



جغرافیا و روابط انسانی، زمستان ۱۳۹۷، دوره ۱، شماره ۳

## تأثیر کارآفرینی گردشگری بر اقتصاد فضایی روستاها نمونه مورد مطالعه: دهکده گردشگری عباس برزگر، بوانات

زهرا ترکاشوند

استادیار گروه جغرافیای انسانی دانشکده جغرافیای دانشگاه تهران

*ztorkashvand@ut.ac.ir*

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۰۴

### چکیده:

کارآفرینی یکی از عوامل مهم تغییر در روستاها است که نیروهای نهادها و افراد دست‌اندرکار برنامه‌ریزی توسعه روستایی را به خود معطوف نموده‌است و به موازات آن، گردشگری روستایی یکی از منابع کارآفرینی و تغییر به حساب می‌آید. در این مقاله تلاش می‌شود بررسی شود که چگونه یک ایده فرصت‌آفرین می‌تواند مسیر مناسبی را برای تحریک توسعه اقتصادی روستاها و ایجاد حرکت در جریان‌های فضایی اطراف خود، به وجود آورد. هدف از انجام این مقاله بررسی بخش‌هایی از اقتصاد ناحیه‌ای است که گردشگری آنها را متحول نموده است. دهکده گردشگری عباس برزگر واقع در روستای بزم از توابع شهرستان بوانات و آثار ناشی از فعالیت آن در روستا و ناحیه روستایی بوانات به صورت میدانی و از طریق مشاهده، پرسشنامه و مصاحبه مورد بررسی واقع شده‌است. فعالیت این مجتمع و سایر فعالیت‌های مشابه می‌تواند، انواع حرکت‌ها و جریان‌های اقتصادی را به نفع توسعه اقتصاد روستایی، در فضا ایجاد نماید. تحولات اقتصادی، اجتماعی بعد از فعال شدن این مجتمع نسبت به قبل از آن مورد بررسی و مقایسه قرار گرفته‌اند. اطلاعات جمع‌آوری شده نشان می‌دهند، فعالیت گردشگری این مجتمع توانسته‌است با سایر بخش‌های اقتصادی پیوند ایجاد کرده و آنها را در سمت و سوی توسعه ناحیه روستایی حوزه نفوذ روستای بزم قرار دهد. از مهم‌ترین آثار مورد مشاهده می‌توان به بازدید گردشگران خارجی، رونق بازدید گردشگران داخلی، فروش صنایع دستی و غذاهای محلی و تولید ارزش افزوده اشاره نمود. افزایش ارتباطات فرا ناحیه‌ای و ایجاد تبادلات مالی و کالایی در ناحیه و فراتر از آن، جزء مهم‌ترین این آثار هستند. بنابراین تمرکز بر توسعه گردشگری روستایی می‌تواند با به‌کار گرفتن عوامل موجود در روستا مانند مناظر طبیعی، آداب و رسوم عناصر فرهنگی دهقانی و عشایری که تا کنون جزء منابع به‌شمار نمی‌آمده‌اند و نیروی کار روستایی، جریان‌های مثبت اقتصاد فضایی روستاها فعال نماید.

**کلید واژه:** گردشگری روستایی، توسعه اقتصادی و اجتماعی، فضای اقتصادی، دهکده گردشگری عباس برزگر.

گردشگری و اقتصاد گردشگری در حال حاضر در حال تبدیل شدن به یکی از ارکان اصلی اقتصاد تجاری جهان است. توسعه و رشد گردشگری روستایی غالباً با سهمی که در بهسازی اجتماعی و اقتصادی مناطق روستایی دارد متناسب است. مسلماً بخش کوچکی از گردشگری را گردشگری روستایی تشکیل می‌دهد که البته سهم مهمی را در اقتصاد مناطق روستایی دارد، مهمترین هدف توسعه گردشگری، توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق گردشگری است. بنابراین آماده سازی صنعت گردشگری روستایی روند پیچیده‌ای دارد. یادآور می‌شود که گردشگری روستایی تنها شامل جاذبه‌ها، امکانات و فعالیت‌های تفریحی نمی‌شود، بلکه از نظر بسیاری از بازدیدکنندگان، محیط زیست روستایی و درک مفهوم روستا، بخشی از تجارب گردشگری هستند (جولیا شارپلی، ۱۳۸۰، ص ۲۷ و ۳۶).

اگرچه توسعه اقتصادی روستاها بیشتر برونزا و با تاکید بر عوامل بیرونی توسعه می‌باشد اما گردشگری یک سری اثرات مثبت اقتصادی در نواحی روستایی در پی دارد که از جمله آن می‌توان به ایجاد اشتغال و درآمد، کمک به فراهم شدن خدمات زیربنایی، تشویق توسعه سایر بخش‌های اقتصادی و تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصاد روستایی اشاره کرد (Butler et al, 1997; 28). به‌رغم این موضوع، گردشگری روستایی فعالیت بسیار پیچیده‌ای است که با بخش‌های دیگر جامعه و اقتصاد وجوه مشترکی دارد. در نتیجه دارای آثار و پیامدهای مختلفی می‌باشد که می‌باید در فرآیند برنامه‌ریزی تمامی جوانب آن مورد ملاحظه قرار بگیرد تا از عوامل منفی جلوگیری شود و تاثیرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و محیطی مرتبط با آن افزایش پیدا کند. این در حالی است که اگرچه بیش از یک قرن است که گردشگری در بسیاری از مناطق روستایی وجود داشته و در مواردی منبع اصلی درآمد و اشتغال‌زایی بوده‌است اما همواره خلأ وجود استراتژی‌ها و برنامه‌ریزی‌های کارآمد در سیاست‌های توسعه روستا برای فراهم آوری و یکپارچه‌سازی کارکردهای گردشگری با توسعه روستایی احساس شده‌است (شارپلی، ۱۳۸۰، ص ۱۹۰). در نهایت باید به این نکته توجه داشت که توریسم از دید اقتصادی، یکی از راه‌های بازگشت سرمایه است و بالاترین ضریب انباشت را دارد، زیرا سرمایه به صورت ارز وارد کشور می‌شود (سرلک، ۱۳۸۰، ص ۲۴۱). در مناطق روستایی، گردشگری به عنوان یک بخش ذاتی از ساختار به هم پیوسته اقتصادی، اجتماعی با بخش کشاورزی پذیرفته شده‌است. به طور مشخص گردشگری بر پایه امکانات نواحی روستایی پایه گذاری شده‌است. هر چند چگونگی رابطه آن با بخش کشاورزی هنوز مشخص نگردیده‌است (Fleischer, 2005, 493).

