

Investigating the Relationship between Tourism Development and Job Creation in Rural Areas of Oraman¹

Shalir Feizi

PhD student in Geography and Rural Planning, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Ahmad Taghdisi²

Associate Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Abbas Amini

Associate Professor, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Geographical Sciences and Planning, University of Isfahan, Isfahan, Iran

Received: 5 February 2024 Revised: 26 May 2024 Accepted: 27 May 2024

Abstract

Desirable policy-making and planning for rural tourism destinations requires understanding and evaluating the status quo. In this paper, the tourism development in the villages of the Oraman, Kurdistan province and its contribution to employment generation is explored and then, by evaluating the status of employment tourism in this rural area, the relationship between these two variables is analyzed based on the dominant tourism contexts. The statistical population consisted of the residents of 30 villages in Sarvabad and Kamyaran counties. The "rural tourism development" was measured at the rural level by designing a comprehensive worksheet. The data on major public infrastructure and tourism facilities, types of attractions and tangible and intangible heritage, tourism products, and events in the studied villages were collected through interviews with local managers. By selecting a sample of n=300 people, the "rural tourism employment" dimensions were also measured at the level of individuals by designing and validating another questionnaire, which was then summarized at the rural level to be compared with the variable of "rural tourism development". Villages with cultural heritage and natural attractions gained higher scores that were statistically significant. Other villages formed a relatively homogeneous group that was deprived of

1. The article is an excerpt from the first author's doctoral dissertation submitted to the University of Isfahan.

2. Corresponding Author. Email: a.taghdisi@geo.ui.ac.ir



©2024 The author(s). This is an open access article under the CC BY license: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

How to cite this article: Feizi, S., Taghdisi, A. and Amini, A. (2025). Investigating the Relationship between Tourism Development and Job Creation in Rural Areas of Oraman. Journal of Geography and Regional Development, 22(4), 81-109. doi: 10.22067/jgrd.2024.86716.1393

tourism development and job creation. There was a significant positive correlation (more than 67 percent) between tourism development and tourism job creation, especially in villages that had both cultural-historical and natural attractions, and were in a favorable situation with respect to both variables. Therefore, with calculated and visionary strategic planning and organizational support, the valuable cultural and historical heritage of the Oraman, through the rural tourism mechanism, can also have a sustainable impact on the economy and livelihoods of the local people in addition to their ethnic identity.

Keywords: Oraman, History and Culture, Nature, Rural Tourism, Employment.

بررسی رابطه بین توسعه گردشگری و اشتغال‌زایی در مناطق روستایی اورامان^۱

شلیبر فیضی (دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران)

zand117@yahoo.com

احمد تقدیسی (دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران، نویسنده مسئول)

a.taghdisi@geo.ui.ac.ir

عباس امینی (دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران)

a.amini@geo.ui.ac.ir

چکیده

سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی مطلوب مقاصد گردشگری روستایی، مستلزم شناخت و ارزیابی وضع موجود است. پژوهش حاضر، ابتدا به بررسی و تحلیل توسعه گردشگری در روستاهای منطقه اورامان استان کردستان پرداخته و سپس با ارزیابی وضعیت اشتغال‌زایی گردشگری در این منطقه روستایی، رابطه بین این دو متغیر را براساس زمینه‌های غالب گردشگری مورد تحلیل قرار داده است. جامعه آماری، ساکنین ۳۰ روستای شهرستان‌های سروآباد و کامیاران بودند. متغیر «توسعه گردشگری روستایی»، در سطح روستا سنجیده شد و برای این منظور با طراحی کاربرگ جامعی، داده‌های مورد نیاز پیرامون موقعیت روستاها، زیرساخت‌های عمومی مورد نیاز و تسهیلات تخصصی پشتیبان گردشگری، انواع جاذبه‌ها و میراث ملموس و ناملموس موجود و قابل بهره‌برداری، محصولات و رویدادهای گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، از طریق مصاحبه با مدیران محلی گردآوری شد. با انتخاب نمونه‌ای به حجم ۳۰۰ نفر، ابعاد و مؤلفه‌های متغیر «اشتغال‌زایی گردشگری روستایی» نیز با طراحی و اعتبارسنجی پرسش‌نامه دیگری در سطح افراد مورد سنجش قرار گرفت و برای مطابقت با متغیر «توسعه گردشگری روستایی»، در سطح روستاها خلاصه‌سازی شد. امتیازات بالاتر

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول در دانشگاه اصفهان است.

هر دو متغیر، با برتری معنی‌دار آماری، متعلق به روستاهایی بود که هم از میراث‌های فرهنگی و هم جاذبه‌های طبیعی برخوردار بودند. روستاهای دیگر، یک گروه نسبتاً همگن و نابرخوردار از توسعه گردشگری و بی‌بهره از مشاغل گردشگری بودند. بین دو متغیر توسعه گردشگری و اشتغال گردشگری، به‌ویژه در روستاهای برخوردار از هر دو نوع جاذبه‌های فرهنگی-تاریخی و طبیعی که از وضعیت مناسب‌تری در رابطه با هر دو متغیر نیز برخوردارند، بیش از ۶۷ درصد همبستگی مثبت معنی‌دار وجود دارد. بنابراین، با برنامه‌ریزی‌های راهبردی سنجیده و آینده‌نگر و پشتیبانی‌های سازمانی، می‌توان امیدوار بود که میراث‌های ارزشمند فرهنگی و تاریخی اورامان کردستان، از طریق سازوکار گردشگری روستایی، علاوه بر هویت قومی، بتوانند اثرگذاری‌های پایداری بر وضعیت اقتصاد و معیشت این مردمان نیز داشته باشند.

واژگان کلیدی: اورامان، طبیعت، تاریخ و فرهنگ، گردشگری روستایی، اشتغال‌زایی.

۱. مقدمه

اشتغال‌زایی، الزام توسعه پایدار و از میان‌برنده اصلی‌ترین مانع توسعه روستایی، یعنی فقر است (یانگ-کون، ۲۰۲۱: ۹۴۳) و همچنین، لازمه تبدیل نیروی انسانی روستاها به دارایی‌های ارزشمند و ارزش‌افزا خواهد بود. در کشورهای در حال توسعه گردشگری به‌عنوان یک شاخص مهم برای توسعه منطقه‌ای و ملی تلقی می‌شود (بریدنهان و ویکنز، ۲۰۰۴: ۷۲). در میان اشکال مختلف گردشگری یکی از جذاب‌ترین، مردمی‌ترین و باقدمت‌ترین نوع آن، گردشگری روستایی است که به‌عنوان عاملی اساسی در توسعه و بازساخت نواحی روستایی (محمدی و میرتقیان رودسری، ۱۳۹۵: ۲۴)، از طریق فعالیت‌های چندبعدی که ترکیبی از گردشگری طبیعی، ماجراجویی و ورزش، گردشگری غذایی، اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی هستند (فیگاردو و ریشی، ۲۰۱۲: ۱۹)، سایر بخش‌های کشاورزی، ماهیگیری، جنگل‌داری، دامپروری، فرآوری مواد غذایی و صنایع دستی را تحت تأثیر قرار داده و می‌تواند به توسعه کل جامعه کمک کند (سو، وال و وانگ، ۲۰۱۷: ۱۲۸).

1. Yong-Qing
2. Briedenhann & Wickens
3. Figueiredo & Raschi
4. Su, Wall & Wang

طبق گفته لوفوف، برایجر و گریف^۱ (۱۹۹۴)، یکی از مهم‌ترین استراتژی‌های جدید توسعه روستایی، گردشگری و فرصت‌های اشتغال مرتبط با آن بوده است (شریف و تون لونیک^۲، ۲۰۱۷: ۳۱)، همان دیدگاهی که سوروگیو^۳ (۲۰۰۹)، در زمینه یافتن راه‌حلی برای توانمندسازی اقتصاد روستایی، به‌ویژه در جایی که فعالیت‌های کشاورزی سنتی محدودکننده هستند، بر آن تاکید می‌کند. بسیاری از برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران، آینده جوامع روستایی را در فرصت‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ایجاد شده از طریق گردشگری می‌دانند. فرصت‌های شغلی جدید به‌عنوان یک مکانیسم مهم برای رشد و توسعه مناطق و کشورها (ریبیرو-سوریانو، ۲۰۱۷: ۱؛ سو و همکاران؛ وال و وانگ، ۲۰۱۷: ۱۲۸) و کمک به ثبات، رشد و شکوفایی اقتصادی در بخش‌های مختلف جامعه (اوزدویچلو و کارجا^۴، ۲۰۱۵: ۶)، ضرورتی برای ایجاد و حفظ یک اقتصاد سالم و پایدار است (کامپولا^۵، ۲۰۱۴: ۳۶۲). کارآفرینان گردشگری با نمایاندن جامعه محلی به گردشگران و آشنا کردن آن‌ها با ارزش‌های منطقه نقش مهمی در توسعه گردشگری بازی می‌کنند (یانگ و وال^۶، ۲۰۰۸: ۷۵۲). مشاغل گردشگری می‌توانند عاملی برای کاهش بیکاری و ناهنجاری‌های اجتماعی باشند. در کشورهایی، مانند چین و هند که جمعیت روستانشین زیادی دارند و نیز در کشورهای درحال توسعه پیشرو و نواحی آفریقایی، آمریکای لاتین و جنوب شرق آسیا با استناد به مطالعات انجام گرفته؛ می‌توان گفت که توسعه گردشگری به‌عنوان یک استراتژی مهم بازآفرینی فضاهای روستایی مبتنی بر افزایش اشتغال و درآمد، شناخته شده و به‌کارگرفته می‌شود. (ما^۷، ۲۰۲۴: ۲۴؛ شارما، مهاپاترا و گری^۸، ۲۰۲۲: ۲؛ شاه، حق و شاه^۹، ۲۰۲۲: ۴؛ سازمان جهانی گردشگری^{۱۰}، ۲۰۲۰: ۲).

