



انجمن علمی گردشگری ایران

واکاوی موانع اقتصادی توسعه گردشگری در نواحی روستایی با استفاده از نظریه بنیانی

مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان زنجان

منیژه احمدی^۱، فریبا عباسی^۲

چکیده

گردشگری روستایی با توجه به کارکردهای متنوع و نیز توانایی بالا در برقراری ارتباط با سایر بخش‌های اقتصادی به‌منزله راهبردی برای توسعه مناطق روستایی مطرح شده است. هدف از تحقیق حاضر، واکاوی موانع اقتصادی توسعه گردشگری در نواحی روستایی با استفاده از نظریه بنیانی در روستاهای هدف گردشگری استان زنجان است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، توسعه‌ای-کاربردی و از نظر پارادایم در گروه تحقیقات کیفی قرار می‌گیرد و از بُعد روش، از نظریه بنیانی بهره برده است. برای گردآوری اطلاعات از اسناد کتابخانه‌ای، تهیه عکس و فیلم، مصاحبه عمیق و مشاهده مستقیم و غیرمشارکتی استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش را مدیران محلی (کارشناسان حوزه گردشگری، دهیاران و اعضای شوراهای اسلامی) هشت روستای هدف گردشگری استان زنجان تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری به صورت روش گلوله برفی (۳۶ نفر) تا رسیدن به اشباع تئوریک انجام شده است. برای تأمین روایی تحقیق، از روش ارزیابی گویا و لینکولن (شامل چهار مرحله قابلیت اعتبار، انتقال پذیری، قابلیت ثبات، تأیید پذیری، معقول بودن) استفاده شده است. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق تحلیل محتوایی واکاوی شدند. با پیوند دادن کدها (کدگذاری باز)، مفاهیم (کدگذاری محوری)، مقوله‌ها (کدگذاری انتخابی) و تأیید اعتبار مفاهیم به‌دست آمده تحقیق از شیوه روش کانونی به‌دست خبرگان، مدل مفهومی تحقیق ترسیم شد و تأیید نظر کارشناسان نیز به مدل اعتبار بخشید. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که روستاهای هدف گردشگری استان زنجان در مقوله اقتصادی، با مشکلات اساسی مواجه‌اند. این مشکلات عبارت‌اند از: محدودیت فصول گردشگری، آسیب پذیری اقتصاد کشاورزی، ضعف توانمندی‌های فردی، فضای نامناسب اقتصادی، فقدان ریسک‌پذیری، فقدان شناخت بازار و ضعف دانش فنی کسب‌وکار.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۱۵

واژه‌های کلیدی:

گردشگری روستایی، موانع گردشگری، موانع اقتصادی، نظریه بنیانی، روستاهای هدف گردشگری، استان زنجان

مقدمه

محرك رشد عمل می‌کند، به‌مثابه فراهم‌کننده فرصت‌های اشتغال و درآمد نیز مطرح است (Nagaraju & Chandrashekar, 2014: 42) و بیش از هر صنعت دیگری سرمایه، انتقال پول و ارزش را در مقیاس‌های محلی، منطقه‌ای، ملی و بین‌المللی سبب می‌شود (محمدزاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۶۵). از این رو گردشگری

امروزه گردشگری به‌منزله صنعتی پویا نقش مهمی در نیل به توسعه پایدار در جوامع گوناگون ایفا می‌کند (Kastenholz et al., 2012: 212); به‌طوری‌که با توجه به تأثیرات بی‌شمار و ارتباط پیچیده آن با سایر بخش‌های اقتصادی، نه‌تنها به‌منزله موتور

۱. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه زنجان (نویسنده مسئول); ahmadi.manijeh@znu.ac.ir
 ۲. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه زنجان



جریان بهینه‌سازی است که در آن، گروه‌های مختلف برای به حداکثر رساندن منافع خود و رسیدن به اهداف مربوطه تلاش می‌کنند (شمس‌الدینی، ۱۳۸۹: ۹۶). بر همین مبنا، در برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۸۸-۱۳۸۴)، دولت تشکیل کمیته‌های گردشگری روستایی و عشایری، تعیین حدود ۳۷۰ روستای هدف گردشگری و تعیین مناطق نمونه گردشگری را به منظور توسعه و جذب گردشگر روستایی در دستور کار سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری قرار داده است (عینالی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۷۴). همچنین در برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۴-۱۳۹۰)، برای نخستین بار در بندهای متعدد، موضوع توسعه گردشگری روستایی مدنظر قرار گرفته است؛ از جمله در ماده ۱۹۴ که به توسعه روستایی می‌پردازد. در بخش‌های دیگر نیز موضوع توسعه گردشگری در نواحی روستایی مطرح شده است. همچنین بر اساس تصمیمات مسئولان سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در جریان برنامه پنجم تا پایان سال ۱۳۹۱، افزایش تعداد روستاهای هدف گردشگری به ۱۱۰۰ سکونتگاه مطرح شده است (رضوانی و بیات، ۱۳۹۳: ۱۴). بررسی قانون برنامه ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۰-۱۳۹۶) بیانگر عزم جدی دولت در تأمین زیرساخت‌های لازم برای مناطق گردشگری با مشارکت بخش غیردولتی است (سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، ۱۳۹۵).