اگر ساخت و کارکردهای توریسم روستایی را بخواهیم در سطحی عمیق‌تر تحلیل کنیم، مسائل متعددی در زمینه برنامه‌ریزی نظام‌مند و جامع برای توسعه توریسم روستایی به چشم می‌خورد. جنبه‌ای از توریسم روستایی که در حال حاضر شناخته شده، همانا به سودآوری اقتصادی خدمات توریسم روستایی برمی‌گردد و زمانی که تقاضا برای خدمات نازل است و میزان انتقال در سطحی قابل قبول قرار ندارد، سرمایه‌گذاری بالا برای خلق یا بهبود تسهیلات توریستی لازم به نظر می‌رسد. از پیامدهای منفی گسترش توریسم روستایی می‌توان به تخریب منابع طبیعی و جاذبه‌های توریستی مناطق روستایی، تغییرات نامطلوب فرهنگی، اجتماعی به دلیل ترویج و رشد ناهنجاری به جای مانده از فرهنگ گردشگران، انتقال بی‌برنامه نیروی کار از بخش تولیدات روستایی به سمت خدمات توریستی و در

نتیجه رکود و نزول رشد پایداری اقتصادی جوامع روستایی را برشمرد و در این راستا باید توجه نمود که ظهور یا تاثیر بسیاری از پیامدهای مثبت یا منفی بر شمرده شده مخصوصاً در حیطه فرهنگی و تغییر آداب و رسوم و شیوه زندگی مردم روستایی غیر محسوس ولی پایدار است (Gannon, A, 2003, 54-60). در مقابل، انجام چنین تحقیقاتی در زمانی که نگاه‌های بسیاری به سمت گردشگری است تا در توسعه نواحی روستایی باعث تحرک شود، توجه را به این موضوع جلب می‌نماید که گردشگری خاصیت فضا سازی دارد و شاید بتوان از ظرفیت‌های فضا سازی آن بهره بیشتری برد و چه بسا با وجود ایجاد برخی تغییرات منفی که محققان به آنها اشاره کرده‌اند، بتوان مانع تاثیرات ناخوشایند و غیر منتظره شد.

با توجه به مطالب فوق و به منظور بهبود عملکرد توسعه‌ی اقتصادی در مناطق روستایی بویژه درون‌زا کردن این توسعه از آنجایی که اعتقاد نگارندگان بر این است که شناسایی پتانسیل‌ها و محدودیت‌های توریستی منطقه روستایی می‌تواند تاثیر سازنده‌ای بر برنامه‌ریزی مناسب گردشگری در مناطق روستایی و رفع مسائل و مشکلات روستاها و روستاییان داشته باشد. این پرسش که آیا فعالیت‌های گردشگری مسیر مناسبی برای تحریک جریان‌های اقتصاد ناحیه‌ای روستاها سوال اصلی این تحقیق را تشکیل می‌دهد؟

تلاش صورت گرفته در تاسیس و راه‌اندازی فعالیت گردشگری بویژه در مناطق روستایی از قدرت تولیدی این مناطق نمی‌کاهد. هرچند به نظر می‌رسد باعث افزایش بهره‌وری نیروی کار نیز می‌گردد. علاوه بر این در گردشگری کارآفرینانه روستایی سعی می‌شود ظرفیت‌هایی به کار گرفته شوند که تا کنون مورد استفاده قرار نگرفته حتی شناسایی و معرفی هم نشده‌اند. پیش بینی ما این است که استفاده از فرصت‌های گردشگری در روستاها باعث تحریک جریان‌های درونی شده و کمک شایانی به امر برنامه‌ریزی برای توسعه می‌نماید. گردشگری کارآفرینانه می‌تواند بدون بهره‌برداری بیش از حد منابع یا معطل گذاردن آنها ارزش افزوده مطلوبی را ایجاد نماید. هدف از انجام این تحقیق، بررسی فضاهای اقتصادی است که در اثر رونق فعالیت گردشگری در روستای امامزاده بزم و ناحیه روستایی به وجود آمده است.

### مبانی نظری:

هر فعالیتی در روستا مستلزم پاسخ‌گویی روشن و شفاف به این دو مشکل عمده موجود در نواحی روستایی، یعنی فقر و بی‌کاری، است. گردشگری با توجه به توانایی‌های انکارناپذیر در اشتغال‌زایی و تعریف منابع درآمدی غیر کشاورزی می‌تواند در این میان راه‌گشا باشد ( غنیان، خانی و بقایی، ۱۳۹۰، ۱۰۳). با شروع هزاره جدید فعالیت گردشگری رونقی به‌سزا یافته و هر روز بر اقبال به آن می‌افزاید به طوری که پیش‌بینی‌ها حکایت از اختصاص میزان قابل توجهی از درآمدهای جهانی به این بخش دارد. توسعه گردشگری در نواحی روستایی کشورهای در حال توسعه به عنوان یکی از سیاست‌های موثر جهت توسعه همه‌جانبه نواحی روستایی اهمیت فوق‌العاده یافته است ( عنابستانی و وصال، ۱۳۹۵، ۱۲۸).

رشد صنعت گردشگری و پتانسیل این صنعت برای توسعه اقتصادی دیدگاهی مهم در ادبیات گردشگری به شمار می‌رود. تیلور ویژگی تقاضای گردشگری را سرعت تغییرات آن می‌داند و معتقد است بعد عرضه باید توانایی انطباق سریع با تغییرات بازار تقاضا را داشته باشد (غنیان و فتوتی، ۱۳۹۲، ۳۰). در میان صنایع رو به رشد، صنعت گردشگری به‌علت تأثیرگذاری آن بر فرایند تولید، اشتغال و توسعه اقتصادی، برای بسیاری از کشورها از اهمیت خاصی برخوردار است. آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه‌ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می‌دهد، باعث شده است که گردشگری، مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به‌عنوان یک صنعت تلقی شود (اربابیان، زمانی و رحیمی، ۱۳۹۳، ۱۲۷). روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه گردشگری گرد هم آورده و با تلاش و کوشش خلاقانه فرصت‌ها را شناسایی و بهره‌گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی خلق می‌کنند که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌شود. بنابراین، روستاییان کارآفرین گردشگری ذهنیت کارآفرینی و ظرفیت‌های موجود را ترکیب کرده و یک فعالیت اقتصادی جدید و یا ارتقا یافته را به نام گردشگری روستایی خلق می‌کنند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آنها تولید می‌کند (افتخاری، پورطاهری و فضلی، ۱۳۹۳، ۸۸). گردشگری روستایی ظرفیت نامحدودی از ارزش‌های پیشنهادی کسب‌وکارهای کارآفرینانه را با خود دارد.

مناطق روستایی در حاشیه مانده در کشورهای در حال توسعه برای بقای خود با محدودیت‌های متعددی به ویژه در توسعه اقتصادی مواجه هستند؛ زیرا که اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیت‌های کشاورزی به تنهایی توانایی نگهداشت جمعیت در حال رشد آنها را نداشته و همین امر منجر به آسیب‌پذیری و شکننده بودن شرایط اقتصادی، کیفیت پایین سطح زندگی، نارسایی‌های زیرساختی - خدماتی و نظایر آن می‌شود. به همین دلیل بایستی گزینه‌های جدیدی با استفاده از منابع محلی و ظرفیت‌های موجود این مناطق مورد توجه قرار گیرد (محمودزاده و ارجمندیان، ۱۳۹۶، ۱۳۲). گذشت زمان و تجربه بسیاری از کشورها در مناطق روستایی نشان داده‌است، توسعه‌ی بخشی توان لازم را برای گردآوری امکانات و زمینه‌های مورد نیاز توسعه ندارد و امر برنامه‌ریزی توسعه را با کندی مواجه می‌نماید. بنابراین ضروری می‌نماید برنامه‌ریزان به سمتی جهت‌گیری کنند که حداکثر قوای محیطی و اجتماعی جامعه را به کار گیرد. صنعت گردشگری از دسته راهکارهایی است که قابلیت همسو نمودن توان‌های گوناگون جامعه را در رسیدن به هدف کلی داشته و قادر است زمینه را برای توسعه جامعه و مناطق روستایی فراهم نماید.