1. Luloff, Bridger & Graefe
2. Sharif & Tuan Lonik
3. Surugiu
4. Özdevecioğlu & Karaca
5. Komppula
6. Yang & Wall
7. Ma
8. Sharma, Mohapatra, & Giri
9. Shah, Haq, & Shah
10. United Nations World Tourism Organization

امروزه اقتصاددانان برای اشتغال علاوه بر بعد اقتصادی، ابعاد روانی، اجتماعی و فرهنگی نیز قائل می‌شوند. اهمیت موضوع به حدی است که به عقیده صاحب‌نظران نهادسازی‌های اجتماعی و فرهنگی یکی از مسائلی است که در اشتغال‌زایی باید مورد توجه قرار گیرد. به اعتقاد آنها برخورد با موضوع اشتغال‌زایی بایستی از دو بعد صورت گیرد؛ یکی ظرفیت‌های اقتصادی و دیگر، نهادهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی. ظرفیت‌سازی اقتصادی شرط لازم و نهادسازی‌های اجتماعی و فرهنگی از جمله شرط‌های کافی برای برخورد متناسب با موضوع اشتغال‌زایی هستند (شهابی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰). پرورش طرز تفکر ایجاد کسب‌وکار در افراد جوان تبدیل به یک اولویت کلیدی برای نوآوری شده است و نیازمند آموزش برای موفقیت در جوامع روستایی است. کسب‌وکارهای کوچک و متوسط سنگ‌بنای بسیاری از جوامع روستایی و رفع نیاز آنها به محصولات، خدمات و فرصت‌های جدید برای اشتغال هستند (اشکر، گلد و لاین^۱، ۲۰۱۷: ۲۷۹)، با این حال، کسب‌وکارهای کوچک در گردشگری روستایی با محدودیت‌هایی از قبیل سودآوری پایین نیز روبه‌رو هستند و کارآفرینان روستایی باید بر مشکلات مختلفی در مدیریت و امکان‌پذیر ساختن کسب‌وکار خود مانند، کمبود منابع و مهارت‌های مدیریتی یا ناتوانی در به کار گرفتن نیروهای ماهر غلبه کنند (پارک، دوه و کیم^۲، ۲۰۱۴: ۲۰۲؛ فیلان و شارپلی^۳، ۲۰۱۱: ۱۲۲؛ کاستنهلز و کارنیرو^۴، ۲۰۲۰: ۲۱۶). اشتغال‌زایی روستایی، گرچه راهکاری جدید برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی مناطق روستایی در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران است، اما بیشتر این جوامع از آمادگی لازم برای تأمین نیازهای ضروری مانند سرمایه، فناوری و اطلاعات برخوردار نیستند و بسترسازی برای آن نیازمند شناخت متغیرهای وابسته و رابطه میان آنهاست (ولایی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۶۴).

در رابطه با موضوع پژوهش، تحقیقات متعددی موجود است، ولی اشتغال‌زایی گردشگری در هر کدام از مناطق روستایی شرایط و ویژگی‌های محیطی خاص خود را دارد؛ چراکه گردشگری سیستمی

1. Eschker, Gold & Lane
2. Park, Doh & Kim
3. Phelan & Sharpley
4. Kastenholz & Carneiro

باز مبتنی بر دو بعد عرضه و تقاضا بوده و مطلوبیت عملکرد آن، متأثر از شرایط پیرامونی (تغییر و تحولات فناورانه، شوک‌ها و مخاطرات اقتصادی و اجتماعی محلی، منطقه‌ای و فرامنطقه‌ای و...)، خواهد بود. از سویی دیگر نیز، شرایط محیط‌های گردشگری نیز در ارتباط با فرصت‌ها و قوت‌ها و محدودیت‌های محیط طبیعی، باورها و ذهنیت در اجتماع و شرایط اقتصادی و فضای توسعه‌ای مؤثر بر اشتغال‌زایی، متفاوت است. در بررسی منابع مربوط، محققان اتفاق نظر دارند که گردشگری روستایی منجر به اشتغال در روستا می‌شود. پژوهش حاضر به دنبال بررسی و آزمون میدانی این امر در منطقه روستایی اورامان در استان کردستان است که اولاً وضعیت توسعه گردشگری در روستاهای این منطقه به چه صورت و مبتنی بر چه منابعی است و ثانیاً تا چه حد و چگونه توانسته فرصت‌هایی برای کار و اشتغال در روستاهای منطقه ایجاد کند؟ و درواقع در کدام روستاها و با چه گونه‌ای از گردشگری، چنین فرصت‌هایی قابلیت تحقق دارد؟

۲. ادبیات و پیشینه پژوهش

اگرچه برخی از تحقیقات اولیه تلاش کرده‌اند تا گردشگری روستایی را تعریف کنند (لان^۱، ۱۹۹۴: ۱۵)، اما در تعریف گردشگری روستایی اتفاق نظر وجود ندارد (دسوزا و کاستنهلز^۲، ۲۰۱۵: ۸۷). توسعه فعالیت‌های گردشگری اثرات مثبتی مانند ایجاد اشتغال (اندرک و نیاوپان^۳، ۲۰۱۱: ۲۵۰)، بهبود کیفیت زندگی مردم محلی، بهبود وجه عمومی منطقه، حفظ میراث فرهنگی و حتی توسعه شبکه کسب‌وکار را به همراه دارد. صاحبان ایده‌های کسب‌وکار، برهم‌زندگان نظم یا افراد خلاق هستند؛ کسانی که محصولات، ایده‌ها، استانداردهای جدیدی را تعیین می‌کنند و با ایده‌های نوآورانه خود، سلیقه و اولویت‌های مشتریان خود را به‌طور اساسی تغییر می‌دهند و همچنین، با ایجاد اشتغال باعث تکامل و افزایش رقابت در محصولات گردشگری می‌شوند (مورا و کاجزار^۴، ۲۰۱۸: ۶۹). گرچه

1. Lane
2. de Sousa & Kastenholtz,
3. Andereck & Nyaupane
4. Mura & Kajzar,

راه‌اندازی یک کسب‌وکار اغلب با عوامل استرس‌زا همراه است، اما به گفته کیم (۱۹۹۶) مزایایی را برای جامعه فراهم می‌کند؛ به طوری که افراد و سازمان‌ها نسبت به حوزه‌های مربوطه خود پاسخگو و مسئول می‌شوند. فرایند جهانی‌شدن و شکل‌گیری فضای رقابتی نیز بر اهمیت و کارکرد اشتغال در زمینه‌های مختلف افزوده است (کوچوکالتان^۱، ۱۸۲:۲۰۰۹)، اما فعالیت‌های اشتغال‌زا در مناطق روستایی معمولاً مبتنی بر جامعه و دارای پیوندهای خانوادگی قوی هستند (جافر، داهالان و رسدی^۲، ۲۰۱۴: ۲۲۷).

از نظر جامعه‌شناسان دلیل تفاوت سطوح موفقیت در کسب‌وکار در جوامع مختلف، عرضه استعدادها و کارآفرینانه است. اما برخلاف نظریه‌پردازان روانشناسی که باور دارند این رفتارها یا ذاتی هستند یا یاد گرفته می‌شوند، جامعه‌شناسان آن را محصول عوامل اجتماعی - فرهنگی مثل فرهنگ‌گرایی، ساختار اجتماعی، نگرش جامعه و شرایط تاریخی می‌دانند. فرهنگ جمعی و نگرش‌های اجتماعی مثبت در مورد کسب‌وکارهای شخصی، بیانگر حمایت اجتماعی از روحیه کسب‌وکار است که در درون جوامع خاص در پاسخ به شرایط عدم اطمینان و رقابت پرورش می‌یابد. علاوه بر لزوم اینگونه بسترهای فرهنگی در یک مقصد، لازم است رونق‌گردشگری و کسب‌وکارهای مربوط به آن نیز در جامعه مورد توجه قرار گیرند تا مشاغل‌گردشگری پایداری در این مقاصد به وجود آیند (گرچی، ۱۳۸۶: ۱۲). شرایط اقتصادی، شبکه‌های اجتماعی، شرایط بازار، وضعیت مالی و حتی کمک‌های سازمان‌های دولتی در رونق این‌گونه کسب‌وکارها مهم و اثرگذار می‌باشند، اما مطلوبیت همه این عوامل منوط به آن است که ذهنی خلاق و پویا که توانایی بهره‌گیری از فرصت‌ها و نوآوری را داشته باشد، آنها را سازمان داده و جهت رونق کسب‌وکار خود از آنها بهره بگیرد. این عوامل فردی شامل توانایی خودکنترلی و خودکارآمدی و عوامل مرتبط با طرز نگرش و باورهای فرد است (کبوری^۳، ۲۰۱۲: ۱۷۴). ترویج و توسعه کار و اشتغال فردی نیازمند محیطی مناسب برای ایجاد انگیزش است، بنابراین می‌توان گفت که فرد کارآفرین هم متولد و هم ساخته می‌شود (چکماک، لی

1. Küçükaltan,

2. Jaafar, Dahalan & Rosdi

3. Kaburi,

و مک کیب^۱، ۲۰۱۸: ۳۹). هر فردی علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی، روانی، ارثی و متأثر از خانواده، تحت تأثیر شرایط محیط پیرامون که مهم‌ترین آنها فرهنگ جامعه است، خصوصیات و ویژگی‌هایی را نیز کسب می‌کند که می‌تواند مانع یا محرک ایجاد کسب‌وکار گردد (ایمنی‌قشلاق و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۱۹).