توسعه فعالیت‌های اقتصادی گردشگری روستایی در ایران با انواعی از چالش‌های اقتصادی، سرمایه‌گذاری، ناآگاهی عمومی در قبال مزایای گردشگری و نبود چارچوب نهادی و قانونی و غیره روبه‌روست (قبادی و همکاران، ۱۳۹۱). تمامی این عوامل در کنار یکدیگر مانع توسعه فعالیت‌های حوزه گردشگری روستایی شده است. توجه به آمار و ارقام مذکور، بسیار تأمل برانگیز است؛ بنابراین پژوهش و تحقیق در این حوزه بیش از پیش ضرورت می‌یابد؛ زیرا گردشگری فعالیتی اقتصادی-اجتماعی است که میراث فرهنگی و طبیعی کشورها را خرید و فروش می‌کند (کاظمی، ۱۳۹۰) و می‌تواند اقتصاد عقب‌مانده روستایی را در کشورهای در حال توسعه بازسازی کند.

روستاهای هدف گردشگری استان زنجان دارنده پتانسیل‌های فراوان گردشگری در عرصه‌های طبیعی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است. سازمان گردشگری

به‌منزله ابزار بزرگ رشد اقتصاد منطقه‌ای، در بسیاری از کشورهای دنیا مورد توجه قرار گرفته است (Meng, 2014)؛ به‌گونه‌ای که تعداد افرادی که در این حوزه فعالیت اقتصادی می‌کنند، با رشدی شتابان از رقم ۲۵ میلیون نفر در سال ۱۹۵۰ به رقم ۹۸۳ میلیون نفر در سال ۲۰۱۱ رسیده است که رشد متوسط سالانه ۶/۲ درصد را نشان می‌دهد (Nemirschi & Craciun, 2010: 138). از این رو، برای کشورهای در حال توسعه، که با مشکلاتی مانند نرخ بی‌کاری بالا، محدودیت منابع ارزی و اقتصاد تک‌محصولی مواجه‌اند، اهمیت فراوانی دارد (طیبهی و همکاران، ۱۳۸۶: ۸۵). شورای جهانی گردشگری (WTO) در گزارش‌های خود، به بررسی تأثیرات اقتصادی تورسم در ۱۸۱ کشور جهان، از جمله ایران تا سال ۲۰۲۰ پرداخته و وضعیت نامطلوبی را برای آینده گردشگری ایران پیش‌بینی کرده است (WTO, 2010). سالانه بیش از ۶۰۰ میلیون نفر از نقاط دیدنی کشورهای گوناگون بازدید می‌کنند؛ در این میان سهم ایران فقط دو میلیون نفر است (WTO, 2011). گردشگری روستایی نیز بخشی از بازار گردشگری بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه اقتصادی-اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد (Lee & Chang, 2008: 181; Szabo, 2005) که ترکیبی از جنبه‌های متعدد تجارب زندگی و فعالیت‌های روستایی است و ماهیت گردشگری روستایی را شکل می‌دهد (Mlaoan et al., 2014: 326) و با توجه به مناظر منحصر به فرد، مناطق وسیع نیمه‌طبیعی و مهمان‌نوازی ذاتی ساکنان مناطق روستایی، ارائه فرصت‌هایی برای توسعه در مناطق روستایی را در بر خواهد داشت (Matei, 2015: 454) و این مسئله به معنی برقراری ارتباط میان فرهنگ، تاریخ، ویژگی‌های قومی و بنیان‌های جغرافیایی نواحی روستایی است (Dimitrovska et al., 2012: 290) و ایجاد انگیزه در مردم برای ادامه زندگی (Matei, 2015: 455)، تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی (قربانی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۴۸)، احیای جامعه روستایی و کاهش بی‌ثباتی درآمد را سبب می‌شود (Hwang et al., 2012: 3) و گزینه‌های مهم برای توسعه اقتصادی جوامع روستایی با جاذبه‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی است (Ghanian et al., 2014: 79). همچنین در سطح ملی می‌تواند برای صاحبان تجارت، سرمایه‌نسبت‌اندک و رشد اقتصادی ارگانیک را فراهم کند و جایگزین فعالیت‌های سنتی در روستا شود (William & Hall, 2012). این صنعت در آن دسته از روستاهایی توسعه می‌یابد که ظرفیت‌های طبیعی و تاریخی لازم را دارند؛ به عبارت دیگر، جهت‌گیری فعالیت‌های اقتصادی در صنعت گردشگری



(۱۹۸۰) اظهار می‌دارد که بهتر است گردشگری به صورت مکملی برای اقتصاد پررونق و متنوع و نه هسته اصلی توسعه روستایی در نظر گرفته شود (Butler, 1980: 15). توسعه فعالیت‌های اقتصادی در حوزه گردشگری روستایی با موانعی روبه‌روست که بخش‌هایی از اقتصاد هر روستا را شامل می‌شود و دربرگیرنده نوسانات درآمد روستاییان، اشتغال فصلی و میزان سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستایی است (عباسی، ۱۳۹۶: ۵۹). گارود و همکاران (۲۰۰۶) معتقدند که مشکلات اقتصادی از مهم‌ترین موانع توسعه گردشگری روستایی است که از جمله آن می‌توان به کافی نبودن حمایت‌های مالی اشاره کرد.