فعالیت گردشگری در نواحی روستایی به طور چشمگیری از دهه ۷۰ در همه کشورهای توسعه یافته افزایش یافته‌است که بیشتر در زمینه اقتصاد گردشگری روستایی برای کشاورزان و جوامع محلی مورد توجه قرار گرفت. این موضوع نقشی کلیدی در توسعه بعضی مناطق روستایی که از نظر اجتماعی و اقتصادی دچار رکود شده بودند، ایفا نموده‌است (Rosa, 2005, 1101). این فعالیت از طرفی به دلیل نوع کارهایی که در حیطه آن انجام می‌شود جزء بخش خدمات است و در اصطلاح رایج علمی به صنعت معروف می‌باشد. امروزه صنعت گردشگری یکی از

اشتغال‌زاترین و پردرآمدترین صنایع به شمار می‌رود و بیشتر کشورهای جهان در تلاش گسترده‌ای در جهت تقویت و بهبود وضعیت آن هستند. ماشینی شدن زندگی غالب مردم تمایل آنان را برای گذران اوقات فراغت در محیط‌های طبیعی و روستایی اطراف شهرها افزایش داده است (رحیمی، ۱۳۸۱، ص ۲۲۶). در اروپا مفهوم گردشگری روستایی معمولاً برای توصیف گردشگری کشاورزی (گردشگری مبتنی بر مزرعه) به کار برده می‌شود، اما در صورت لزوم همه فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی را دربر می‌گیرد و توصیف می‌کند (EC- AEIDI, 2004, I). بنابراین گردشگری روستایی به کلیه فعالیت‌ها و خدماتی گفته می‌شود که بوسیله کشاورزان و مردم و دولت‌ها برای تفریح، استراحت و جذب گردشگران در نواحی روستایی صورت می‌گیرد، همچنین می‌تواند شامل گردشگری کشاورزی، گردشگری مزرعه، گردشگری طبیعی و گردشگری فرهنگی شود (Briedenhann, 2004, I). در دهه پایانی قرن بیستم بسیاری از برنامه‌ریزان اجتماعی، اقتصادی در کشورهای اروپایی گردشگری را روشی مطمئن با چشم‌اندازی بسیار روشن برای توسعه روستاها بویژه محرومترین آنها معرفی کرده‌اند. مطالعات انجام شده در کشورهای فرانسه، اتریش، سوییس، انگلستان، ایرلند، تایلند و ژاپن نشان می‌دهد که گردشگری روستایی به سرعت در اقتصاد روستایی رشد کرده و مکمل فعالیت‌های کشاورزی شده است. ماهیت صنعت گردشگری ایجاد اشتغال و درآمد، متنوع سازی اقتصاد، مشارکت اجتماعی و استفاده از منابع محلی است. از آنجا که بخش اعظم مشکلات عقب ماندگی و توسعه نیافتگی روستایی نیز به فقدان این صنعت برمی‌گردد، گردشگری روستایی با حل مسائل و مشکلات فوق می‌تواند به توسعه روستایی کمک نماید (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۲۳، ۱۳۸۱). با این حال گردشگری روستایی از دو جهت دارای اهمیت است: یکی از دیدگاه حضور یک فعالیت گسترده جهانی و دیگر تاکید بر سیاست‌های توسعه‌ای منطقه‌ای و محلی. از اوایل دهه ۱۹۸۰ مناطق روستایی در بسیاری از کشورها از تحولات زیر بنایی که در اقتصاد ملی و ناحیه‌ای رخ داده‌اند، تاثیر پذیرفته‌اند. مناطق کمی توانسته‌اند از مشکلات کاهش جمعیت، پایین آمدن سطح اشتغال و درآمد، کمبود خدمات دولتی و از دست دادن هویت روستایی و فرهنگی بگریزند. بنابراین باید پذیرفت که سیاست‌های جدیدی برای کمک به بهسازی اقتصادی و اجتماعی جوامع روستایی مورد نیاز است. از جمله در بسیاری از کشورها برنامه ریزان و سیاست‌گذاران به گردشگری به دیده صنعتی برای ثبات اقتصادی و جمعیتی برای جوامع روستایی نگریسته و توسعه را راه حل بسیاری از مشکلاتی می‌دانند که مناطق روستایی گرفتار آن هستند. بنابراین گردشگری باید به عنوان عنصری ارزشمند و مهم در توسعه اقتصادی روستا شناخته شود (شاریلی، ۱۳۸۰، ۱۰۹).

### پیشینه مطالعاتی تحقیق

طیبی و همکاران (۱۳۸۶) در تحقیقی در همین راستا با عنوان «بررسی رابطه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۳۸-۱۳۸۳» دریافته‌اند که گردشگری بین‌المللی و رشد اقتصادی در ایران دارای یک رابطه علی دو طرفه است و بین این دو متغیر یک تعادل بلند مدت وجود دارد (طیبی و دیگران، ۱۳۸۶، ۸۳). به اعتقاد آنان هرچه کشور از رشد اقتصادی بیشتری برخوردار باشد، از تعداد گردشگران بیشتری برخوردار است و همچنین هرچه گردشگری بین‌المللی کشور از میزان توسعه بالاتری برخوردار باشد، کشور به رشد اقتصادی بیشتری نیز دست خواهد یافت (همان، ۱۰۵).

در تحقیق دیگری (۲۰۰۹) با عنوان «کسب و پیشه‌های گردشگری کشاورزی به‌عنوان شکلی از کشاورزی شهری چند عملکردی برای توسعه ماقبل شهری در چین» نگارندگان در دوره‌ای بین سال‌های ۲۰۰۴-۲۰۰۸ به بررسی گردشگری کشاورزی و نقشی که می‌تواند در توعه ایفا نماید، پرداخته‌اند. آنان توریسم کشاورزی را عامل پیوند شهر و روستا دانسته‌اند که می‌تواند در ضمن، ارتقاء کیفی محصولات کشاورزی، فواید گسترده‌ی اقتصادی، محیطی و اجتماعی و نیز توسعه پایدار روستا، شهری را بوجود آورد (Yang et al, 2009, 374). این تحقیق نشان داده، در محدوده مورد مطالعه، گردشگری سطح درآمد را افزایش داده و باعث توسعه‌ی اقتصادی شده‌است (همان، ۳۸۴).