توسعه گردشگری روستایی، مستلزم ایجاد اشتغال پایدار و همچنین حمایت سیاست‌های کلان توسعه روستایی است (شریف و نون لونیک^۲، ۲۰۱۷: ۳۳). بخش گردشگری به شدت به ایجاد کسب‌وکارهای خرد و متوسط وابسته است و به‌ویژه بقای آن ارتباط تنگاتنگی با پایداری و دوام فعالیت‌های کارآفرینانه و درآمدهای حاصل از آنها دارد (ایشیک، کوچوکالتان و چلیک^۳، ۲۰۱۹: ۳). مشاغل پایدار و بادوام گردشگری از یک سو با تولید کالا و خدمات جدید، تنوع بخشیدن به جاذبه‌ها، جذب و افزایش خدمات و امکانات، بازاریابی و گسترش بازار، موجب بهبود وضعیت بعد عرضه و از سویی با پاسخگویی به تقاضاهای گردشگران و تأمین رضایت و احساس لذت آنها از پاسخگویی به نیازهایی که کشاننده آنها به مقصد بوده است، موجب روان شدن سیستم گردشگری مقصد می‌گردد. همچنین اشتغال‌زایی در عرصه گردشگری می‌تواند بر پایه مهم‌ترین مدل‌های چرخه عمر گردشگری در مقصد تفسیر گردد (شریف و نون لونیک^۴، ۲۰۱۷: ۳۳). این مدل‌ها بر این واقعیت استوار است که چنانچه گردشگری بتواند موجب بهبود کیفیت زندگی ساکنین گردد با حمایت و پذیرش روبه‌رو می‌گردد؛ اما چنانچه کیفیت زندگی ساکنین به‌واسطه گسترش گردشگری بیش از تحمل محیط کاهش یابد، ساکنین حمایت‌چندانی را از این صنعت انجام نمی‌دهند (موزو^۵، ۲۰۱۷: ۱۱۵). به طور قطع با توجه به تأثیرات مطلوب مشاغل و درآمدهای گردشگری، کیفیت زندگی مردم

1. Çakmak, Lie & McCabe
2. Sharif & Tuan Lonik,
3. Işık, Küçükaltan, & Çelebic
4. Sharif & Tuan Lonik,
5. Muzzo

محلی ارتقا می‌یابد و حمایت مردم محلی از گردشگری را زنده نگاه می‌دارد (یورگنسن و هسن و یورنسن^۱، ۲۰۲۱: ۷۶).

مطالعه در زمینه اشتغال‌زایی و مشاغل مرتبط با گردشگری روستایی، با مفهوم دیگر کارآفرینی گردشگری روستایی پیوند دارد و در ادبیات موجود در این زمینه، در هر پژوهشی بر شاخص‌های خاصی تأکید شده است. در ادامه به اختصار به نمونه‌هایی اشاره می‌شود. حسینی‌نیا و علی‌آبادی (۱۴۰۰)، عوامل مؤثر بر کسب‌کارهای گردشگری در بستر روستایی ایران را حمایتی و پشتیبانی، فرهنگی - اجتماعی، نظام‌های سیاستی - حاکمیتی، بازار، مالی - اقتصادی، شبکه‌سازی و ارتباطات، سرمایه‌انسانی، ظرفیت‌های طبیعی و توان زیرساختی دانسته‌اند. نظری و همکاران (۱۳۹۹)، وجود دسترسی به مراکز آموزش ریسک‌پذیری، آموزش نحوه راه‌اندازی کسب‌وکار، سرمایه‌گذاری و منابع را در این زمینه مؤثر دانسته‌اند. از نظر دسترنج و همکاران (۱۳۹۸)، ایجاد اشتغال و رونق‌بخشی گردشگری در جزیره قشم را مستلزم شکل‌گیری اکوسیستم گردشگری در قالب یک رویکرد پارادایمی ارزیابی کرده‌اند. از نظر ارغا و همکاران (۱۳۹۶)، عامل‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی - محیطی و فردی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری تأثیر مثبت و معناداری داشته است. شیری و همکاران (۱۳۹۵)، اصلی‌ترین موانع پیش روی توسعه مشاغل گردشگری در شهرستان مرودشت را موانع سیاسی - دولتی، زیرساختی، تبلیغی - ترویجی، ارزشی - فرهنگی، طبیعی و آموزشی دانسته‌اند. یورگنسن، هسن و سورنسن (۲۰۲۱)، در بررسی رابطه بین گردشگری و توسعه اجتماعی در دانمارک، تبیین مفهوم کارآفرینی اجتماعی گردشگری را ضروری می‌دانند تا از طریق آن جوامع محلی برای مقابله با کاهش جمعیت و جلوگیری از بروز آثار منفی توسعه گردشگری در مقصدهای آن، برنامه‌ریزی کنند. کونا، کاستنهلز و کارنیرو^۲ (۲۰۲۰)، بیان می‌کنند که با وجود بی‌اعتمادی برخی محققین، کسب‌وکارهای کوچک گردشگری نقش بالقوه‌ای در توسعه روستایی دارند و در این رابطه برای عوامل انگیزشی فردی نقش مهم قائل شده‌اند. از نظر مویل، مویل و بورگس^۳ (۲۰۲۰)، سرمایه

1. Jørgensen, Hansen & Sørensen

2. Cunha, Kastenholz & Carneiro

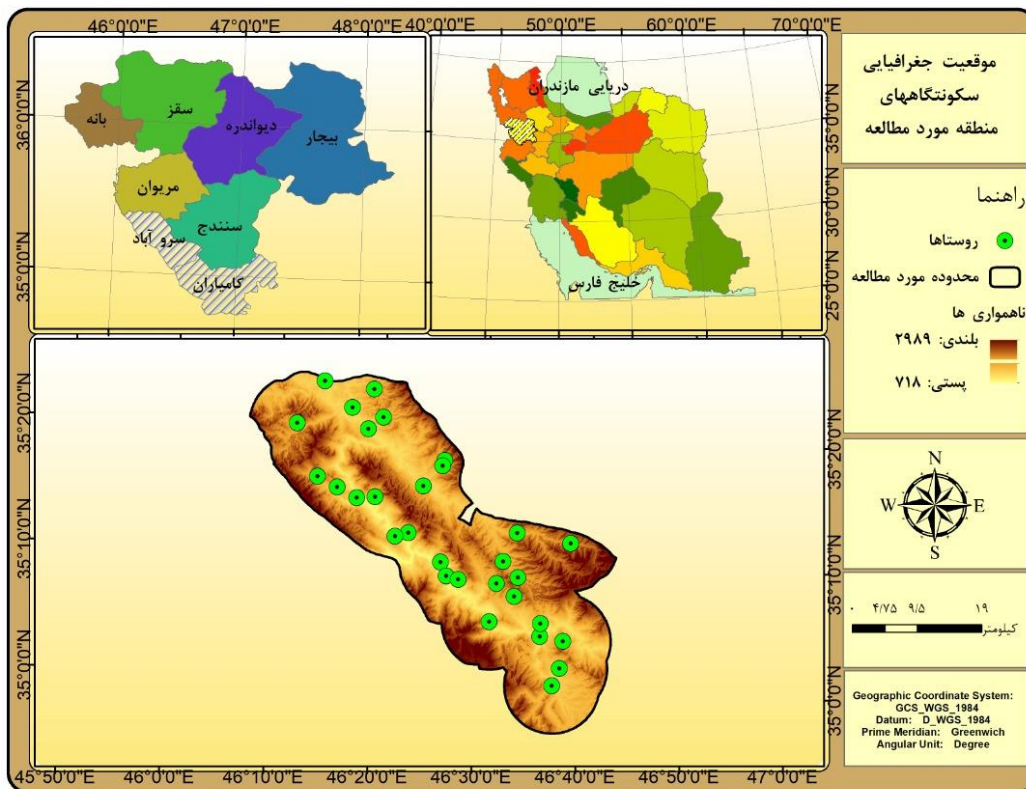
3. Moyle, Moyle & Burgers

انسانی، برنامه‌های رشد و تا حد کمتری چارچوب‌های قانونی را ضرورت‌های استراتژیک برای رشد و توسعه صنعت گردشگری روستایی ضروری دانسته‌اند. چکماک، لی و مک کیب (۲۰۱۸)، با اشاره به اینکه صاحبان کسب‌وکارهای غیررسمی موفق آگاهی بیشتری از ارزش میراث فرهنگی و طبیعی خود دارند و بیشتر به فکر حفظ این منابع هستند، پیشنهاد می‌کنند که در سطح عملی، سازمان‌های عمومی و غیردولتی، صاحبان این مشاغل رسمی و غیررسمی را به همکاری بیشتر با خود تشویق کنند. از نظر شریف و نون لونیک (۲۰۱۷) نیز چون خرده‌کسب‌وکارهای گردشگری روستایی نقش بسیار مهمی در راهبردهای پایدار آغازگر گردشگری و توسعه محلی دارند، ضروری است که مشاغل گردشگری با مقیاس مناسب و متناسب با پتانسیل‌های جاذبه‌ای و سنت‌های مناطق روستایی تعریف شوند تا رشد اشتغال محلی و افزایش استانداردهای زندگی پایدارتر گردد.

۳. مواد و روش‌ها

۳.۱. معرفی منطقه

اورامان شامل مناطقی از کشور عراق و ایران است. در نواحی غربی ایران در استان کردستان و کرمانشاه مناطقی با ساختاری اصیل وجود دارد، که متضمن مؤلفه‌های دیرینه سکونت در ایران هستند. مؤلفه‌هایی که هویت و معماری خاص خود را حفظ کرده است. اورامان در زبان کردی "هورامان" تلفظ می‌شود. "هور" به معنی اهورا و "مان" به معنی خانه است و هورامان را به معنی خانه و سرزمین اهورا معنی کرده‌اند (مولانایی و سلیمانی، ۱۳۹۲: ۱۲۹). منطقه مورد مطالعه در پژوهش حاضر در جنوب غربی استان کردستان در دو شهرستان سروآباد و کامیاران است که بخش عمده آن در شهرستان سروآباد واقع شده است. نقشه شماره ۱ موقعیت منطقه و پراکنش فضایی روستاهای مورد مطالعه را نشان می‌دهد.



شکل ۱- نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

محدوده مورد مطالعه شامل دهستان زاوورد در بخش مرکزی شهرستان کامیاران و شهرستان سروآباد متشکل از دو بخش اورامان و مرکزی، در استان کردستان است. بخش اورامان شامل دهستان‌های اورامان تخت و شالیار است و بخش مرکزی از دهستان‌های بیساران، پایگلان، رزآب، ژریژه، کوسالان و دزلی تشکیل شده است. در مجموع ۱۱ روستای دهستان زاوورد و ۶۴ روستای دهستان‌های شهرستان سروآباد، ۴۱۵۴۶ نفر در قالب ۱۲۵۰۵ خانوار زندگی می‌کنند. از این میان، ۳۰ روستا مورد مطالعه قرار گرفتند. مبنای این انتخاب، برخورداری از هرگونه جاذبه، رویداد یا پتانسیل گردشگری، دست‌کم در یکی از زمینه‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی یا انسان‌ساخت بوده است و

بنابراین، مشتمل بر روستاهای معرفی شده به‌عنوان هدف گردشگری و بسیار بیشتر از آن تعداد می‌باشد. در جدول شماره ۱، نام و وضعیت پراکنش روستاهای مورد مطالعه در سطح دهستان، بخش و شهرستان، همراه با جمعیت و سهم هرکدام از نمونه آماری انتخاب شده برای گردآوری داده‌های پیمایشی مورد نیاز برای سنجش متغیر وضعیت اشتغال‌زایی گردشگری روستایی، نشان داده شده است.

