0.0085	0.0194	0.0249	0.0147	0.0180	0.0131	سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های گردشگری روستاها
0.0269	0.0219	0.0295	0.0072	0.0128	0.0145	0.0150	0.0221	0.0108	0.0088	سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستائیان؛
0.0134	0.0132	0.0236	0.0108	0.0213	0.0097	0.0100	0.0147	0.0180	0.0131	سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان سیاست‌های توسعه
0.0336	0.0263	0.0295	0.0180	0.0085	0.0242	0.0199	0.0368	0.0144	0.0219	گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع همچون سلامت، ورزش غذا و ...
0.0202	0.0219	0.0118	0.0144	0.0128	0.0194	0.0249	0.0294	0.0108	0.0175	سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی
0.0134	0.0088	0.0295	0.0072	0.0171	0.0097	0.0249	0.0147	0.0072	0.0219	عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها
0.0336	0.0175	0.0177	0.0180	0.0085	0.0145	0.0199	0.0074	0.0144	0.0131	سیاست‌های طراحی محصولات گردشگری و یافتن بازار برای روستاهای گردشگر پذیر
0.0269	0.0088	0.0118	0.0072	0.0213	0.0242	0.0100	0.0147	0.0180	0.0088	ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها
0.0134	0.0132	0.0295	0.0180	0.0128	0.0194	0.0150	0.0368	0.0072	0.0219	اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی
0.0067	0.0219	0.0236	0.0072	0.0085	0.0097	0.0249	0.0221	0.0108	0.0088	اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها
0.0336	0.0088	0.0118	0.0108	0.0213	0.0145	0.0199	0.0147	0.0144	0.0131	سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی روستاها
0.0336	0.0132	0.0177	0.0144	0.0171	0.0242	0.0100	0.0368	0.0180	0.0131	سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها



انواع سیاست‌ها	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها	0.0131	0.0072	0.0147	0.0249	0.0194	0.0085	0.0144	0.0295	0.0219	0.0269
برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی	0.0088	0.0144	0.0294	0.0100	0.0194	0.0128	0.0180	0.0118	0.0175	0.0336

در ادامه و در مرحله سوم از انجام مدل تاپسیس، باید بالاترین و پایین‌ترین عملکرد برای هر شاخص در بین سیاست‌های گردشگری تعیین شود. در این پژوهش تمام شاخص‌ها همسو و مثبت هستند. لذا بالاترین و پایین‌ترین عملکرد هر شاخصی به ترتیب برابر با بیشترین و کمترین مقدار هر شاخص در ماتریس نرمال وزین خواهد شد.

جدول ۱۱. مقادیر ایده آل مثبت و منفی شاخص‌های توسعه کارآفرینی

مقادیر مدل	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
ایده آل مثبت	0.0219	0.0180	0.0368	0.0249	0.0242	0.0213	0.0180	0.0295	0.0263	0.0336
ایده آل منفی	0.0088	0.0072	0.0074	0.0050	0.0048	0.0085	0.0072	0.0059	0.0088	0.0067

مرحله چهارم مدل تاپسیس به محاسبه فاصله از راه‌حل ایده‌آل و ضد ایده آل اختصاص دارد. در این گام بر اساس رابطه زیر فاصله هر گزینه را ایده آل مثبت و منفی اش محاسبه می‌کنیم (روابط ۶ و ۷). نهایتاً با استفاده از رابطه شماره ۸، امتیاز نهایی هر آلترناتیو و یا سیاست گردشگری محاسبه می‌شود.