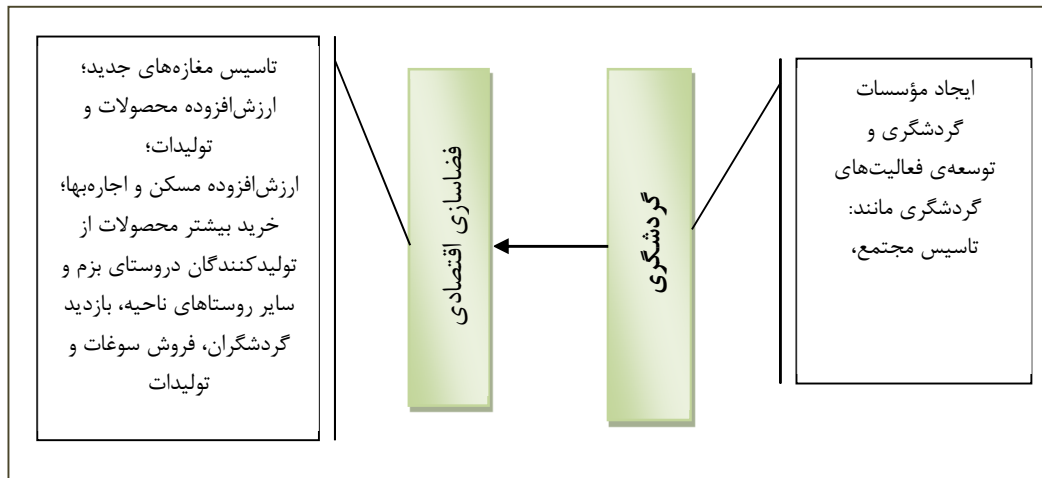
در مقاله‌ی دیگری (۲۰۰۵) با عنوان «گردشگری، کشاورزی و متنوع سازی: یک مطالعه‌ی نگرشی» نویسندگان در یک بررسی جامع علمی، گردشگری را به‌عنوان فعالیتی مطرح کرده‌اند که از طریق آن، کشاورزان قادرند، از محیط مزرعه بهره‌ی بیشتری ببرند و علاوه بر این درآمد اضافی کسب کنند (Sharpley & Vass, 2006, 1046). با تحقیقاتی که به‌عمل آمده‌است، نگارندگان مناسب بودن این روش را برای کسب درآمد، از نظر صاحبان مزارع ارائه کرده‌اند. از نظر این افراد گردشگری بر سایر روش‌ها ارجحیت دارد (همان، ۱۰۴۷).

در بررسی که از وضعیت گردشگری در مالزی (۲۰۰۶) با عنوان «گردشگری در نواحی روستایی: کداه، مالزی» صورت گرفته‌است، تلاش شده‌است که براساس ظرفیت‌سازی در روستاها و استفاده از توان‌های موجود در آنها انحصار درآمدزایی سنتی شکسته‌شود. برای دستیابی به این هدف ایجاد و رونق گردشگری روستایی پیشنهاد شده‌است. در این مقاله گردشگری به‌عنوان یک ابزار قوی و مناسب برای تحریک توسعه معرفی شده‌است (Liu, 2006, 888).

### روش تحقیق:

جهت دستیابی به توسعه اقتصاد روستایی از طریق گسترش گردشگری منابع مربوط و مبانی نظریه‌ای تحقیق تشکیل شده‌اند. در ادامه مجتمع گردشگری امامزاده بزم که چند سالی بیش نیست که از تاسیس آن می‌گذرد، به‌صورت میدانی و از طریق مشاهده مورد مطالعه قرار گرفته‌است. آثار عمده اقتصادی ناشی از فعالیت گردشگری این مجتمع در روستای مربوط و حوزه نفوذ روستایی شناسایی شده‌اند. اطلاعات مورد نیاز به‌وسیله مطالعه میدانی و از طریق حضور در محل و مصاحبه با مدیر مؤسس مجتمع گردشگری، نخبگان محلی، تعدادی از اهالی روستای بزم و آژانس مسافرتی همکار، که به تعداد ۲۵ نفر می‌رسد، جمع‌آوری و در جهت مبانی نظری مورد استفاده و تحلیل قرار گرفته‌اند. اساس این مقاله بر تبیین تاثیر ایجاد و توسعه فعالیت گردشگری بر توسعه اقتصادی فضایی روستایی بنا نهاده شده‌است. در این میان عناصر مربوط به دو بخش اقتصاد و اجتماع تحت تاثیر رونق گردشگری به تحرک درآمده و ایجاد درآمد، ارزش افزوده بیشتر می‌نمایند.

شکل ۱ مدل مفهومی تحقیق



به منظور گردآوری داده‌های مورد نیاز تحقیق، پرسشنامه‌ای متشکل از سوال‌های ترتیبی در طیف پنج گزینه لیکرت و شامل شاخص‌های اقتصادی مورد تحقیق، تهیه و در بین پاسخ‌گویان توزیع گردید. در کنار تکمیل پرسشنامه، مصاحبه‌هایی با افراد صورت گرفت تا اطلاعات تکمیلی که در قالب پرسشنامه دستیابی به آنها امکان‌پذیر نمی‌باشد، به دست آیند. اعتبار درونی این پرسشنامه به وسیله آزمون آلفای کرونباخ مورد سنجش قرار گرفت که عدد قابل قبول ۰/۸۹۵ به دست آمد.

**محدوده مورد مطالعه:**

شهرستان بوانات در طول ۳۶ و ۵۳ و عرض ۳۳ و ۳۰ درجه جغرافیایی و در شمال شرقی استان فارس قرار دارد و از شرق و شمال به استان یزد (از شرق به شهرستان خاتم و از شمال به شهرستان ابرکوه)، از جنوب به شهرستان‌های ارسنجان و مروودشت و از غرب به شهرستان‌های خرم‌بید و پاسارگاد محدود می‌گردد. حداقل ارتفاع این منطقه از سطح دریا ۱۵۰۵ متر و حداکثر ارتفاع قله کوه خاتون با ۳۳۶۲ متر می‌باشد. منطقه کوهستانی و سردسیر بوده و زمستان‌های طولانی و سرد و تابستان‌های کوتاه و خنک دارد. طول دوره یخبندان در این شهرستان به طور متوسط ۷۰ روز است.

بوانات در سال ۱۳۱۶ از دهستان به بخش و در سال ۱۳۷۴ از بخش به شهرستان ارتقاء یافته و از سال ۱۳۴۳ دارای شهرداری است. این شهرستان با مرکزیت شهر سوریان از دو بخش تشکیل شده است:

- ۱- بخش مرکزی با ۴ دهستان و جمعیت ۳۲۲۱۰ نفر
- ۲- بخش سرچهان با ۳ دهستان و جمعیت ۱۹۷۸۸ نفر