به باور سزابو (۲۰۰۵) سرمایه‌گذاری نکردن افراد بومی و غیربومی به علت بازگشت ضعیف سرمایه در روستاها یکی از موانع عمده اقتصادی در توسعه گردشگری روستایی است. باتلر و کلارک معتقدند که توسعه گردشگری در مناطق روستایی، لزوماً در حکم راه‌حل جادویی برای توسعه روستایی نیست (Butler & Clarke, 2005). از دیدگاه آنان، مناطق روستایی با چالش‌هایی از قبیل نوسانات و نارسایی درآمدی، دستمزد کم و محافظه‌کاری سرمایه‌گذاران روبه‌رویند و در شرایطی که روستا اقتصاد ضعیفی دارد، توسعه گردشگری با درآمدزایی و شغل پاره‌وقت می‌تواند به منزله کارکردی مکمل برای رونق اقتصادی و تکیه‌گاه اصلی توسعه روستایی مطرح شود (Miaoan, 2014: 327).

مطالعه هالارد^۲ در سال ۲۰۰۷ نشان می‌دهد که گردشگری روستایی توان بالقوه آن منطقه را به بالفعل تبدیل می‌کند و نشان می‌دهد که ارتقای بازاریابی در سطح محلی یکی از تأثیرات عمده توسعه گردشگری روستایی است و می‌تواند مشاغل گسترده‌ای را راه‌اندازی یا مشاغل موجود را تقویت کند (Tarlo, 2011). بازاریابی فرایندی مدیریتی است که شامل تمامی فعالیت‌های برنامه‌ریزی، تهیه محصولات گردشگری و جذب گردشگر است و نیازمند انجام عملیات و فعالیت‌های بازاریابی است (فتاحی و همکاران، ۱۳۹۴). نبود درک کامل از فرایند بازاریابی سبب می‌شود که گردشگری روستایی در بازاریابی محصولات خود با مشکل مواجه شود (عباسی، ۱۳۹۶: ۶۰). آگاه‌نبودن از نیاز بازار مصرف و نهادی که تنظیم‌کننده امر بازاریابی محصولات گردشگری روستایی است و نبود مکان مناسب برای عرضه محصولات و تولیدات گردشگری، از جمله موانع اقتصادی گردشگری روستایی است (کیوانی‌زاده و عارفی، ۱۳۹۴: ۱۳).

میراث فرهنگی و صنایع دستی در استان زنجان، شانزده روستای دارای ظرفیت‌ها و جاذبه‌های گردشگری در زمینه‌های تاریخی و طبیعی و فرهنگی در حکم روستاهای هدف گردشگری را شناسایی و معرفی کرده‌اند. این جاذبه‌ها می‌توانند بستر لازم را برای گسترش اقسام گوناگون گردشگری روستایی فراهم آورند. این در حالی است که به رغم پتانسیل‌های بالقوه موجود، سهم روستاهای منطقه در اقتصاد گردشگری بسیار ناچیز بوده و نتوانسته توسعه مطلوبی پیدا کند و جایگاهی درخور توجه در پایداری اقتصادی و اجتماعی این روستاها داشته باشد. به عبارت دیگر، مردم روستاهای مذکور از منافع سرشار اقتصادی گردشگری بی‌بهره‌اند و در فقر به سر می‌برند. در پژوهش حاضر، سعی بر آن است که به این سؤال پاسخ داده شود که: مهم‌ترین موانع اقتصادی توسعه گردشگری در روستاهای هدف کدام‌اند؟