جدول ۱ - موقعیت جغرافیایی، جمعیت و سهم نمونه روستاهای مورد مطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

شهرستان	بخش	دهستان	روستا	جمعیت	سهم نمونه	شهرستان	بخش	دهستان	روستا	جمعیت	سهم نمونه
کامیاران	مرکزی	ژاورود	پالنگان	۸۰۹	۱۱	سروآباد	مرکزی	بیساران	بیساران	۲۷۲۷	۲۰
			تنگی‌ور	۱۲۰	۵				هرسین	۲۷۹	۶
			دژن	۵۷۷	۱۰				آریان	۳۴۱	۷
			یوزیدر	۵۸۱	۱۰				چشمیدر	۶۹۷	۱۱
سروآباد	اورامان	اورامان	اورامان‌تخت	۱۲۸۲	۱۴				گوشخانی	۹۶۸	۱۲
			کماله	۷۵۶	۱۲				رزاب	۶۱۲	۱۰
			رودبر	۳۲۷	۸				نسل	۶۱۲	۱۰
سروآباد	اورامان	شالیار	ناو	۵۰۷	۸				تفین	۵۹	۵
			نورین	۶۹۷	۱۱				سوره‌نو	۳۹۴	۸
			بلبر	۵۶۱	۹				دیوزناو	۴۵۳	۹
			ژیوار	۱۲۸۲	۱۴				زوم	۷۸	۵
			روار	۱۸۳	۵				تخان	۱۹۱	۶
سروآباد	مرکزی	دزلی	دمیو	۴۸۳	۹				آلمانه	۵۱۳	۹
			دزلی	۲۷۳۳	۲۰				قلعه‌جی	۱۳۸۳	۱۵
			دره‌ناخی	۵۱۰	۱۰				تقلی	۵۴۵	۱۱

۲.۳. متغیرهای پژوهش، داده‌های مورد استفاده و ابزارهای گردآوری

نخستین متغیر مطالعه، توسعه گردشگری روستایی است. سطح سنجش و واحد تحلیل در این متغیر روستا بوده و مؤلفه‌های این متغیر موقعیت و دسترس‌پذیری‌های روستاها، زیرساخت‌های عمومی و تسهیلات تخصصی مورد نیاز برای توسعه گردشگری، انواع مختلف جاذبه‌ها و پتانسیل‌های طبیعی (شامل هرکدام از جاذبه‌های چشم‌انداز روستا، حیات وحش، گیاهان دارویی مرتعی، مزارع و محصولات خاص کشاورزی، آبشار/چشمه، غار/سرداب و زیست‌بوم عشایری) و تاریخی و فرهنگی (شامل هرکدام از جاذبه‌های قلعه/کاروانسرا، معماری پلکانی، کتیبه/سنگ‌نوشته، خانه قدیمی، کوشک، حمام، قومیت و نژاد، اقلیت مذهبی، زبان و گویش، مشاهیر، آداب و رسوم، آیین‌ها و مناسک، پوشاک و لباس، غذای محلی، بازی محلی، کارابزارهای سنتی، صنایع دستی و سوغات)، فعالیت‌ها و کاروکسب‌های مرتبط و محصولات و رویدادهای گردشگری در روستا بودند. گردآوری داده‌های مورد نیاز با طراحی یک کاربرگ جامع و مصاحبه با مدیران محلی روستا، دهیاری‌ها و شوراهای اسلامی روستاها، طی مراجعه‌ها و تماس‌های مکرر انجام شد. متغیر مهم دیگر، اشتغال‌زایی گردشگری روستایی است. ابعاد و مؤلفه‌های این متغیر با مرور گسترده منابع شناسایی و با طراحی پرسش‌نامه مفصل دیگری عملیاتی گردید. با توجه به ماهیت و کارکردی که اشتغال گردشگری دارد، باید در سطح افراد سنجیده شود. برای این منظور نمونه‌ای به حجم ۳۰۰ نفر با روش طبقه‌ای از بین ۳۰ روستای مورد مطالعه انتخاب و با پیمایش‌های میدانی و تکمیل پرسش‌نامه‌ها، داده‌های لازم گردآوری و پردازش شد. حجم نمونه با به‌کارگیری رابطه کوکران و در نظر گرفتن مقادیر ۰/۰۵ برای خطای استاندارد و ۰/۲۷ و ۰/۷۳ برای پارامترهای p و q محاسبه شد. دو مقدار اخیر، به ترتیب درصد فراوانی‌های نمرات بالاتر و پایین‌تر از میانگین گویه «تجربه هرگونه اشتغال‌زایی و درآمد از فعالیت‌های گردشگری»، به‌عنوان مهم‌ترین گویه برای سنجش متغیر اشتغال‌زایی گردشگری روستایی، در پیش‌آزمونی بودند که از نمونه مقدماتی دو روستای بیساران و پالنگان به‌دست آمدند. براساس هدف، ارزیابی ارتباط بین این دو متغیر و چگونگی آن در منطقه مورد مطالعه، برای مطابقت دو متغیر و امکان‌پذیری آماری تحلیل، داده‌های پردازش‌شده و متغیرها و مقیاس اندازه‌گیری‌شده به شرح

قسمت‌های بعدی، در سطح روستاها خلاصه‌سازی آماری شد. رویکرد محوری در تحلیل‌های انجام شده، چنانکه در ادامه خواهد آمد، علاوه بر مقیاس‌سازی‌های عاملی برای سنجش سطح توسعه گردشگری و اشتغال گردشگری در روستاهای مورد مطالعه، گونه‌شناسی گردشگری روستایی در منطقه اورامان و ارائه تحلیلی رابطه بین دو متغیر و مقایسه‌های گروهی به تفکیک گونه‌های گردشگری روستایی بوده است.

۴. نتایج و بحث

۴.۱. ارزیابی مؤلفه‌ها و سنجش سطح «توسعه گردشگری» در مناطق روستایی اورامان

۴.۱.۱. تسهیلات عمومی و زیرساخت‌های تخصصی مورد نیاز توسعه گردشگری روستایی

یکی از مهم‌ترین شرایط مورد نیاز برای توسعه گردشگری به‌ویژه گردشگری روستایی، زیرساخت‌ها و تسهیلات عمومی است. در این قسمت به بررسی وضعیت تسهیلات عمومی و زیرساخت‌های تخصصی پرداخته شده است. نتایج در جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که خدمات و زیرساخت‌های عمومی، با ترکیبی وزنی از ۸ خدمت مختلف و در مقیاسی از ۱ تا ۵، از کمترین سطح برخوردار در روستای آریان با مقدار $۱/۶۳$ تا بیشترین سطح برخوردار در روستای پالنگان با $۴/۱۳$ متغیر بوده است. تسهیلات و زیرساخت‌های تخصصی نیز که از ترکیب وزنی ۵ زیرساخت ویژه موردنیاز برای توسعه گردشگری در روستا به دست آمده، در ۱۱ روستای مورد مطالعه مطلقاً موجود نبوده و بیشترین سطح برخوردار آن نیز برابر با $۴/۸$ مربوط به همان روستای پالنگان از توابع بخش مرکزی شهرستان کامیاران بوده است. خدمات و زیرساخت‌های عمومی با میانگین $۲/۷۰$ و انحراف معیار $۰/۸۱$ و تسهیلات تخصصی با میانگین $۱/۵۲$ و انحراف معیار $۱/۶۳$ ، به‌عنوان نمایی کلی از وضعیت عمومی روستاهای مورد مطالعه، نشان می‌دهند که وضعیت زیرساخت‌های عمومی مورد نیاز به مراتب در وضعیت مناسب‌تری نسبت به زیرساخت‌های تخصصی مورد نیاز در روستاهای مورد مطالعه قرار دارد.

جدول ۲- توصیف آماری وضعیت زیرساخت‌های عمومی و تسهیلات تخصصی گردشگری در روستاهای مورد مطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

انحراف معیار	متوسط	بیشینه		کمینه		ترکیب مقیاس	مؤلفه های فضایی-کالبدی
		روستا	مقدار	روستا(ها)	مقدار		
۰/۸۱	۲/۷۰	پالنگان	۴/۱۳	آریان	۱/۶۳	میانگین وزنی ۸ خدمت	خدمات و زیرساخت‌های عمومی مورد نیاز
۱/۶۳	۱/۵۲	پالنگان	۴/۸۰	زوم، آلمان، دره ناخی، یوزیدر، دیوزناو، سوره‌تو، تخان، روار، دژن، دمبو، قلعه‌جی	۰/۰۰	میانگین وزنی ۵ زیرساخت	تسهیلات و زیرساخت‌های تخصصی مورد نیاز

۴.۱.۲. نوع و کیفیت جاذبه‌های گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه

یکی از شاخص‌های مهم دیگری که در سنجش وضعیت صنعت گردشگری بسیار حائز اهمیت است، نوع و کیفیت جاذبه‌های گردشگری است. در این مطالعه، جاذبه‌های گردشگری در دو طیف کلی جاذبه‌های طبیعی و جاذبه‌های فرهنگی-اجتماعی، تاریخی و انسان‌ساخت ارزیابی و سنجیده شدند. وضعیت جاذبه‌های طبیعی از ترکیب ۱۲ گونه مختلف، کمترین پتانسیل را در روستای تخان با مقدار ۰/۶۳ و بیشترین پتانسیل را در روستای پالنگان با مقدار ۴/۶۳ داشته است. این جاذبه‌ها هرکدام از موارد موجود چشم‌انداز و سیمای سرزمین، ذخایر جانوری و حیات‌وحش، گیاهان خوراکی و دارویی مرتعی، مزارع پلکانی، آبشار و چشمه، غار و سرداب و زیست‌بوم عشایری را شامل بوده است. جاذبه‌های فرهنگی-اجتماعی، تاریخی و انسان‌ساخت نیز از ترکیب ۲۰ گونه مختلف حاصل شده و این بار نیز روستای تخان با مقدار ۰/۲۳ و روستای اورامان تخت با ۴/۴۷، از کمترین و بیشترین پتانسیل برخوردار بوده‌اند. این جاذبه‌ها نیز شامل همه موارد موجود ارگ یا قلعه، معماری پلکانی، کتیبه یا سنگ‌نوشته، خانه(های) قدیمی، کوشک، آب‌انبار، حمام، زیباسازی معابر، قومیت و نژاد، اقلیت مذهبی، زبان و گویش، مشاهیر و شخصیت‌ها، آداب و رسوم، آیین‌ها و مناسک،

لباس، غذا و بازی محلی؛ کارابزارهای سنتی، صنایع دستی و سوغات بوده‌اند. جدول شماره (۳) ارزیابی آماری نوع و کیفیت جاذبه‌های گردشگری روستایی در منطقه را نشان می‌دهد.