این شهرستان به خاطر وجود رودخانه بوانات، مساعد بودن هوا و حاصل‌خیزی خاک شکل گرفته و توسعه یافته‌است. شغل اصلی و عمده مردم آن کشاورزی و باغداری می‌باشد. آب مورد نیاز برای کشاورزی از رودخانه بوانات و قنات‌های منطقه تامین می‌شود. عمده ترین محصولات کشاورزی این شهرستان را گندم، جو، گردو، انگور، سیب، آلو، کشمش و پنبه تشکیل می‌دهد. از نظر اهمیت، دامداری پس از کشاورزی قرار گرفته و فرآورده‌های دامی و لبنی از تولیدات این بخش است که عموماً به مصارف داخلی می‌رسد. کشمش، گردو و آلو نیز جزء محصولات صادراتی این منطقه محسوب می‌شود. گیوه‌دوزی و قالببافی از صنایع دستی این شهرستان است. شهرستان بوانات از جاذبه‌های طبیعی مثل غارها، چشمه‌ها و جاذبه‌های تاریخی چون مسجد جامع سوریان برخوردار است. روستای بزم درفاصله ۱۸ کیلومتری شهر سوریان و در دهستان سروستان قرار گرفته و به خاطر وجود مرقد امامزاده شاه میرحمزه به روستای امامزاده بزم معروف شده‌است. این امامزاده از فرزندان امام موسی کاظم(ع) است. بنای کنونی امامزاده عبارت است از یک گنبد مدور به ارتفاع تقریبی ۱۶ متر که سبک طاق مدور آن عیناً شبیه بازار قیصریه لار می‌باشد. دور تا دور بدنه طاق در فواصل معین گنبد‌های کوچکی از خط کوفی تزئینی قرار گرفته‌است. همچنین سه شاه نشین در جهات شمال، جنوب و شرق واقع گردیده و در ورودی به سمت غرب باز می‌شود. محوطه امامزاده شامل فضای نسبتاً بزرگی است که درختان چنار کهنسال آن حاکی از قدمت زیاد این بنا است.

شغل اهالی عمدتاً کشاورزی با محوریت باغداری سپس زراعت دیم و پس از آن دامداری است. انواع کشمش، انواع پره‌ها، بادام، گردو و آلو عمده‌ترین محصولات این روستا هستند. در چند سال اخیر به دلیل وجود شرایط خشکسالی در این منطقه اوضاع زراعت چندان جالب نبوده و رونقی نداشته است. علاوه بر این روستا دارای استعداد‌های گردشگری است که از آن جمله می‌توان به حضور عشایر، تولید صنایع دستی (قالیچه و بالاپوش نمدی)، امامزاده، مناظر طبیعی، باغات، آثار تاریخی و رودخانه اشاره نمود. جمعیت روستای بزم در سال ۱۳۸۹ دارای ۶۱۹ نفر است که از این تعداد ۳۱۹ نفر مرد و ۳۰۰ نفر زن می‌باشند. روستا فاقد بی‌سواد در بین جمعیت فعال است. در این روستا حدود ۲۵-۳۰ نفر بیکار موقت وجود دارد که علت بیکاری این افراد به خشکسالی‌های اخیر مربوط می‌شود. نرخ مهاجرت در این روستا به صفر رسیده است (خانه بهداشت روستا، ۱۳۸۹).

### دهکده گردشگری عباس برزگر:

این مجتمع در سال ۱۳۸۳ و در ابتدا با امکانات بسیار محدود و ساده آغاز به فعالیت نموده است. مهمانان اولیه این مجتمع به‌طور پراکنده جذب و اسکان داده می‌شده‌اند. عملیات جذب برنامه‌ریزی‌شده‌ی گردشگران تقریباً پنج سال است که آغاز گردیده و روند بسیار خوبی هم داشته‌است. آژانس‌های مسافرتی متعددی در شهر شیراز با این مجتمع همکاری می‌کنند. مسافران و گردشگران بسیاری از داخل و خارج کشور به این روستا سفر کرده و از امکانات موجود بازدید و استفاده می‌نمایند. تعداد بازدید کنندگان از این مجتمع تنها در تعطیلات نوروز سال ۱۳۸۹ حدود هفتاد هزار نفر اعلام شده‌است.



مجتمع دارای چهارده اتاق، سه سوئیت و یک ویلا می‌باشد که در صورت نیاز از واحدهای آماده‌شده بوسیله سایر روستاییان نیز استفاده می‌شود. تعداد ۴۰ نفر در این مجتمع به کارهای گوناگون می‌پردازند. تمامی اعضای خانواده مدیر مؤسس به‌عنوان مهماندار در این مجتمع کار می‌کنند. چهار نفر از شاغلین در مجتمع از اهالی روستای بزم و سایرین از دیگر روستاهای بخش هستند.

حوزه نفوذ گردشگری در محدوده مورد مطالعه، شهر بوانات، روستاها و عشایر اطراف آن هستند. بیشتر فعالیت گردشگری در فصول بهار و تابستان و به دلیل حضور عشایر در شهرستان صورت می‌گیرد. از جمله سکونتگاه‌های حوزه نفوذ می‌توان به روستاهای جعفریه، سروستان، مزایجان، بادبر، قدمگاه و چهارمحل اشاره نمود. همچنین عشایر محدوده مورد مطالعه را طوایف خمسه، یاراحمدی، عابدی، مهدوی و سید تشکیل می‌دهند.

برقراری ارتباط دو طرفه با مردم روستاها و طوایف عشایری و گردشگران، تقسیم عادلانه پول و گردش آن به نحو صحیح بین مردم، زنده نمودن صنایع دستی که به دلیل عدم انتفاع اقتصادی دچار رکود شده و توجه به آداب و رسوم و فرهنگ مردم عشایر از جمله دلایل موفقیت فعالیت‌های گردشگری در محدوده مورد مطالعه است اما به نظر می‌رسد که نقطه قوت کسب‌وکار گردشگری بزرگ در ارایه ارزش‌های پیشنهادی کارآفرینانه آن در بخش تازگی، عملکرد و سفارشی‌سازی اقامت و پذیرایی در مکانی که ویژگی‌های بارز روستایی بودن و دور از خدمات و امکانات شهری را با خود دارد.

مدیر این مجتمع به منظور خدمات رسانی مطلوب به بازدیدکنندگان هر بار یک منطقه را به عنوان منطقه گردشگری انتخاب نموده و با تنوع بخشی به فعالیت‌ها به خصوص در قالب پذیرایی در منازل قدیمی و با ارزش تاریخی و فروش صنایع دستی مثل قالی‌های تولیدی در روستای مورد مطالعه افراد زیادی را به محل فعالیت خود جذب نموده است. این روند موجب گردیده فعالیت‌های خدماتی و صنایع دستی در روستای امامزاده بزم رونق زیادی یابد.

گردشگران بیشتر نیازمندی‌های روزمره خود را از شهر بوانات تامین می‌نمایند. عمدتاً وسایل بهداشتی، لباس و کفش از اقلامی است که گردشگران به عنوان هدیه به ساکنین روستاها و به ویژه عشایر می‌دهند.

### آثار و پیامدهای اقتصادی و اجتماعی ناشی از فعالیت گردشگری در ناحیه:

هر گردشگر به طور میانگین ۲۰۰ دلار در مدت بازدید و اقامت در این مجتمع و مغازه‌های بزم و بوانات هزینه می‌کند. نیمی از این مبلغ به خرید محصولات کشاورزی که عموماً خوراکی هستند اختصاص پیدا می‌کند. بقیه صرف هزینه‌های اقامت، گردش و خرید صنایع دستی می‌گردد.