مبانی نظری

گردشگری یکی از کارآمدترین رویکردهای محرک رشد اقتصادی برای کشورهای است که به علت تک‌محصولی بودن یا محدود بودن منابع انرژی، دارای اقتصادی بی‌تحرک و آسیب‌پذیرند (شریفی رنایی و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۲)؛ به طوری که توسعه آن در کشورهای صنعتی، موجب تنوع درآمدها و کاهش ناهماهنگی در اقتصاد می‌شود و در کشورهای در حال توسعه فرصتی برای صادرات فراهم می‌کند؛ به طوری که نرخ رشد آن از اشکال سنتی صادرات بیشتر است (حبیبی و محمدی، ۱۳۹۷: ۲). گردشگری روستایی نیز به چشم‌اندازهای زیبا، محیط طبیعی، جاذبه‌های فرهنگی، فرهنگ موجود در مناطق روستایی وابسته است؛ در نتیجه طرفدار جوامع محلی است (Nitashree, 2012) و به منزله کارکرد اقتصادی مکمل، در کنار سایر فعالیت‌های تولیدی و خدماتی در سطح مناطق روستایی و محلی جریان دارد و می‌تواند در حکم ابزار توسعه‌گر اقتصادی در جوامع محلی ایفای نقش کند (رکن‌الدین افتخاری و مهدوی، ۱۳۸۵: ۱۵). توسعه گردشگری روستایی با متنوع‌سازی اقتصادی، توانایی انکارناپذیری برای تأثیرگذاری در معیشت پایدار روستاییان و حل مسئله فقر روستایی دارد.

گردشگری روستایی راه‌حل کلی برای تمامی مشکلات نواحی روستایی نیست؛ اما یکی از شیوه‌هایی که آثار اقتصادی مهمی داشته و به نوعی به کندشدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی و کاهش مهاجرت روستایی کمک می‌کند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۸: ۶۱۵). باتلر

1. Szabo
2. Haldar



گردشگران به علت آشنایی با روستاهای هدف و نوع جاذبه‌ها، آن‌ها را به‌منزله یکی از مقاصد گردشگری خود قرار نمی‌دهند (Aref et al., 2009). برخی از پژوهش‌هایی که اخیراً با موضوع توسعه گردشگری روستایی انجام شده در جدول ۱ بررسی شده است.

یکی دیگر از موانعی که اقتصاد گردشگری روستایی را تحت الشعاع قرار می‌دهد، محدودیت فصول گردشگری است. ورود گردشگران به مناطق گردشگری روستا در نیمه اول سال رخ می‌دهد و همین امر سبب اشتغال فصلی و موقت در بیشتر مواقع سال می‌شود. وجود جاذبه‌های گردشگری در هر منطقه روستایی، شرط لازم برای فعالیت‌های مربوط به آن بوده، اما کافی نبوده و

جدول ۱: پیشینه تحقیق

محقق	عنوان تحقیق	یافته‌های تحقیق
Ionela et al. (2015)	مزایا و محدودیت‌های توسعه گردشگری در مناطق روستایی در منطقه دره آمپوتی - رومانی	نتایج نشان می‌دهد که گردشگری روستایی به جذب ارز خارجی و منابع مالی داخلی، توسعه سرمایه‌گذاری، استفاده از دانش جدید و تحریک اقتصاد محلی کمک می‌کند.
Aref et al (2009)	موانع توسعه گردشگری در شیراز	نتایج تحقیق نشان می‌دهد روستاییان در فصولی از سال به پذیرش گردشگر تمایل نداشته و محدودیت فصل گردشگری از موانع اصلی توسعه گردشگری روستایی است و معتقدند که گردشگری در برخی نقاط ممکن است.
Islm (2014)	مسائل و چالش‌های پیش روی توسعه پایدار گردشگری روستایی	تحقیق نشان می‌دهد که اکثر جمعیت مناطق روستایی در فقر زندگی می‌کنند و گردشگری به‌طور گسترده به‌منزله استراتژی توسعه برای مناطق توسعه‌نیافته توصیه می‌شود.
حسینی و همکاران (۱۳۹۸)	واکاوی موانع گردشگری روستایی برای رسیدن به توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینانه (مورد مطالعه: شهرستان کیار - استان چهارمحال و بختیاری)	نتایج نشان می‌دهد که ضعف مشارکت، ضعف در تأمین منابع مالی، خطرپذیری کم مردم و قوانین دست‌وپاگیر در راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری، و بی‌اطلاعی از مشاغل حوزه گردشگری از موانع اقتصادی توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی است.
فراهانی و منوچهری (۱۳۹۴)	شناسایی موانع و مشکلات توسعه گردشگری در نواحی روستایی هدف گردشگری غرب شهرستان مریوان	تحقیق نشان می‌دهد که نارسایی‌هایی که در سازمان‌های دولتی برای توسعه فعالیت‌های گردشگری صورت می‌گیرد سبب شده از میزان تقاضای گردشگری روستایی کاسته شود و گردشگران انگیزه کافی برای توقف در مناطق روستایی را ندارند.
رضایی و همکاران (۱۳۹۴)	شناخت و واکاوی مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان اصفهان (مطالعه موردی: روستای ایبانه)	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که نداشتن برنامه‌ریزی و اعمال مدیریت مناسب برای حل مشکلات، به کاهش ظرفیت‌ها، از دست‌دادن بازارهای گردشگری، محروم‌ماندن مردم محلی از مزایای گردشگری و سبب تأخیر در فرایند توسعه روستایی شده است.
خانی و همکاران (۱۳۹۳)	سنجش پتانسیل‌های گردشگری روستایی با رویکرد رفع چالش‌های اقتصادی (مطالعه موردی: دهستان قلعه‌قافه - شهرستان مینودشت)	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین پتانسیل گردشگری در رفع چالش‌های اقتصادی تفاوت معناداری وجود دارد. تسهیلات زیربنایی و اطلاع‌رسانی برای فعالیت‌های گردشگری روستایی در سطح پایینی قرار دارند.
لطیفی و همکاران (۱۳۹۲)	موانع مؤثر در توسعه فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی همدان (با تأکید بر روستاهای هدف گردشگری)	نتایج تحقیق نشان می‌دهد که ضعف در فرایند مدیریت و برنامه‌ریزی فعالیت‌های حوزه گردشگری در هدف گردشگری سبب شده است که در مسیر توسعه اقتصادی با موانع اساسی روبه‌رو باشند.