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^*)^2}$$

رابطه ۵. محاسبه فاصله از ایده آل پوینت مثبت

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2}$$

رابطه ۶. محاسبه فاصله از ایده آل پوینت منفی

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^- + S_i^*}$$

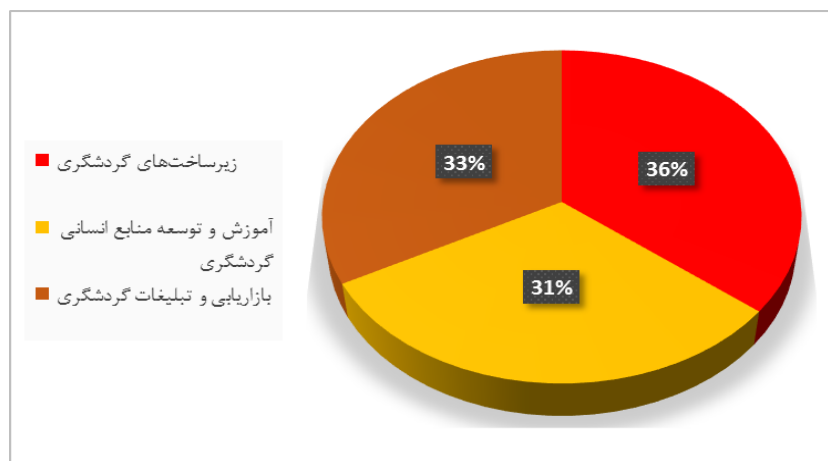
رابطه ۷. محاسبه امتیاز نهایی هر شاخص

جدول ۱۲. فاصله از ایده آل پوینت مثبت و منفی و امتیاز نهایی هر سیاست گردشگری

انواع سیاست‌ها	فاصله از ایده آل		امتیاز نهایی
	مثبت	منفی	
سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی	0.0293	0.0431	0.5951
سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی	0.0173	0.0695	0.8009
سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی	0.0265	0.0625	0.7021
سیاست‌های بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلاتی به روستاها	0.0287	0.0667	0.6996
سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها	0.0173	0.0677	0.7961
سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها	0.0288	0.0610	0.6791
سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها	0.0290	0.0628	0.6843
راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی	0.0279	0.0644	0.6979
ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	0.0268	0.0681	0.7175
برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	0.0361	0.0554	0.6057
ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	0.0325	0.0614	0.6540
ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی	0.0381	0.0549	0.5904
سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها	0.0413	0.0528	0.5608
تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها	0.0262	0.0653	0.7138
سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیتهای گردشگری روستاها	0.0423	0.0483	0.5326

انواع سیاست‌ها	فاصله از ایده آل مثبت	فاصله از ایده آل منفی	امتیاز نهایی
سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستائیان؛	0.0298	0.0582	0.6612
سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان	0.0408	0.0483	0.5421
سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع همچون سلامت، ورزش غذا و ...	0.0142	0.0780	0.8459
سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی	0.0274	0.0601	0.6870
عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها	0.0408	0.0541	0.5701
سیاست‌های طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای روستاهای گردشگر پذیر	0.0381	0.0563	0.5959
ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها	0.0408	0.0519	0.5597
اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی	0.0299	0.0642	0.6822
اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها	0.0414	0.0504	0.5492
سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی روستاها	0.0370	0.0555	0.6001
سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها	0.0254	0.0676	0.7269
سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها	0.0308	0.0612	0.6654
برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی	0.0308	0.0606	0.6629

نتایج مدل تاپسیس و آنتروپی شانون در اولویت‌بندی سیاست‌های گردشگری از لحاظ میزان تأثیرگذاری بر روی شاخص‌های توسعه کارآفرینی نشان داد که سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع همچون سلامت، ورزش غذا و... با نمره ۰/۸۴۵ بیشترین اثرات را بر کارآفرینی نواحی روستایی شهرستان رامسر داشت. سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی و همچنین سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها به ترتیب با نمرات ۰/۸ و ۰/۷۹۶ در رتبه‌های دوم سوم قرار داشتند. سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها، ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها، تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها و سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی نیز در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در ادامه نمرات میانگین برای سه حوزه اصلی زیرساخت‌های مورد مطالعه تحلیل شده است. در واقع میزان تأثیرگذاری زیرساخت‌های گردشگری، آموزش و توسعه منابع انسانی گردشگری و بازاریابی و تبلیغات گردشگری براساس نمرات نهایی بدست آمده از مدل تاپسیس محاسبه و اولویت‌بندی انجام شده است. نتایج در این زمینه نشان داد که سیاست‌گذاری در حوزه زیرساخت‌های گردشگری با نمره ۰/۷۰۶ بیشترین تأثیرات را بر توسعه کارآفرینی در نواحی روستایی خواهد داشت. سیاست‌گذاری در زمینه بازاریابی و تبلیغات گردشگری نیز با نمره ۰/۶۴۹ در رتبه دوم و نهایتاً سیاست‌گذاری در آموزش و توسعه منابع انسانی با نمره ۰/۶۱۹ در رتبه سوم قرار گرفت.