بازدید حدود سالیانه ۱۰۰ تا ۱۵۰ هزار نفر گردشگر باعث ایجاد رونق در قسمت‌های مختلف اقتصاد ناحیه‌ی روستایی شده است به طوری که در جهت راه‌اندازی مهمانپذیرهای جدید خرید و فروش املاک و اراضی رونق گرفته است. بسیاری از منازل به منظور پذیرایی تجهیز شده‌اند و قیمت آنها از افزایش قابل توجهی برخوردار بوده است.

این در حالی است که تا قبل از این زیارت کنندگان امامزاده تنها مراجعین از خارج روستا به آن بودند، آن هم فقط در مواقع خاصی از سال.

طی مدت این چند سال مردم تاثیر ناشی از حضور گردشگران را در درآمد و زندگی خود احساس می کنند. آنان بازار خوبی برای محصولات و تولیدات خود یافته اند و حتی مطابق مشاهدات میدانی این محصولات را چند برابر قیمت<sup>۱</sup> بازار داخلی به گردشگران می فروشند. براساس بررسی ها و اظهارات تولید کنندگان به خاطر نبود خریدار و مشتری این محصولات هر ساله با کاهش تولید مواجه شده و می رفت که کالا تولید نشوند.

#### جدول ۲- عناصر مورد بررسی در بخش اقتصادی

ردیف	متغیرهای مربوط به شاخص اقتصاد	وضعیت شاخص قبل از تاسیس دهکده گردشگری	وضعیت شاخص بعد از تاسیس دهکده گردشگری
۱	تعداد مغازه و فروشگاه	وجود نداشته	دو باب
۲	تعداد بازدید کنندگان داخلی	وجود نداشته	ثبت بازدید ۷۵۰۰۰ نفر تنها در تعطیلات نوروز ۱۳۸۹
۳	تعداد بازدید کنندگان خارجی	وجود نداشته	
۴	فروش تولیدات کشاورزی و غذاهای محلی	بسیار کم و با قیمت پایین	رونق فروش این محصولات همراه با افزایش قیمت آنها
۵	تولید و فروش صنایع دستی	کم و با قیمت پایین	رونق فروش این محصولات همراه با افزایش قیمت آنها
۶	فعالیت مؤسسات گردشگری در این ناحیه	وجود نداشته	فعالیت مستمر حد اقل دو مؤسسه جهانگردی
۷	قیمت املاک و اراضی	پایین و بدون تغییر	ایجاد سیر صعودی در قیمت املاک و اراضی
۸	اجاره بهای منازل جهت اسکان گردشگر	وجود نداشته	ایجاد سیر صعودی در قیمت اجاره بها
۹	قدرت خرید	پایین	افزایش قدرت خرید عموم مردم
۱۰	مراوده اقتصادی با سایر روستاها و شهر	کم و براساس تهیه نیازهای ضروری	افزایش مراوده و تبدیل آن به ارتباط دوطرفه ی خرید و فروش

#### منبع: یافته های تحقیق

فروش غذاهای محلی هم توانسته است قسمت جالب توجهی از درآمدها را به خود اختصاص دهد. در همین راستا اجاره بهای منازل که به عنوان محل هایی برای اسکان و اقامت گردشگران دریافت می شود، مبالغ قابل توجهی است که موجبات رضایتمندی اهالی را از درآمد کسب شده بوجود آورده است. چیزی که تا پیش از این تصور آن نمی رفت و برنامه ای هم برای آن وجود نداشته است.

<sup>۱</sup> - ارقام قیمت های مربوط به کالاها، خدمات، اراضی و املاک به صورت میدانی جمع آوری شده که جهت پرهیز از بروز برخی آثار آن در جامعه از ذکر آنها خودداری می گردد.

تا قبل از تاسیس این مجتمع آنگونه که در مکان‌های زیارتی ایران مرسوم است، هیچ محلی برای فروش مایحتاج زوار و حتی روستاییان وجود نداشته‌است اما پس از آن در این روستا دو باب مغازه باز شده‌است که هر دو از فروش و درآمد نسبتاً بالایی خبر می‌دهند. اقلام مورد فروش آنها هم بیشتر سوغات و تولیدات محلی روستاییان و عشایر است که مطابق گفته‌ی خود آنان، این کالاها، تا پیش از این مشتری در خور توجهی نداشته‌اند. علاوه بر این دو مغازه‌ی یاد شده کار بازاریابی برای قالی دست‌باف این روستا را نیز انجام می‌دهند. در پی این اقدام تولید قالیچه نسبت به قبل افزایش پیدا کرده‌است.

حضور این تعداد از گردشگران در این ناحیه اتفاقی نبوده و با همکاری مؤسسات گردشگری صورت می‌پذیرد. علاوه بر فعال شدن تعدادی از آژانس‌های موجود فعالیت‌های گردشگری دهکده گردشگری باعث ایجاد چند آژانس مسافرتی و گردشگری جدید شده‌است.

در تداوم و تکمیل این روند تورهای جدیدی برای کویرگردی و مسافرت با شتر راه‌اندازی شده‌اند. این باب تازه‌ای برای جذب گردشگران است و باعث معرفی این ناحیه از زاویه‌ای متفاوت می‌باشد.

گسترش و رونق فعالیت‌های گردشگری در ناحیه روستایی شهرستان بوانات علاوه بر آثار اقتصادی آثار اجتماعی قابل توجهی را بر جای گذارده‌است.

مؤسس این مجتمع که خود روزگاری از جمله مهاجرین به شهرهای بزرگ بوده‌است هم‌اکنون با راه‌اندازی این فعالیت انگیزه و رغبت را برای ماندن و کار و زندگی در روستا بوجود آورده‌است به طوری که تا کنون ۲۵ الی ۳۰ نفر از مناطق مختلف با مراجعه به ایشان و بازدید از محل و نحوه‌ی کار و پذیرایی‌ها قصد و علاقه خود را برای ایجاد چنین خدماتی اظهار داشته‌اند.

از سه سال پیش تا کنون نرخ مهاجرت در این روستا کاهش پیدا کرده و به صفر رسیده‌است. روستاییان و نخبگان محلی علت این امر را در امکان اشتغال ایشان در مجتمع گردشگری امامزاده بزم و یا در مشاغل مرتبط با این فعالیت و عدم نیاز به خروج از روستا اعلام نموده‌اند.

به هر ترتیب نتایج به دست آمده از آزمون فریدمن ( $Sig = .000$ ) بر روی پاسخ‌ها متفاوت بودن میانگین مربوط به شاخص‌های اقتصادی را تایید می‌نماید (جدول ۳) و فرض وجود تاثیر معنادار تاسیس فعالیت کارآفرینانه گردشگری بر جریان‌های اقتصادی روستاها را تایید می‌نماید.