جدول ۳- توصیف آماری وضعیت انواع جاذبه‌های گردشگری در روستای مورد مطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

انحراف معیار	متوسط	بیشینه		کمینه		ترکیب مقیاس	جاذبه‌های گردشگری روستایی
		روستا	مقدار	روستا	مقدار		
۱/۱۵	۲/۵۹	پالنگان	۴/۶۳	تخان	۰/۶۳	وضعیت متوسط ۱۲ گونه جاذبه طبیعی	جاذبه‌های طبیعی
۱/۲۷	۲/۰۹	اورامان تخت	۴/۴۷	تخان	۰/۲۳	وضعیت متوسط ۲۰ گونه جاذبه فرهنگی	جاذبه‌های فرهنگی- اجتماعی، تاریخی و انسان‌ساخت

۲.۴. گونه‌شناسی و ارزیابی سطح توسعه گردشگری در روستاهای منطقه

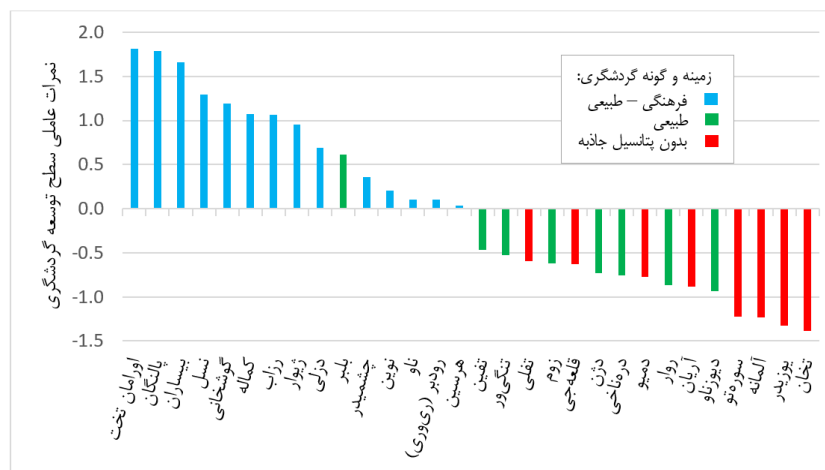
پس از ارزیابی وضعیت تسهیلات و جاذبه‌ها به‌عنوان مهم‌ترین الزامات و مؤلفه‌های توسعه گردشگری، در این قسمت ابتدا مقیاس‌سازی برای این متغیر براساس ترکیب خطی وزنی مناسبی از مؤلفه‌ها انجام شد. جدول شماره ۴، نتایج این مقیاس‌سازی را با استفاده از روش آماری تحلیل عاملی و به ترتیب اثرگذاری مؤلفه‌های چهارگانه نشان می‌دهد. این مقیاس (عامل) ۷۱/۵۳ درصد از واریانس مؤلفه‌های توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه را تبیین می‌کند.

جدول ۴- مقیاس‌سازی و سنجش توسعه گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه به کمک تحلیل عاملی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

تیبین واریانس	مقدار ویژه	KMO (sig.)	بار عاملی	مؤلفه‌های عامل توسعه گردشگری روستایی
۷۱/۵۳ درصد	۲/۸۶	۰/۷۲ (۰/۰۰)	۰/۹۳	تسهیلات و زیرساختهای تخصصی مورد نیاز گردشگری در روستا
			۰/۸۵	جاذبه‌های طبیعی روستا برای توسعه گردشگری
			۰/۸۴	جاذبه‌های فرهنگی-اجتماعی، تاریخی و انسان‌ساخت روستا
			۰/۷۴	خدمات و زیرساختهای عمومی مورد نیاز توسعه گردشگری

بر اساس نمره‌های عاملی به دست آمده، تقسیم‌بندی سطوح توسعه گردشگری روستاها در چهار سطح بالا، متوسط، پایین و خیلی پایین به دست آمد و گونه‌شناسی گردشگری در روستاها نیز با مقایسه وضعیت دو گروه جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی-تاریخی، در سه گونه غالب «فرهنگی-طبیعی»، «صرفاً طبیعی» و «فاقد پتانسیل جاذبه» صورت گرفت. نمودار شکل شماره ۲، نتایج این گونه‌شناسی و سطح‌بندی را یک‌جا نشان می‌دهد. در مجموع، ۸ روستا در سطح توسعه گردشگری بالایی قرار دارند که گونه غالب گردشگری در همه آنها، فرهنگی-طبیعی است. در این میان، اورامان تخت، پالنگان و بیساران برترین موقعیت‌ها را داشته‌اند. در سطح توسعه متوسط نیز ۷ روستا قرار می‌گیرند که به جز روستای بلبر، در سایر روستاها گونه غالب توسعه گردشگری همانند روستاهای سطح بالا، گونه فرهنگی-طبیعی است. گردشگری در حد متوسط در روستای بلبر، تنها بر پایه جاذبه‌های طبیعی این روستا شکل گرفته است. ۱۵ روستای دیگر که با نمره‌های عاملی منفی و وضعیت پایین و خیلی پایین در توسعه گردشگری، یا تنها از برخی جاذبه‌های طبیعی برخوردار بوده‌اند یا هیچ‌گونه جاذبه چشمگیری نداشته‌اند. هیچ‌کدام از این روستاها از جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی برای توسعه گردشگری برخوردار نیستند. ضعیف‌ترین‌ها روستاهای تخان، یوزیدر، آمانه و سوره‌تو بوده‌اند.



شکل ۲- نمودار سطح‌بندی و گونه‌شناسی توسعه گردشگری روستایی در منطقه اورامان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

۳.۴. ارزیابی وضعیت اشتغال گردشگری در روستاهای مورد مطالعه

پس از بررسی وضعیت توسعه گردشگری و گونه‌شناسی آن در روستاهای مورد مطالعه، ابعاد و مؤلفه‌های متغیر اشتغال‌زایی گردشگری روستایی چنان‌که پیش‌تر اشاره شده، با نمونه‌گیری در سطح ساکنان روستاها عملیاتی و مورد سنجش قرار گرفت. میانگین سنی پاسخ‌گویان ۳۹ سال با دامنه تغییرات بین ۲۲ تا ۶۵ سال بود. بیش از ۹۶ درصد آنان باسواد بودند که از این میان، بیش از ۱۱ درصد (۳۴ نفر) تحصیلات لیسانس و بالاتر از آن داشتند. ۲۱۹ نفر آنان (۷۳ درصد) مرد و ۸۱ نفر زن بودند. به‌جز ۱۰ درصد (۳۰ نفر) بیکار، بیشترین فراوانی شغل اصلی و اول بقیه به‌ترتیب به مشاغل آزاد، کشاورزی، خانه‌داری، کارمندی و کولبری اختصاص داشته است که کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری نیز در همان گروه نخست مشاغل آزاد به حساب آمده‌اند.

توصیف آماری این مؤلفه‌ها، پس از خلاصه‌سازی در سطح روستاها (casesummarization) در جدول شماره ۵ ارائه شده است. میانگین بالا و انحراف معیار پایین اجرای تورهای بازدید از باغات و مزارع خانوادگی در منطقه شایان توجه است؛ مزارع و باغاتی که بسیاری از آنها به‌صورت پلکانی در تپه‌ها و پای‌کوه‌ها استقرار دارند و بیشتر به‌صورت دیم یا در موارد کمتری با سیستم‌های تحت فشار آب دریافت می‌کنند. داشتن و دنبال کردن ایده‌های کارآفرینانه در رابطه با گردشگری روستایی در بین ساکنان محلی نیز وضعیت مشابهی داشته است. بنابراین، تمایل و آمادگی ذهنی جامعه روستایی تا اندازه‌ای با اقدامات عملی آنان برای خلق فرصت‌های کار و اشتغال در زمینه‌های گردشگری همراه شده و در صورت برنامه‌ریزی‌های راهبردی و پشتیبانی‌های سازمانی می‌توان به تداوم این روند و سوق یافتن آن به سمت شکل‌گیری و توسعه گردشگری در روستاهای منطقه امیدوار بود.