روش‌شناسی پژوهش

از اعضای هیئت علمی گروه جغرافیا دانشگاه زنجان و سه نفر از اعضای شورای اسلامی روستا بوده‌اند. در ادامه پژوهشگران تمامی مضامین، شاخص‌ها و مفاهیم استخراج شده را در قالب سؤالات متعدد در جلسه مطرح کردند و نظریات حاضران جمع‌آوری شد. پاسخ‌ها به دقت ثبت و هم‌زمان تحلیل شدند. اصلاحات مدنظر گروه کانونی در مدل در نظر گرفته شد و نسخه نهایی نیز به تأیید گروه یادشده رسید. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق تحلیل محتوایی واکاووی و طی مراحل کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی طبقه‌بندی شدند. در کدگذاری باز به هریک از مشکلاتی که نمونه‌ها مطرح کردند یک کد داده شد و تمامی داده‌ها کدگذاری شدند. سپس در کدگذاری محوری کدهای حاصل تحلیل و آن دسته از کدها که موضوع مشترک داشته‌اند در قالب مفاهیم جدید گروه‌بندی شدند؛ به عبارتی در این مرحله طبقه‌های گسترده حاصل شد که هریک شامل خرده‌طبقه‌هایی بودند. کدگذاری در این مرحله با کمک نرم‌افزار اطلس.تی انجام شد. در نهایت در کدگذاری انتخابی جمله‌هایی که قبلاً کدگذاری شده بودند دوباره با هم ترکیب شدند تا مقوله‌ای که می‌تواند سایر طبقات یا مفاهیم را به یکدیگر ارتباط دهد شناسایی شود و چارچوب مفهومی تحقیق به تدریج شکل گیرد.

محدوده مورد مطالعه

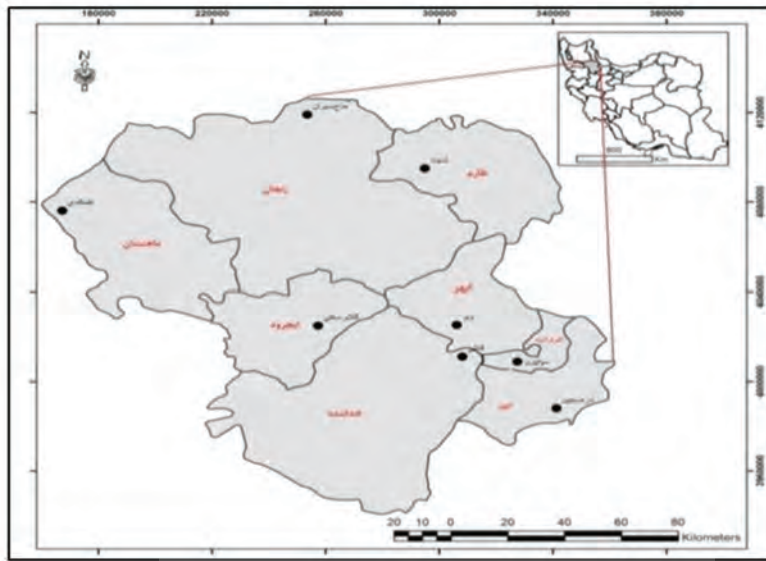
استان زنجان با وسعت ۲۲۱۶۴ کیلومتر مربع، در منطقه شمال غرب کشور بین ۴۷ درجه و ۱۰ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۲۶ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ و ۳۵ درجه و ۳۳ دقیقه تا ۳۷ درجه و ۱۵ دقیقه عرض شمالی از خط استوا قرار دارد. استان زنجان از شمال به استان‌های آذربایجان شرقی، اردبیل و گیلان، از شرق به استان‌های قزوین و همدان و از غرب به استان‌های آذربایجان غربی و کردستان محدود است. استان زنجان براساس آخرین تقسیمات کشوری، شامل ۷ شهرستان، ۱۶ بخش، ۴۶ دهستان و ۱۹ شهر است (نقشه ۱).