جدول ۳- ترتیب شاخصهای اقتصادی براساس میانگین

ترتیب براساس میانگین	شاخص اقتصادی	میانگین شاخص در آزمون فریدمن
۱	تعداد بازدید کنندگان خارجی	۸/۴۶
۲	تعداد بازدید کنندگان داخلی	۶/۹۶
۳	تولید و فروش صنایع دستی	۶/۲۲

۵/۶۴	فعالیت مؤسسات گردشگری در این ناحیه	۴
۵/۳۶	فروش تولیدات کشاورزی و غذاهای محلی	۵
۵/۰۲	قیمت املاک و اراضی	۶
۴/۹۲	اجاره‌بهای منازل جهت اسکان گردشگر	۷
۴/۷۸	قدرت خرید	۸
۴/۶۲	مراوده اقتصادی با سایر روستاها و شهر	۹
۳/۰۲	تعداد مغازه و فروشگاه	۱۰

منبع: یافته‌های تحقیق

#### جدول ۴- عناصر مورد بررسی در بخش اجتماعی

ردیف	متغیرهای مربوط به شاخص اجتماعی	وضعیت شاخص قبل از تاسیس دهکده گردشگری	وضعیت شاخص بعد از تاسیس دهکده گردشگری
۱	مهاجرت به خارج	وجود داشته است	نرخ رشد صفر در سال ۱۳۹۸
۲	تورهای کویرگردی	وجود نداشته	هر دو هفته یک تور (میانگین)
۳	علاقه به تاسیس مجتمع‌های مشابه	وجود نداشته	مراجعه و ابراز علاقه ۲۰ نفر از جوانان روستاهای ناحیه به این فعالیت
۴	حضور گردشگر در ناحیه	وجود نداشته	متاثر شدن رفتار و اطلاعات روستاییان برای مواجهه درست با گردشگران
۵	تنوع منابع درآمدی	کم و بدون تاثیر گردشگری در آن	باور مهمان‌پذیری به عنوان یک منبع درآمدی خوب و مطمئن
۶	اشتغال		اشتغال ۴۰ نفر به صورت مستقیم و غیر مستقیم
۷	شناسایی و معرفی استعدادهای ناحیه در سطح دنیا	وجود نداشته	معرفی این مجتمع به عنوان پنجمین درگاه ورود به ایران
۸	حفظ و احیای عناصر فرهنگ روستایی و عشایری ناحیه	وجود نداشته	مورد توجه بسیاری از طرف گردشگران واقع شده و مردم شعی در به نمایش گذاردن آنها می‌نمایند

احساس رضایتمندی از تداوم زندگی در روستا نتیجه‌ای دیگر از توسعه‌ی فعالیت گردشگری در این روستا است که روستاییان و نخبگان و مسئولین محلی در اظهارات خود به خوبی به آن اشاره داشته‌اند.

آثار ناشی از گردشگری روستایی در دهکده گردشگری برای گسترش این دست فعالیت‌ها و سایر مشاغل مربوط به آن انگیزه‌ی بالایی در بین اهالی این روستا و روستاهای مرتبط با آن ایجاد کرده‌است. مطابق اظهارات مردم کشاورزی تنها مسیر موجود برای کار و اشتغال آنان نیست و از این پس فرصت‌های موجود در روستا را برای درآمدزایی بسیار بیش از این می‌بینند.

**جمع‌بندی و ارائه راهکارهای پیشنهادی:**

بررسی آثار اقتصادی اجتماعی بوجود آمده در پی تاسیس مجتمع گردشگری امامزاده بزم، در روستای بزم، روستاهای اطراف آن و جامعه‌ی عشایری مرتبط نشان می‌دهد در حال حاضر بروز آثار مثبت گردشگری بر آثار منفی آن پیشی دارد. همین امر سبب شده‌است گردشگری و جلب توریست بدون حمایت‌های گسترده بخش دولتی در حال افزایش و رونق قرار داشته‌باشد. همان‌طور که گفته شد، نرخ مهاجرت در این روستا به صفر رسیده‌است و این اتفاق در حالی افتاده که قسمت عمده‌ای از زراعت دیم به دلیل خشکسالی چند ساله تعطیل شده‌است. امید به ماندگاری در روستا در حال افزایش است. بیکاری پنهان کاهش قابل توجه پیدا کرده‌است. بازار فروش برای محصولات و صنایع دستی ایجاد شده و درآمد خوبی را نسیب تولیدکنندگان می‌نماید. اهالی این درآمدها را صرف تعمیر مسکن، خرید لوازم مورد نیاز کار و منزل، تجهیز اتاق‌هایی برای پذیرش مهمانان گردشگر، خرید املاک، رعایت بیش از پیش بهداشت و تامین ما یحتاج روزانه می‌نمایند و از اینکه بر توان خریدشان افزوده شده ابراز رضایت می‌کنند. همین امر سبب ارتقاء کیفیت تولیدات در این ناحیه شده‌است.

همه‌ی این تحولات تنها با تکیه بر امکانات موجود در محیط که حتی برخی از آنها مانند بیابان جزء محدودیت‌ها به‌شمار می‌آیند و نیروی کار موجود انجام می‌پذیرد. بخش دولتی هم اکنون فقط نظاره‌گر پیشرفت‌های این ناحیه‌ی گردشگری روستایی و گام نهادن آن در مسیر توسعه در اثر ارائه خدمات و فروش تولیدات به گردشگران بویژه خارجی است. این دلایل کافی است تا بر مناسب بودن گردشگری به عنوان راهکاری برای تحریک درون‌زا شدن توسعه‌ی روستایی صحنه بگذاریم.

به نظر می‌رسد در باره آثار منفی حضور گردشگران در ناحیه هم قبل از وقوع باید دست به اقدام زد تا به موقع از هرگونه اتفاق ناهنجار جلوگیری شود. در این زمینه لازم است طرح‌های حساب شده‌ای اجرا و انسجام فرهنگی ناحیه حفظ شود.

عمده‌ترین نکته‌ای که در این تحقیق به دست آمد این بود که دلیل این همه استقبال از چنین ناحیه کوچکی وجود تعداد قابل توجهی از عناصر فرهنگی مثل آداب، رسوم، لهجه، زندگی عشایری، صنایع دستی و طبیعی که در حالی که با بیابان در ارتباط است، کاملاً هم بیابانی نیست و از آب و هوای مطبوعی برخوردار است. مدیر موسس این مجتمع هم تلاش می‌کند برنامه خرید گردشگران را در بین روستاها و فروشگاه‌های مختلف تقسیم نماید. برای خرید مایحتاج مجتمع هم همین برنامه را پیاده می‌سازد بنابراین نفع حاصل از این فعالیت به نوعی مجدداً در بین افراد این ناحیه پخش می‌شود. این همان انسجام مورد نظر نویسندگان این مقاله است که به نظر می‌رسد در بسیاری از نقاط مخصوصاً روستایی ایران وجود دارد و وظیفه برنامه ریزان است این نواحی را شناسایی نموده و در اختیار علاقه‌مندان به این کسب و کار قرار دهند. اگرچه موسس ان مجتمع بدون آگاهی و اطلاع کافی این کار را شروع کرده‌است اما از تاثیر وجود آگاهی و اطلاعات نباید غافل شد. بنابراین در این رابطه هم یک برنامه مدون لازم است تا مراحل معرفی ناحیه، جذب و پذیرایی گردشگر به خوبی صورت بپذیرد.