جدول ۵- توصیف آماری مؤلفه‌های سنجیده شده برای اشتغال‌زایی گردشگری روستایی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

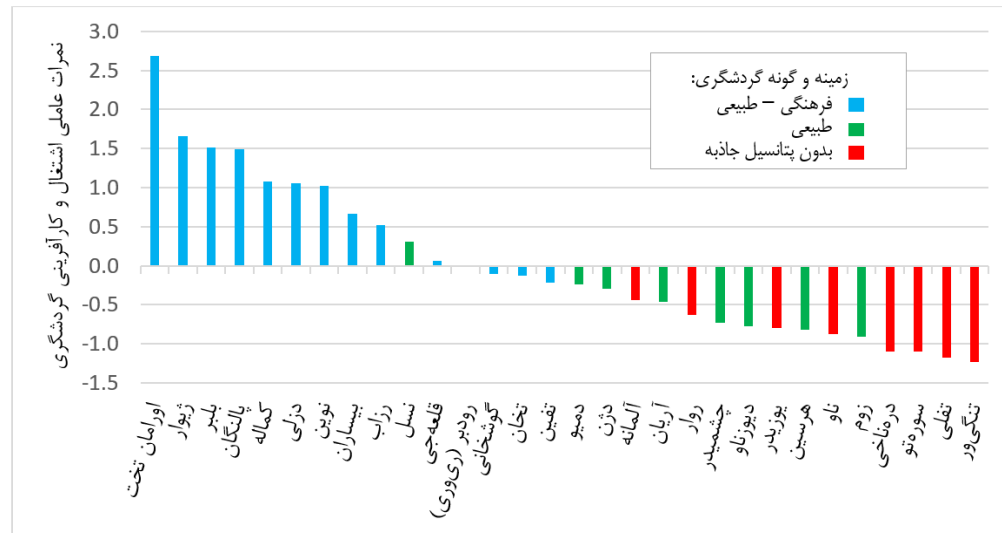
متغیرها و مؤلفه‌های سنجش اشتغال و کسب‌وکارهای گردشگری	کمینه	بیشینه	متوسط	انحراف معیار	چولگی
فعالیت در قالب تور و آژانس‌های حرفه‌ای با نیروهای ماهر	۲/۶	۴	۰/۸۰	۱/۲۷	۱/۲۶
ارائه موردی خدمات جانبی (جابجایی، راهنمایی، رانندگی، فروشندگی)	۲/۸	۴/۷	۱/۴۰	۱/۶۷	۰/۷۳
اشتغال‌زایی و درآمد از فعالیت‌های گردشگری در خانواده	۰/۲۰	۱/۳۰	۰/۷۱	۰/۲۸	۰/۴۲
ایده و تجربه عملی در راه‌اندازی کاروکسب گردشگری در روستا	۲/۷۰	۳/۶۰	۳/۱۶	۰/۲۶	۰/۰۹
اجرای تورهای بازدید از باغات و مزارع خانوادگی	۳/۳۰	۴/۶۰	۳/۹۹	۰/۳۴	-۰/۴۸

در ادامه، مقیاس‌سازی برای متغیر اشتغال‌زایی گردشگری نیز با کاربست تحلیل عاملی روی مؤلفه‌های بالا انجام شد و عامل استخراج شده، به شرح نتایج جدول شماره ۶، توانست ۴۵ درصد از مجموع واریانس این مؤلفه‌ها را تبیین کند. در نمودار شکل شماره ۳، سطوح مقایسه‌ای این متغیر در روستاهای مورد مطالعه، به تفکیک گونه‌های گردشگری نشان داده شده و بیانگر آن است که در مقام مقایسه و به‌طور نسبی، روستاهای برخوردار از جاذبه‌ها و میراث‌های فرهنگی و تاریخی توان و پتانسیل بیشتری برای ایجاد مشاغل گردشگری برای ساکنان خود داشته‌اند.

جدول ۶- مقیاس‌سازی و سنجش اشتغال‌زایی گردشگری روستایی در منطقه مورد مطالعه به کمک تحلیل عاملی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

مؤلفه‌های عامل ایجاد اشتغال و کسب‌وکارهای گردشگری روستایی	بار عاملی	KMO (sig.)	مقدار ویژه	تبیین واریانس
فعالیت در قالب تور و آژانس‌های حرفه‌ای با نیروهای ماهر	۰/۸۶	۰/۵۰۲ (۰/۰۰)	۲/۲۷	۴۵/۵ درصد
ارائه موردی خدمات جانبی (جابجایی، راهنمایی، رانندگی، فروشندگی)	۰/۸۴			
اشتغال‌زایی و درآمد از فعالیت‌های گردشگری در خانواده	۰/۶۴			
ایده و تجربه عملی در راه‌اندازی کاروکسب گردشگری	۰/۵۱			
اجرای تورهای بازدید از باغات و مزارع خانوادگی	۰/۳۹			



شکل ۳- نمودار سطح‌بندی اشتغال‌زایی گردشگری روستایی در منطقه اورامان به تفکیک گونه‌های گردشگری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

۴.۴. تحلیل مقایسه‌ای رابطه بین توسعه و اشتغال در گردشگری روستایی منطقه اورامان

چنان‌که تحلیل‌ها و نتایج قبلی نشان داد، در هر دو زمینه توسعه و اشتغال گردشگری، روستاهای «برخوردار از هر دو نوع میراث‌های فرهنگی-تاریخی و جاذبه‌های طبیعی» در سمت چپ نمودارها، روستاهای «صرفاً برخوردار از جاذبه‌های طبیعی» در میانه‌ها و روستاهای «نابرخوردار از پتانسیل‌های چشمگیر جاذبه‌ای» در انتهای سمت راست قرار گرفتند. برای بررسی دقیق و آماری، تأثیر زمینه و گونه غالب گردشگری روستایی بر هر دو متغیر توسعه و اشتغال، به شرح نتایج دو جدول شماره ۷ و ۸، با به‌کارگیری آزمون تجزیه واریانس و پس‌آزمون دانکن مورد آزمون و تحلیل قرار گرفت. پیش‌آزمون لَوْن با آماره $2/72$ و سطح معنی‌داری $0/064$ برای متغیر توسعه گردشگری روستایی و آماره $1/89$ و سطح معنی‌داری $0/06$ برای متغیر اشتغال گردشگری روستایی، همگنی واریانس این متغیرها در بین سه گروه مورد مقایسه و در نتیجه کیفیت آماری آنها برای اجرای آزمون پارامتری تجزیه واریانس را با 94 درصد اطمینان تأیید کرد. نرمال بودن توزیع دو شاخص ساخته شده نیز با

به‌کارگیری آزمون اسمیرنوف-کولموگروف مورد ارزیابی قرار گرفت. آماره آزمون برابر با ۰/۱۵۹ و سطح معنی‌داری ۰/۰۶۴ برای شاخص «توسعه گردشگری روستایی» و مقدار ۰/۱۴۳ و سطح معنی‌داری ۰/۱۱۴ برای شاخص «اشتغال‌زایی گردشگری روستایی»، بیانگر نرمال بودن دو توزیع به ترتیب با بیش از ۹۵ درصد اطمینان بود. معنی‌دار نشدن آماره آزمون ($p\text{-value} > 0/05$) به این معنی است که اختلاف توزیع متغیر مورد نظر با توزیع نرمال مورد انتظار برای آن معنی‌دار نمی‌باشد و بنابراین توزیع، نرمال قلمداد می‌شود (امینی و دیگران، ۱۳۹۶).

جدول ۷- تجزیه واریانس و مقایسه میانگین دو متغیر توسعه و اشتغال بین روستاهای سه گونه گردشگری

روستایی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

متغیرها / گونه گردشگری	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	آماره F	سطح معنی‌داری
توسعه گردشگری روستایی	۲۱/۲۵	۲	۱۰/۶۳	۳۷/۰۴	۰/۰۰۰
	۷/۷۵	۲۸	۰/۲۹		
	۲۹	۲۹			
اشتغال گردشگری روستایی	۸/۴۶	۲	۴/۲۳	۵/۵۶	۰/۰۰۹
	۲۰/۵۴	۲۷	۰/۷۶		
	۲۹	۲۹			

براساس این نتایج، بین سه گروه روستاهای شناسایی شده اختلاف‌های معنی‌داری در رابطه با هر دو متغیر توسعه گردشگری و اشتغال گردشگری وجود دارد. میانگین‌های گروهی این دو متغیر و نتایج پس‌آزمون دانکن برای گروه‌بندی همگن آنها، به صورت یک‌جا در جدول شماره ۸ آمده است. در هر دو متغیر، برتری معنی‌دار با روستاهای برخوردار از هر دو میراث فرهنگی و جاذبه‌های طبیعی است و دو دسته روستاهای دیگر در واقع یک گروه همگن، نابرخوردار از توسعه گردشگری و بی‌بهره از مشاغل و عایدی گردشگری هستند.

بین دو متغیر توسعه گردشگری و اشتغال گردشگری در روستاهای مورد مطالعه منطقه اورامان همبستگی مثبت معنی‌دار و بسیار بالایی وجود دارد. این همبستگی معنی‌دار به‌ویژه در روستاهای گروه نخست که از وضعیت مناسب‌تری در رابطه با هر دو متغیر برخوردارند، امیدوارکننده و برای آینده توسعه و کسب‌وکارهای گردشگری، در صورت برنامه‌ریزی و پشتیبانی، نویدبخش است.

جدول ۸- پس‌آزمون دانکن و همبستگی بین دو متغیر به تفکیک گونه‌های غالب گردشگری در روستاهای منطقه
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

همبستگی بین دو متغیر	متوسط نمره اشتغال‌زایی گردشگری	متوسط نمره توسعه گردشگری	زمینه و گونه غالب گردشگری روستایی
۰/۶۷**	+۰/۵۷ ^a	+۰/۸۸ ^a	فرهنگی - طبیعی
۰/۸۷**	-۰/۴۵ ^b	-۰/۵۳ ^b	طبیعی
۰/۰۷ ⁿ	-۰/۵۴ ^b	-۱/۰۰ ^b	بدون پتانسیل جاذبه
۰/۷۵**	۰	۰	مجموع روستاها

خلاصه تحلیل‌های انجام شده و نتایج آنها، اینکه، از نگاه راهبردی و در رابطه بین گردشگری و روستا، گردشگری را برای روستا و توسعه گردشگری را برای توسعه روستایی خواستن و دانستن و نه روستا را برای گردشگری و توسعه آن، این صنعت در منطقه اورامان کردستان تنها در روستاهای اورامان تخت، پالنگان، بیساران، نسل، گوشخانی، گلانه، رزاب، ژیوار و دزلی، پتانسیل توسعه و پایداری برای تقویت بنیان‌های معیشتی خانوارها و اقتصاد روستایی را دارد و پرداختن به آن در روستاهای دیگر، دست‌کم از نگاه راهبردی و توسعه‌ای، از اولویت منطقی برخوردار نیست و در پایان، در این روستاها نیز توان‌های بالقوه گردشگری برای توسعه و اشتغال‌زایی، پیش‌تر و بیش‌تر بر مدار و محور فرهنگ است تا طبیعت.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