تحقیق حاضر از لحاظ هدف، توسعه‌ای-کاربردی^۱ و از نظر پارادایم^۲ در گروه تحقیقات کیفی^۳ قرار گرفته و از بُعد روش، از نظریه بنیانی بهره برده است. روش تحقیق کیفی، روشی منطقی و توأم با کل‌نگری است که عمق پدیده را در گروه خاصی بررسی می‌کند و شناخت عمق پدیده اهمیتی بیش از وسعت میدان بررسی دارد. در این روش، قابلیت تعمیم مؤثر نیست، بلکه هدف درک پدیده است. هدف این پژوهش، دسترسی به تصویر روشنی از مشکلات اقتصادی روستاهای هدف گردشگری است؛ از این‌رو از نظریه بنیانی بهره گرفته شده است. در نظریه بنیانی کارگردآوری و تحلیل داده‌ها به صورت هم‌زمان دنبال می‌شود و انجام هر مرحله از کار، مسیر آینده و نوع اطلاعات لازم و افرادی را که باید بررسی شوند مشخص می‌کند (پاپ‌زن، ۱۳۸۹: ۲۹). جامعه مشارکت‌کننده این پژوهش، مدیران محلی (کارشناسان حوزه گردشگری، دهیاران و اعضای شوراهای اسلامی روستاهای هدف گردشگری) هشت روستای (شیت، حاجی‌سیران، گلابر، ویر، قانلی، سوکهریز) استان زنجان است. گفتنی است از هر شهرستان یک روستا به‌منزله نمونه انتخاب شد. حجم نمونه با روش نمونه‌گیری غیراحتمالی گلوله برفی^۵ تعیین شد. شواهد نشان‌دهنده اشباع تئوریک در مصاحبه تا ۲۸ جلسه داشت، اما برای اطمینان، مصاحبه تا ۳۶ جلسه ادامه یافت. برای جمع‌آوری داده‌ها، از مصاحبه نیمه‌ساختار یافته، مشاهده مستقیم و غیرمشارکتی، تهیه عکس و فیلم، مدارک و اسناد کتابخانه‌ای و اینترنتی استفاده شد. به‌منظور تأمین روایی تحقیق، از روش ارزیابی گوبا و لینکولن (شامل چهار مرحله قابلیت اعتبار، انتقال‌پذیری، قابلیت ثبات، تأییدپذیری، معقول بودن) استفاده شده است. برای تأییدپذیری از روش گروه کانونی^۶ بهره گرفته شده است. همچنین جلسه‌ای با حضور خبرگان مرتبط با حوزه پژوهش تشکیل و مفاهیم استخراج شده به اعضای این گروه ارائه شد. خبرگان مدنظر متشکل از پنج نفر

1. Applied Research
2. Paradigm
3. Qualitative Research
4. Non-probability
5. Snowball Sampling^۴

روش نمونه‌گیری گلوله برفی روشی غیراحتمالی است و در مواقعی به کار می‌رود که شناختی از کل جامعه آماری وجود ندارد و چارچوب نمونه‌گیری مشخص نیست. پاسخ‌دهندگان و مشارکت‌کنندگان در یک شبکه اجتماعی، محقق را به افراد دیگری که می‌توانند به‌طور بالقوه به موضوع تحقیق کمک کنند راهنمایی می‌کنند.

6. Focus Groups



نقشه ۱: موقعیت منطقه و روستاهای مورد مطالعه

هر جمله به صورت جداگانه یک کد داده شد. در تحقیق حاضر، برای انجام کدگذاری باز، جملات اصلی استخراج و به هریک کدهایی با علامت داده شد. کد M مربوط به نظر دهیاران و شوراهای روستا بوده و کد E، مربوط به کارشناسان حوزه گردشگری. در جدول ۳ نحوه کدگذاری بیان شده است. در کدگذاری باز، به هریک از مشکلاتی که نمونه‌ها مطرح کرده‌اند یک کد داده شد و تمامی داده‌ها کدگذاری شدند. در این مرحله، ۲۱ کد استخراج شد.

یافته‌های تحقیق

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که ۸۶ درصد مشارکت‌کنندگان مرد و ۶۰ درصد در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ ساله‌اند. به لحاظ سطح تحصیلات، ۴۹/۵ درصد لیسانس و از بعد خانوار، تعداد افراد ۳ تا ۴ نفره بالغ بر ۶۳ درصد بوده‌اند.