شکل ۳. اولویت‌بندی میزان تأثیرگذاری سیاست‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی

## نتیجه‌گیری

در حال حاضر، صنعت گردشگری از منابع مهم تولید درآمد، اشتغال و ایجاد زیرساخت‌ها برای نیل به توسعه پایدار، محسوب می‌شود. برنامه‌ریزی جهت توسعه گردشگری روستایی از آن دست اقداماتی است که در مناطق روستایی می‌تواند منجر به توسعه آن مکان شود. اما این مدل از توسعه فقط با برنامه‌ریزی از بالا محقق نمی‌شود. بلکه اقدامات کارآفرینانه از سوی جامعه محلی می‌تواند رشد و توسعه گردشگری و به طور خاص این نوع از گردشگری را به دنبال داشته باشد. اما اقدامات کارآفرینانه نیز تحت تأثیر فضایی که از آن به عنوان فضای کارآفرینی یاد می‌شود، قرار دارد. درک فضای کارآفرینی در قالب توصیف و تحلیل عوامل اقتصادی، عوامل اجتماعی - فرهنگی، عوامل خانوادگی، عوامل سیاسی - قانونی، عوامل محیطی، و زیرساخت‌های تأثیرگذار بر این فضا میسر است. در شرایطی که بسیاری از فعالیت‌های اقتصاد روستایی و سطح درآمد کشاورزی، طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده و افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و تحصیل کرده از جامعه روستایی، توسعه روستاها را به مخاطره انداخته است، اگر توسعه گردشگری به طور کامل در نواحی روستایی طرح‌ریزی شود، می‌توان تا حدودی این مناطق را از رکود و انزوا خارج کرد و موجب تنوع فرهنگی و گسترش توسعه روستایی و کشاورزی شد و بالاخره آن که گردشگری به علت وجود تقاضاهای جدید گردشگران و نیاز به تنوع محصولات و خدمات گردشگری، زمینه‌ای برای توسعه کسب و کارها، به ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط و توسعه کارآفرینی فراهم می‌آورد. در این پژوهش میزان تأثیرگذاری سیاست‌های گردشگری در سه حوزه زیرساخت‌ها، منابع انسانی و تبلیغات و بازاریابی بر روی ۱۰ شاخص کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج به طور کلی نشان از تأثیرات بالای سیاست‌های گردشگری بر روی کارآفرینی در محدوده مورد مطالعه داشت. در این زمینه می‌توان سیاست‌گذاری در زمینه زیرساخت‌های گردشگری نسبت به دو بعد دیگر تأثیرگذاری بیشتری داشت. بازاریابی و تبلیغات گردشگری و آموزش و توسعه منابع انسانی نیز از تأثیر قابل توجهی برخوردار بودند.

## سپاسگزاری

مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی بوده که در گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت از آن دفاع شده است.

## منابع

- ایزدی، حسن، و برزگر، سپیده (۱۳۹۲). کارآفرینی و توسعه روستایی؛ آموزه‌هایی از تجارب کشور چین، پژوهش‌های روستایی، سال ۴، شماره ۴.
- امیدی، نبی؛ محمدی، اسفندیار؛ و شیرینی، اردشیر (۱۳۹۶). تدوین راهبردهای توسعه صنعت گردشگری در استان ایلام، فرهنگ ایلام، سال ۱۸، شماره ۵۶ و ۵۷.
- ابراهیمی، محمدصادق، خاتون آبادی، سیداحمد، و بنی‌اسدی، ندا (۱۳۹۳). مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی روستایی، کارآفرینی و کشاورزی، سال ۱، شماره ۱.
- ارمغان، سیمین (۱۳۹۶). چالش‌ها و چشم‌اندازهای نقش کارآفرینی در توسعه روستایی ایران، جغرافیا، سال ۸، شماره ۱.
- بوزرجمهری، خدیجه، شایان، حمید، و قندهاری، الهام (۱۳۹۶). نقش و جایگاه گردشگری کشاورزی در توسعه روستایی، همایش منطقه‌ای ظرفیت‌های گردشگری و توسعه شهرستان فردوس، ۲۳ و ۲۴ اسفند.
- جعفری، مرضیه (۱۳۹۳). توسعه گردشگری روستایی از طریق کارآفرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما: دکتر پویا علاء‌الدینی، دانشکده علوم اجتماعی.
- جمعه‌پور، محمود (۱۳۸۷). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی: دیدگاه‌ها و روش‌ها، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، چاپ سوم، تهران.
- حبیبی، حسن، منشی‌زاده، رحمت‌الله، و رضویان، محمدتقی (۱۳۹۸). تبیین نقش گردشگری در کارآفرینی نواحی روستایی، مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی، سال ۱۴، شماره ۲.