در پاسخ به پرسش اصلی مبنی بر این که آیا توسعه گردشگری می‌تواند زمینه‌ساز اشتغال در منطقه روستایی اورامان کردستان شود؛ یافته‌های پژوهش نشان داد که در روستاهایی که توانسته‌اند به‌عنوان روستاهای هدف توسعه گردشگری جاذب گردشگران باشند و خود را به‌عنوان مراکز برتر گردشگری روستایی در سطح منطقه معرفی نمایند، توسعه گردشگری توانسته است موجب افزایش سطح اشتغال و به‌ویژه ایجاد مشاغل خرد و خانوادگی گردد و به‌عنوان یک فعالیت مکمل ارزش‌افزا در محیط اقتصادی روستاها مطرح باشد. در ادامه و در رابطه با الزامات ساختاری مورد نیاز گردشگری روستایی، نکته قابل تأمل تفاوت در سطح برخورداری روستاهای دارای توان و هدف توسعه گردشگری و سایر روستاهای مورد بررسی است. این تفاوت هم در سطح برخورداری از زیرساخت‌های عمومی مرتبط با خدمات رفاهی و اقامتی و هم در بحث توسعه زیرساخت‌های تخصصی حوزه اشتغال‌زایی و گردشگری است. هرچند در این میان میانگین و وضعیت کیفی برخورداری از زیرساخت‌های تخصصی در میان روستاهای مورد مطالعه به‌ویژه روستاهای توانمند و هدف نیز نسبت به وضعیت کیفی زیرساخت‌های عمومی رفاهی در وضعیت نامناسب‌تری ارزیابی گردید. این نکته از این لحاظ حائز اهمیت است که زیرساخت‌های تخصصی، لازمه ایجاد اشتغال‌های پایدار به واسطه جذب مستمر تقاضا در بازار رقابتی کنونی گردشگری خواهد بود که بر مدار تخصص‌محوری و تفاوت استوار است. وجود زیرساخت‌های تخصصی حوزه گردشگری لازمه ایجاد تفاوت برای روستاهای مقصد گردشگری در بازار گردشگری و جذب گردشگران و مشاغل حاصل از آنها می‌باشد. بدون ایجاد این دسته از زیرساخت و با تکیه بر زیرساخت‌های عمومی، نمی‌توان به افزایش طول اقامت، تنوع‌بخشی به جاذبه‌ها، حرکت به سمت تخصصی شدن بازار گردشگری منطقه و ایجاد حس تازگی و لذت برای گردشگران دست یافت و در بلندمدت حتی روستاهای داران توان نیز با کاهش جمعیت گردشگران ورودی و رکود روبه‌رو خواهند شد.

در ارتباط با نوع و کیفیت جاذبه‌های گردشگری روستایی، دو روستای اورامان تخت و پالنگان با برتری در برخورداری توأمان از جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی در میان روستاهای منطقه، تعدد این

جاذبه‌ها و بهره‌گیری از آنها به‌ویژه در حوزه جاذبه‌های فرهنگی که تبدیل به رویدادهای گردشگری شده‌اند، از وضعیت مطلوبی در میان روستاهای منطقه برخوردار شده‌اند. در این دو روستا، تلفیقی از هر دو نوع جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی موجب گردیده تا به‌عنوان روستاهای هدف گردشگری معرفی و مورد استقبال بسیار گردشگران داخلی و خارجی باشند، مزیتی که در روستاهای دیگر وجود ندارد و صرفاً تکیه بر جاذبه‌های طبیعی و یا جاذبه‌های فرهنگی و تاریخی نتوانسته است موجب برجسته‌شدن آنها در بازار گردشگری منطقه باشد. بایستی پذیرفت که گردشگران، در پی جاذبه‌های بکر و تلفیق آنها در حوزه‌های مختلف در راستای سلايق مختلف خود هستند. در این راستا نیز یافته‌ها نشان داد که هم توسعه‌یافتن گردشگری و هم اشتغال‌زایی گردشگری، معطوف به روستاهای برخوردار از هر دو گونه جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی بوده است. همچنین؛ اجرای تورهای بازدید از باغات و مزارع خانوادگی در منطقه مهم‌ترین عرصه اشتغال‌زایی، شناخته شد.

در ارتباط با توان توسعه گردشگری و تبدیل‌شدن به یک مقصد برتر گردشگری، تفاوت قابل توجهی بین روستاها وجود دارد. گرچه تنها چند روستای محدود دارای توان بالای توسعه گردشگری بودند، روستاهای بیشتری در منطقه به لحاظ دارا بودن جاذبه‌های طبیعی و انسانی، توان بالایی دارند. ناشناخته بودن و عدم بهره‌گیری از این جاذبه‌ها موجب شده تا تنها روستاهای محدودی به‌عنوان روستای نام و نشان‌دار در عرصه توسعه گردشگری منطقه مشخص باشند. در ارتباط با قابلیت ایجاد اشتغال و منافع گردشگری، فعالیت در قالب تور و آژانس‌های حرفه‌ای اثرگذاری قابل توجهی داشت. درواقع، لازمه توسعه موفقیت‌آمیز و درآمدزای گردشگری نخست شناخته‌شدن و پس از آن ورود گردشگران در قالبی سامان‌یافته و کنترل‌شده است که این هر دو را می‌توان در گسترش تورهای گردشگری یافت. هرچقدر، روند ورود تورهای گردشگری به سطح منطقه افزایش یابد به دلیل سازمان‌دهی این نوع سفر و آمادگی مقاصد روستایی و نیز هزینه‌کرد آنها می‌توان سطح رضایت و لذت بیشتری را برای گردشگران ورودی فراهم آورد و در نتیجه، زمینه‌های افزایش تعهد و وفاداری را برای روستاهای دارای توان بالای توسعه گردشگری شکل داد. اشتغال‌زایی در مقاصد گردشگری روستایی ارتباط معناداری با توسعه گردشگری داشت. در حال حاضر، فضای کسب‌وکار در جامعه

مورد مطالعه به دلایلی از قبیل سطح نامناسب زیرساختی و خدماتی، عدم ارائه آموزش‌های مورد نیاز و مهیا نبودن بسترهای ذهنی ریسک‌پذیری فعالیت‌های کارآفرینانه در میان روستاییان، در شرایط رضایت‌بخشی قرار ندارد و به‌علاوه، موقعیت مرزی و در حاشیه این منطقه و انزوای اقتصادی-اجتماعی ناشی از آن نیز زمینه‌های فردی خلاقانه برای راه‌اندازی این‌گونه کسب‌وکارها را در میان روستاییان کم‌رنگ کرده است. در پایان، راهکارهایی را می‌توان در راستای توسعه کارآفرینی گردشگری در مقاصد روستایی منطقه پیشنهاد نمود.

با توجه به نقش غیرقابل انکار دولت در محیط روستایی در غیاب بخش خصوصی و انجمن‌های مردم‌نهاد، ورود جدی و مسئولانه نهادهای دولتی مرتبط در تمام مراحل راه‌اندازی تا اجرا و حمایت‌هایی در جهت بقای کسب‌وکارهای نوپای گردشگری در سطح منطقه ضروری و اساسی‌ترین اقدام در راستای توسعه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه و ایجاد گرایش در مردم محلی است. گردشگری فعالیتی چندوجهی و سیستمی است و با وجود مدیریت بخشی و نهادهای موازی در مدیریت توسعه نواحی روستایی، هم‌گرایی و هم‌راستاسازی برنامه‌های حمایتی از صاحبان کسب‌وکارهای خرد روستایی و ایجاد زمینه‌های گرایش روستاییان به خود اشتغالی در عرصه گردشگری، نیازمند سازوکار و پشتیبانی سازمانی ویژه خود است. همچنین، تأمین و تقویت زیرساختی‌های تخصصی در روستاهای با قابلیت بالای توسعه گردشگری مبتنی بر ایجاد و توسعه اقامتگاه‌های بومگردی، مجتمع‌های گردشگری و استراحتگاه‌هایی که مبتنی بر نمادهای بومی و محلی و در هماهنگی کامل با مصالح بوم‌آورد منطقه باشند، لازمه تبدیل مزیت گردشگری این روستاها به مزیتی رقابتی در بازار گردشگری منطقه است.

با توجه به اهمیت و اثرگذاری برگزاری تورهای تخصصی در توسعه گردشگری روستاها منطقه، اداره میراث فرهنگی و گردشگری می‌تواند با ارائه آموزش‌های لازم و تربیت افراد بومی آموزش‌دیده، زمینه را برای برگزاری کارآمدتر تورهای تخصصی و ارائه بسته‌های سفر متنوع و متفاوت به گردشگران فراهم کند. به‌علاوه، هماهنگ‌سازی این‌گونه تورها با دیگر مقاصد گردشگری عمده در استان، از قبیل جاذبه‌های شهر سنج، گردشگری خرید شهر مریوان، گردشگری روستایی محور

تالاب زریوار و در نهایت گردشگری خرید در شهر بانه و ایجاد یک کریدور گردشگری، می‌تواند زمینه‌ساز افزایش جذب گردشگران، افزایش مدت اقامت، رضایت و هزینه‌کرد آنها گردد. ادراک نقش و کارکرد و اولویت‌دهی و برنامه‌ریزی برای برندسازی و معرفی شایسته میراث‌های ارزشمند فرهنگی-اجتماعی و پیشینه‌های تاریخی موجود و قابل بهره‌برداری در روستاهای منطقه، در کنار سامان‌دهی و محافظت از عرصه‌ها و پتانسیل‌های اکولوژیک و طبیعی، بایستی به‌عنوان استراتژی توسعه گردشگری روستایی منطقه در نظر گرفته شده و رویدادهای فرهنگی بومی در برنامه‌های تورهای گردشگری گنجانده شود. تنها به‌عنوان نمونه، آیین‌ها، مراسم، باورها، آداب و رسوم و غذاهای محلی این منطقه پتانسیل بالایی در هر دو زمینه برندسازی فرهنگی و تقویت تسهیلات پشتیبان گردشگری دارد.