طرح‌های توسعه گردشگری روستایی بیشتر شامل طرح‌های منطقه‌ای است و این خصیصه تا حد زیادی به ظرفیت مناطق مختلف برای اداره جاذبه‌های توریستی متنوع و ناب بر می‌گردد و در این راستا تلاش مردم محلی و سازمان‌های درگیر در امر توسعه توریسم برای زمینه سازی جلب گردشگران و رویه رقابتی برای سایر مناطق لازم است و این امر می‌تواند به افزایش ارتقاء کیفیت‌ها و جاذبه‌های مورد نیاز گردشگران و رضایتمندی آنان بیانجامد و در نتیجه به توسعه

پایدار گردشگری منجر شود. می‌توان برای طراحی یک برنامه در جهت توسعه گردشگری مراحل اساسی زیر را صرف نظر از نوع گردشگری و سطح عملیاتی ارائه داد:

- ۱- زمینه‌سازی و تسهیل‌گری: حضور کارآفرینان محلی یا بیرونی به صورت منفرد یا گروهی و همکاری و هماهنگی بخش دولتی در عرصه گردشگری.
- ۲- درگیری و مشارکت مؤثر: سرمایه‌گذاری محلی در گردشگری، تدارکات امکانات بهینه در فصل گردشگری، ظهور بازارهای منطق‌های و محلی، سرمایه‌گذاری خصوصی و دولتی در توسعه زیربنای محلی مانند اطلاع‌رسانی، ارتباطات حمل و نقل و... و تلاش در جهت نهادینه‌سازی مشارکت مردم محلی در قالب سازمان‌های محلی مرتبط و هماهنگ.
- ۳- تحول و توسعه: رشد سریع جذب گردشگر و افزایش قابل ملاحظه گردشگران، رونق بازار محلی، تداوم تبلیغات و سرمایه‌گذاری.
- ۴- انسجام و ثبات: کاهش نرخ رشد، سرمایه‌گذاری انبوه برای غلبه بر مشکلات فصلی و توسعه بازارهای جدید و جذب انبوهی از گردشگران.
- ۵- تجدید و نوسازی ساختی کارکردی: جایگزین شدن جاذبه‌های گردشگری جدید و استفاده از منابع طبیعی و جاذبه‌های گردشگری دست‌نخورده و حضور کارآفرینان جدید در عرصه توریسم (Cropper, m. l. ۱۹۸۸, ۶۶۹).

فعالیت‌های گردشگری روستایی جامعه محور بوده و قویا بر ظرفیت جوامع روستایی در زمینه‌های مربوط تاکید می‌ورزد. در این راستا برنامه ریزی در سطوح مختلف (منطقه‌ای و استانی) ملی و بین‌المللی لازم است و قبل از برنامه ریزی باید با استفاده از رهیافت‌های مشارکتی شناخت مطلوبی از پتانسیل‌های بالقوه و بالفعل موجود به دست آورده و ظرفیت‌های پذیرش گردشگر در هر فصل و هر منطقه از کشور (به تفکیک زمان و مکان جغرافیایی) را با توجه به امکانات و نیازمندی‌های مربوطه در کوتاه مدت و بلند مدت معلوم ساخت. برای برآورد اهداف فوق در نظر گرفتن نیازها و شرایط مردم محلی از طریق مشوق‌هایی نظیر گسترش فرصت‌های شغلی و هماهنگی بین کلیه نهادهای دولتی و غیر دولتی فعال لازم می‌باشد (Moutinhol Ed, 2005, 276).

## منابع و ماخذ

- ۱- اربابیان، شیرین، زمانی و رحیمی (۱۳۹۳) بررسی اثر گردشگری در توسعه کارآفرینی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۰، ۱۲۶-۱۴۶.
- ۲- افتخاری، عبدالرضا. پورطاهری و فضلی (۱۳۹۳) تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۸، صص ۸۷-۱۰۷.
- ۳- جولیا شارپلی، ریچارد (۱۳۸۰) گردشگری روستایی، ترجمه: رحمت الله منشی زاده و فاطمه نصیری، انتشارات منشی.

- ۴- رحیمی، حسین (۱۳۸۱) جهانگردی روستایی و قلمرو آن، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۱۸۵-۱۸۶.
- ۵- رکن‌الدین افتخاری و قادری (۱۳۸۱) نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چهارچوب‌های نظریه‌ای)، مدرس علوم انسانی، پیاپی ۲۵، صص ۲۳-۴۰.
- ۶- سرلک، احمد (۱۳۸۰) جهانگردی و رفاه اقتصادی، ماهنامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی، شماره ۵-۶.
- ۷- طیبی، سیدکمیل. بابکی، روح‌اله. جباری، امیر (۱۳۸۶) بررسی رابطه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۳۸-۱۳۸۳، پژوهشنامه علوم انسان و اجتماعی، سال ۷، شماره ۲۶، ۸۳-۱۱۰.
- ۸- عنابستانی، علی اکبر و وصال (۱۳۹۵) تحلیل عوامل موثر بر ایجاد برند گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی (بینالود)، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۱۶، صص ۱۲۷-۱۴۸.
- ۹- غنیان، منصور. خانی، فضیله و بقایی، لیلا (۱۳۹۰) ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی، پژوهش‌های روستایی، شماره ۳، صص ۹۹-۱۲۳.
- ۱۰- غنیان، منصور و فتوتی، هستی (۱۳۹۲) گردشگری راهکاری جهت توسعه کارآفرینی زنان روستایی، ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۵۹، صص ۲۹-۳۳.
- ۱۱- محمودزاده، سیدمجتبی و ارجمندیان (۱۳۹۶) شناسایی و رتبه‌بندی فرصت‌های کارآفرینانه در گردشگری روستایی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، شماره ۲۰، صص ۱۳۱-۱۴۹.
- ۱۲- *Briedenhann J., wickens E., (2004) tourism routes as a tool for the economic development of rural area – vibrant hope or impossible dream? Tourism management;*
- ۱۳- *Butler, Richard; Hall, Michael C; and Jenkins, John (1997) Tourism and Recreation in Rural Area. John wiley & sons*
- ۱۴- *Cropper, m. l, Leland, B. D, & Mc Connell, K. E (1998) on the choice of functional form for hedonic price functions*
- ۱۵- *EC-AEIDL ;( 1997) marketing quality rural tourism, Rural Europe, European.*
- ۱۶- *Fleischer, A. (2005). Does rural tourism benefit from agriculture? Tourism management. 4493- 5001.*
- ۱۷- *Gannon, A. (2003). Rural tourism as a factor in Rural Community Economic Development for Economies in transition. In Rural tourism and sustainable Rural Development, B. Bram well and B. Lane, eds., pp 51-60.*
- ۱۸- *Liu, Abby (2006) Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia, Tourism Management, 27, 878- 889.*
- ۱۹- *Rosa, M. (2002). Rural tourism in Spain. Annals of tourism Research, Vol. 29, No. 4, pp 1101-1110.*
- ۲۰- *Montinhol. (Ed) (2005): Strategic Management in tourism, CABI publishing, walling ford.*
- ۲۱- *Shrpley, Richard. Vass, Adrian (2006) Tourism, farming and diversification: An attitudinal study, Tourism Management, 27, 1040- 1۰۵۲.*

۲۲- *Yang, Zhenshen. Cai, Jinaming. Siluzas, Richard (2009) Agro-tourism enterprises as a form of multi-functional urban agriculture for peri-urban development in China, HabitatInternational34, 374- 385.*