- سلیمی سبحان، محمدرضا، حجت‌شمامی، سیروس، (۱۳۹۸). واکاوی نقش گردشگری در پایداری اقتصادی نواحی روستایی مورد: بخش رحمت آباد و بلوکات، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، جلد ۸، ویژه‌نامه گردشگری روستایی، ۱۸۹-۲۰۶.
- علی‌بیگی، جواد، و قاسمی، یارمحمد (۱۳۹۴). تأثیر گردشگری مذهبی بر کیفیت زندگی و سرمایه اجتماعی خانوارهای روستایی، مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۳، شماره ۶.
- غنیان، منصور، و فتوتی، هستی (۱۳۹۲). گردشگری راهکاری جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۵۹.
- غنیان، منصور، خانی، فضیله، و بقایی، لیلا (۱۳۹۰). ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی، پژوهش‌های روستایی، سال ۲، شماره ۳.
- فلاح حقیقی، نگین (۱۳۹۶). هرم توسعه کارآفرینی روستایی بر اساس اصول سیاست‌های توسعه روستایی اتحادیه اروپا، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، سال ۴، شماره ۱.
- فیروزی، محمدعلی، گودرزی، مجید، و زارعی، رضا (۱۳۹۲). بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، سال ۳، شماره ۱۲.
- کریمی، سعید (۱۳۹۳). کارآفرینی روستایی: چالش‌ها و فرصت‌ها، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، سال ۱، شماره ۳.
- کاظمی، مصطفی‌پور، سعادت‌پور، سمیرا و بیطرف، فاطمه (۱۳۹۰). تأثیر تصویر ذهنی گردشگران بر ارزش ادراک شده از شهرهای ساحلی دریای خزر با تأکید بر نقش واسط کیفیت عوامل ادراک شده، پژوهش و برنامه‌ریزی شهری، سال ۶، شماره ۲، صص: ۳۴-۱۹.
- ملکی، سعید، پرویزیان، علیرضا، و احمدی، هاجر (۱۳۹۶). سنجش کارایی و رتبه‌بندی شاخص‌های طبیعی و زیرساخت‌های گردشگری در شهرستان‌های استان ایلام، فرهنگ ایلام، سال ۱۸، شماره ۵۴ و ۵۵.
- ناظم تقوی، علی، و صفری، آرش (۱۳۸۹). توسعه روستایی و کارآفرینی روستایی، دانشگاه جامع علمی کاربردی، جهاد دانشگاهی مشهد.
- نصیری‌مقدم، منوچهر، و خوش‌سیما، صدیقه (۱۳۹۴). گردشگری روستایی راهبردی برای توسعه پایدار روستایی، جغرافیایی فضای گردشگری، سال ۴، شماره ۱۴.
- نیک‌رفتار، طیبیه، و نصرتی‌فر، زهرا (۱۳۹۶). تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری روستایی البرز، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۶، شماره ۶.
- Bredvold, R, Skålen, P.(2016), Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry, *Tourism Management, Vol 56, p: 96*.
- Chowdhury, M.S. (2007). Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1 (3), 240-251.
- Dobrev, S. and Barnett, W. (2005). Organizational Roles and Transition to Entrepreneurship cademy of , *Management Journal*, 48 (3): 433- 449.
- Figueiredo, E. and Raschi, A. (2013). Trekking out of the crisis: is there a role for rural tourism? Working group number: 17, XXV ESRS Congress, Florence, Italy, and 29 July- 1 August, 2013. <http://www.florenceesrs2013.com>
- Fons, M. V. S., Fierro, J. A. M., & y Patino, M. G. (2011). Rural tourism: A sustainable alternative. *Applied Energy*, 88 (2), 551-557.
- Gamma C., Montserrat v., Gerda K., Asuncion, B., (2004). Rural tourism in Spain: an Analyses of Recent Evolation, *Geoforum*, No26.
- Hrubcova, G., Loster, T., & Obergruber, P. (2016). The economic effects of tourism in the group of the least developed countries. *Procedia Economics and Finance*, 39, 476-481.
- Martin, J. S., & Novicevic, M. (2010). Social entrepreneurship among Kenyan farmers: A case example of acculturation challenges and program successes. *International Journal of Intercultural Relations*, 34(5), 482-492.
- Peak & Marshall, (2006). Nowoczesne metody doboru i oceny personelu (Modern methods of personnel selection & assessment). Wyd. Profesjonalnej Szkoły business, Krakw.
- Poon, J. P., Thai, D. T., & Naybor, D. (2012). Social capital and female entrepreneurship in rural regions: Evidence from Vietnam. *Applied Geography*, 35(1-2), 308-315.
- Zamora, O. M. (2011). Development Instruments for the Cross-Border Cooperation in Ukraine, In: Problems of tourism development on rural areas, Krystyna Krzyżanowska (ed.), Warsaw University of Life Sciences Press, Warsaw 2011, pp: 109- 121.