به منظور توسعه گردشگری به‌صورت عادلانه و بهره‌گیری از تمامی ظرفیت‌های موجود، می‌توان از نام و نشان‌دار بودن روستاهایی مانند اورمان تخت، پالنگان، سلین و بلبر و سایر روستاهای توانمند شناخته‌شده در راستای ایجاد یک جریان توسعه گردشگری در میان روستاهای پیرامونشان به‌عنوان مراکز ثقل توسعه گردشگری بهره برد. اختصاص بخشی از برنامه‌های تورهای گردشگری وارد شده به این روستاها به بازدید از روستاهای پیرامون با مناسب‌سازی جاذبه‌های طبیعی و فرهنگی جهت بهره‌گیری از جمله راهکارهایی کارا و شروع‌کننده این جریان‌سازی خواهد بود. نیاز است که تأمین و تدارک زیرساخت‌های تخصصی حوزه گردشگری متناسب با ظرفیت‌های روستاهای توانمند شناخته شده در اولویت مداخلات سیاست‌گذاری قرار گیرد. در این ارتباط در ابتدا لازم است که ظرفیت‌های توسعه بخش‌های تخصصی گردشگری روستاها شناخته شود و سپس متناسب با آن زیرساخت‌های مورد نیاز تأمین گردد. برای نمونه در روستاهای اورامان تخت، سلین و بلبر، می‌توان به توسعه گردشگری سلامت مبتنی بر بخش صحت و تندرستی (با توجه به طبیعت بکر و ناب، کمیت و کیفیت مناسب دسترسی و ذخایر بالای گونه‌های گیاهی دارویی و خوردروی مرتعی و جنگلی) یا توسعه ژئوتوریسم (با توجه به وجود آثار بکر زمین‌شناسی و تنوع ژئومورفولوژیکی منطقه) یا در روستاهای پالنگان توسعه گردشگری غذایی (با توجه به مزارع پرورش ماهی موجود) را مورد تأکید

قرار داد. با توجه به اینکه باغات و مزارع خانوادگی که به صورت پلکانی ساخته شده‌اند، از مهم‌ترین عرصه‌های اشتغال‌زایی روستاها هستند، لازم است در ابتدا حفاظت و سامان‌دهی و نوسازی این باغات قدیمی، منطبق بر توپوگرافی منطقه در دستورکار قرار گیرد. همچنین، بایستی زیرساخت‌های اقامتی و رفاهی ویژه و سازگار با این محیط در میان باغات مهیا گردد، امری که کمبود آن در وضعیت فعلی به شدت احساس می‌شود. برگزاری رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی و اجتماعی و از آن مهم‌تر تولیدی مرتبط با برداشت محصولات بکر باغی منطقه، راهکار دیگری در راستای تحول‌بخشی به اشتغال در این حوزه است.

کتابنامه

۱. ارغا، م؛ آزادخانی، پ؛ و کریمی‌دوستان، ر. (۱۳۹۶). نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام. فصلنامه مطالعات عمران شهری، ۱(۳)، ۱۸-۳۳.
۲. امینی، ع؛ صادقیان، ف؛ و زاهدی، ط. (۱۳۹۶). مدل‌سازی ساختاری و تبیین علی‌ارزیابی جوامع روستایی از کیفیت زندگی و عوامل مؤثر بر آن. جامعه‌شناسی کاربردی، سال ۲۸ (پیاپی ۶۵)، شماره ۱، ۸۷-۱۱۲.
۳. ایمنی‌فشلاق، س؛ خانی، ف؛ و هاشمی، س.س. (۱۳۹۱). نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه تطبیقی: روستای کندون و اسکندان شهرستان ماکو). جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای، شماره ۱۸، ۲۳۸-۲۱۷.
۴. حسینی‌نیا، غ.ح؛ و علی‌آبادی، و. (۱۴۰۰). طراحی مدل سرعت‌بخش توسعه و گسترش بوم سامانه‌های کارآفرینی گردشگری در محیط روستایی ایران از دیدگاه نخبگان. مجله ترویج و آموزش کشاورزی ایران، جلد ۱۷، ویژه نامه، ۱۹۵-۲۱۳.
۵. دسترنج، ح.ا؛ کاظمی، م؛ کرد، ب؛ کمالیان، ا؛ و روشن، س.ع. (۱۳۹۸). مطالعه ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد (مورد مطالعه: جزیره قشم). فصلنامه علمی-پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۹(۲)، ۹۷-۱۱۱.
۶. شهابی، س؛ صالحی، ا؛ و سیف‌الهی، م. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر میزان موفقیت صنایع روستایی در اشتغال‌زایی (مطالعه موردی: استان اصفهان). پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۴(۱)، ۲۹-۴۰.

۷. شیرینی، ن.ا؛ رضایی، آ.م؛ زرافشانی، ک؛ و خوش‌مرام، م. (۱۳۹۵). شناسایی موانع توسعه کارآفرینی گردشگری: مطالعه موردی شهرستان مرودشت. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۳(۳)، ۵۷-۷۰.
۸. محمدی، م؛ و میرتقیان‌رودسری، س.م. (۱۳۹۵). کارآفرینی راهبردی مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: دهستان جنت رودبار رامسر). *فصلنامه علمی- پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران*، ۴۹(۱۴)، ۲۴۹-۲۷۶.
۹. مولانایی، ص؛ و سلیمانی، س. (۱۳۹۲). بازساخت مؤلفه‌های هویت اصیل معماری بومی ایرانی در غرب کشور (نمونه موردی: اورامان کردستان). *نشریه معماری و شهرسازی آرمان‌شهر*، ۱۷(۲)، ۱۱۵-۱۲۷.
۱۰. نظری، ح؛ جمشیدی، ع.ر؛ و صیدایی، س.ا. (۱۳۹۹). واکاوی عوامل بنیادین آموزشی مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان اردل با استفاده از تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه فازی. *مجله پژوهش ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۳(۳)، ۱۵-۲۶.
۱۱. ولانی، م؛ عبدالمهی، ع.ا؛ منافی‌آذر، ر؛ و صفری، ن. (۱۳۹۴). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه پایدار روستایی با تأکید بر کارآفرینی (مطالعه موردی: دهستان مرحمت‌آباد شمالی - شهرستان میاندوآب). *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۵(۱۹)، ۱۴۲-۱۶۲.
12. Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
13. Briedenhann, J., & Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—Vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management*, 25(1), 71-79.
14. Çakmak, E., Lie, R., & McCabe, S. (2018). Reframing informal tourism entrepreneurial practices: Capital and field relations structuring the informal tourism economy of Chiang Mai. *Annals of Tourism Research* 72, 37-47.
15. Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro M. J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems? *Hospitality and Tourism Management* 44, 215-226.
16. Eschker, E., Gold, G., Lane, M. D., Eschker, E., Gold, G., & Lane, M. D. (2017). Rural entrepreneurs: what are the best indicators of their success? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(2), 278-296.

17. Figueiredo, E., & Raschi, A. (2012). Immersed in green? Reconfiguring the Italian countryside through rural tourism promotional materials. *Advances in Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6, 17–44.
18. Işıka, C., Küçükaltan, E., Çelebic, S.K., Çalkınd, O., Ensere, I., & Çelikh, A. (2019). Tourism and entrepreneurship: A literature review. *Journal of Economy*, 1, 1–27.
19. Jaafar, M., Dahalan, N., & Rosdi, S. A. M. (2014). Local community entrepreneurship: A case study of the Lenggong valley. *Asian Social Science*, 10(10), 226-235.
20. Jørgensen, M. T., Hansen, A. V., Sørensen, F., Fuglsang, L., Sundbo, J., & Jensen, J. F. (2021). Collective tourism social entrepreneurship: A means for community mobilization and social transformation. *Annals of Tourism Research* 88, 103171.
21. Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination-A case study. *Tourism Management* 40(1), 361-371.
22. Küçükaltan, D. (2009). Genel bir yaklaşımla girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(1), 21-28.
23. Luloff, A. E., Bridger, J. C., Graefe, A. R., Saylor, M., Martin, K & Gitelson, R. (1994). Assessing Rural Tourism Efforts in the United States, *Annals of Tourism Research* 21(1), 46-64.
24. Ma, D., Sun, D., & Wang, Z. (2024). Exploring the rural revitalization effect under the interaction of agrotourism integration and tourism-driven poverty reduction: empirical evidence for China. *Land*, 13(60), 2-24.
25. Moyle, C-l., Moyle, B., & Burgers, H. (2020). Entrepreneurial strategies and tourism industry growth. *Tourism Management Perspectives* 35(3).2-12.
26. Mura, L., & Kajzar, P. (2018). Entrepreneurship in tourism sector in central European countries: Hospitality Trends in the Czech Republic in 2007 – 2016. *Environmental Management and Tourism*, 9, 25-35.
27. Özdevecioğlu, M., & Karaca, M. (2015). *Girişimcilik, Girişimci Kişilik, Kavram ve Uygulama*. Eğitim Yayınevi: Konya.
28. Park, D., Doh, K., & Kim, K. (2014). Successful managerial behavior for farm-based tourism: A functional approach. *Tourism Management*, 45, 201–21.
29. Phelan, C., & Sharpley, R. (2011). Exploring agritourism entrepreneurship in the UK. *Tourism Planning & Development*, 8(2), 121–136.
30. Ribeiro-Soriano, D., (2017). Small business and entrepreneurship: their role in economic and social development. *Enterpren. Reg. Dev.* 29 (1/2), 1–3.
31. Shah, I. A., Haq, I., & Shah, A. W. (2022). Exploring poverty-tourism nexus in South Asian countries: A panel dynamic estimation. *Global Business Review*.

32. Sharif, N. M., & Tonik Lonik, K. (2017). Sustaining the entrepreneurship in rural tourism development. *Multicultural and Multireligious Understanding*, 4 (6), 31-42.
33. Sharma, M., Mohapatra, G., & Giri, A. K. (2022). Is tourism pro-poor in India? An empirical investigation using ARDL approach. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 38(4), 602-618.
34. Su, M. M., Wall, G., & Wang, S. G. (2017). Yujiale fishing tourism and island development in Changshan Archipelago, Changdao, China. *Island Studies Journal*, 12(2), 127-142.
35. Surugiu, C. (2009). Development of rural tourism through entrepreneurship. *Journal of Tourism* (8), 65-72.
36. United Nations World Tourism Organization. (2020). *International tourism highlights 2020*. Available at: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>
37. Yang, L., Wall, G., & Smith, S. L. (2008). Ethnic tourism development: Chinese Government Perspectives. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 751-771.
38. Yong-Qin, D., Lin-Xiu, Z., & Cheng-Fang, L. (2021). Off-farm employment and poverty alleviation in rural China. *Journal of Integrative Agriculture*, 20(4), 943-952.