جدول ۲: ویژگی‌های فردی مشارکت‌کنندگان

مؤلفه	بیشترین تعداد پاسخ‌گویان	درصد	مؤلفه	بیشترین تعداد پاسخ‌گویان	درصد
سن	۳۱ تا ۴۰ سال	۵۹/۶	سطح تحصیلات	لیسانس	۴۹/۵
جنسیت	مرد	۸۶/۲	بعد خانوار	۳ تا ۴ نفر	۶۳

جدول ۳: کدگذاری باز

کد	گویه‌های استخراج شده	ردیف
M1.E2		
M	تفاوت درآمد شهر - روستا زیاد است، گردشگری هم در منطقه سبب کاهش مهاجرت نشده است	۱
M	گردشگری اشتغال فصلی منطقه را سبب شده و آنچنان موفق عمل نکرده است	۲
M	جوانان روستا برای کار به شهر رفتند	۳
M	در فصل بهار و تابستان تعداد گردشگران زیاد است	۴
M	نمی‌شود گردشگر گفت، مسافر یک‌روزه هستند	۵
M	تنور گلابر قابلیت تبدیل شدن به برنر را دارد	۶
M	ما پیگیر مسائل روستا هستیم، ولی مسئولین رسیدگی نمی‌کنند	۷

یافته‌های این پژوهش، از ۳۶ جلسه مصاحبه به‌دست آمده است. در این مرحله، به تجزیه و تحلیل اطلاعات به‌دست آمده از متن مصاحبه‌ها پرداخته می‌شود. ابتدا متن کامل مصاحبه‌ها از فایل صوتی پیاده‌سازی و بارها مرور شده و یادداشت‌برداری‌ها صورت گرفته است. کدگذاری یافته‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری، انتخابی صورت می‌گیرد.

کدگذاری باز

در این مرحله، با به‌کارگیری سیستم کدگذاری باز، داده‌ها خط‌به‌خط تحلیل، فرایندهای آن مشخص و به



نرم افزار اطلس. تی انجام شد. در این مرحله، ده مفهوم اولیه از مصاحبه‌ها در موانع اقتصادی توسعه گردشگری روستایی به دست آمد. مفهوم اولیه سرمایه‌گذاری از کدهای باز (۱۵، ۱۴)، ضعف حمایت‌های مالی (۱۲، ۱۴، ۱۶)، کمبود درآمد بخش کشاورزی (۱۲، ۷، ۳، ۱)، آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی (۱۹، ۱۸، ۱۱، ۹)، پایین بودن قابلیت ریسک‌پذیری (۱۹، ۱۳، ۱۲، ۱۰، ۸)، ضعف تمایل به ماندگاری در روستا (۸، ۳، ۲، ۱)، وابستگی به بخش کشاورزی (۲۰، ۸)، محدودیت فصلی فضای کسب‌وکار نامناسب (۱۷، ۱۶، ۱۰، ۸، ۶) استنباط شده است.

جدول ۴: کدگذاری محوری

روایت	(کد) مفهوم اولیه
سرمایه‌گذاران معتقدند که سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی با ریسک‌های اقتصادی بیشتری مواجه است و آنان اطمینان کمتری از برگشت سرمایه خود دارند؛ به طوری که سرمایه‌گذاری نکردن افراد بومی و غیربومی در روستا به علت بازگشت ضعیف سرمایه در روستاهای هدف، یکی از موانع عمده اقتصادی در توسعه گردشگری روستایی است. به علت آینده مبهمی که روستاها دارند، مردم احساس می‌کنند هرگونه سرمایه‌گذاری کوچک ریسک‌پذیر بوده و با شکست مواجه می‌شود.	۱. ضعف سرمایه‌گذاری
مردم بومی منطقه توان مالی اندکی برای توسعه کسب‌وکارهای گردشگری دارند. فقدان حمایت مالی و اعتباری سازمان‌های دولتی یکی دیگر از موانع توسعه گردشگری و کسب‌وکارهای مرتبط با آن است.	۲. ضعف حمایت‌های مالی
خانوارهای روستایی به علت بهره‌وری پایین فعالیت‌های کشاورزی و دسترسی محدود به منابع درآمدی غیرکشاورزی، خودشان را به لحاظ آسیب‌پذیری اجتماعی - اقتصادی در سطح بالاتری می‌دانند و اغلب استانداردهای زندگی پایینی دارند.	۳. کمبود درآمد بخش کشاورزی
فعالیت‌های کشاورزی به علت دیمی بودن زمین‌ها برای کشاورزان درآمد ناکافی و نامطمئنی فراهم می‌کند که قیمت پایین محصول و تلف شدن حیوانات، محدودیت دسترسی به عواملی مانند آب و زمین نیز مکمل این وضعیت است.	۴. آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی

ردیف	کد	گویه‌های استخراج شده
	M1.E2	
۸	M	صنعت مثبت‌کاری در روستا بود که به دلیل حمایت‌نشدن تعطیل کردند و به تهران رفتند
۹	M	اگر این چند هکتار زمین نباشد چه کنیم؟
۱۰	M	مگر چند نفر می‌توانند مغازه بزنند و کارهای خدماتی انجام دهند؟
۱۱	E	وجود سرما و یخبندان در بخش عمده‌ای از سال
۱۲	E	شرایط گرفتن وام برای روستاییان بسیار دشوار است
۱۳	E	نبود هیچ مکان تفریحی و استراحت از جمله آلاچیق در نزدیکی منطقه گردشگری
۱۴	E	فقدان برنامه‌ریزی جهت کسب درآمد و ایجاد اشتغال برای ساکنان محلی از طریق گردشگری
۱۵	E	ماروستار با محرومیت می‌شناسیم
۱۶	E	نبود بازارچه‌های کوچک فروش محصولات تولیدی
۱۷	E	اگر مردم بدانند که از طریق گردشگری می‌توانند کسب درآمد کنند مشارکت می‌کنند
۱۸	E	تعداد زیادی از کشاورزان برای عرضه محصولات به بازار با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند
۱۹	E	هرساله صف‌های طولی از ماشین‌های حمل بار محصولات کشاورزی برای فروش را می‌بینیم
۲۰	E	درآمد اصلی کشاورزان از تولیدات بخش کشاورزی است
۲۱	E	تضمینی برای برگشت سرمایه‌گذاری در روستا وجود ندارد

کدگذاری محوری

در این مرحله، کدهای حاصل تحلیل و آن دسته از کدها که موضوع مشترک داشتند در قالب مفاهیم جدید گروه‌بندی شدند؛ به عبارتی در این مرحله، طبقه‌ای گسترده حاصل شد که هر یک شامل خرده‌طبقات هستند (جدول ۴). کدگذاری در این مرحله با کمک



روایت	(کد (مفهوم اولیه
مردم روستا به علت درآمد پایین نمی‌توانند در فعالیتهای بزرگ وارد شوند و بیشتر در مواردی که بازده نسبی پایین‌تری دارند وارد می‌شوند و با محدودیت در بهره‌وری یا مشارکت در بازار مواجه‌اند.	۵. پایین بودن قابلیت ریسک‌پذیری
جوانان روستایی به ماندگاری و فعالیت در روستا تمایل کمتری دارند و این امر به علت نبود زمینه‌های اشتغال غیرکشاورزی و غیره است. این امر سبب می‌شود روستاهای ما نیروی جوان و پویا و سرمایه خود را از دست بدهند.	۶. ضعف تمایل به ماندگاری در روستا
مردم روستایی به علت وابستگی به اقتصاد کشاورزی و استفاده از منابع طبیعی درآمد کمی دارند. به همین علت سرمایه لازم برای ساخت و راه‌اندازی اقامتگاه‌های جدید در روستا و ارائه خدمات اقامتی و رفاهی مناسب به گردشگران را ندارند.	۷. وابستگی به بخش کشاورزی
با توجه به فصلی بودن فعالیتهای گردشگری و تلاقی آن با فصول کار کشاورزی، تمایل مردم به فعالیت در این زمینه پایین است.	۸. محدودیت فصلی
مردم روستا می‌گویند اگر همین چند هکتار زمین نباشد، ما حتی نمی‌توانیم مخارج و نیازهای اساسی خود را تأمین کنیم، چه برسد به این‌که پول اضافی داشته باشیم تا با آن بتوانیم امکانات و خدمات جدیدی برای گردشگران فراهم آوریم.	۹. محدودیت منابع آب و خاک
بوروکراسی شدید اداری طی گرفتن مجوزهای بوم‌گردی و کارآفرینی وجود دارد و مردم روستا در این حوزه کمتر ریسک‌پذیرند و خطرات و مسائل این حوزه را کمتر می‌پذیرند و تحمل می‌کنند.	۱۰. فضای کسب‌وکار نامناسب

مؤلفه‌ها از کنارهم قرارگرفتن مفاهیم خلق می‌شوند و جمله‌هایی که قبلاً کدگذاری شده بودند دوباره با هم ترکیب شدند تا مقوله‌ای که سایر طبقات یا مفاهیم را به یکدیگر ارتباط می‌دهد شناسایی شود و چارچوب مفهومی پژوهش به تدریج شکل گیرد. این مرحله، در دو مقوله اقتصادی و کسب‌وکار طبقه‌بندی شده است. هر یک از این مقوله‌ها، مفاهیم مختص به خود را دارند.

مقوله اقتصادی

شاخص‌های مقوله اقتصادی عبارت‌اند از: چالش آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی، و چالش فصلی بودن است.

چالش آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی

چالش آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی شامل مفاهیم (قطعه‌قطعه و پراکنده بودن اراضی، تمایل نداشتن به ماندگاری جوانان در روستا) می‌شود (جدول ۵). در ریشه‌یابی و تحلیل موارد فوق، مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که افزایش بهره‌برداری طی سال‌ها و تهدید محیط زیست انسانی، جوامع روستایی را برای ادامه حیات و رشد اقتصادی با مشکل مواجه ساخته و فعالیتهای کشاورزی را به‌منزله تکیه‌گاه توسعه روستا با تردید روبه‌رو کرده است. به بخش کشاورزی و نقش آن در توسعه اقتصادی توجه چندانی نشده است؛ به‌گونه‌ای که فقدان خدمات لازم مانند بیمه کشاورزان و محصولات کشاورزی، ناتوانی افراد در پرداخت حق بیمه‌های خود، و ناتوانی فعالیتهای کشاورزی در فراهم شدن فرصت‌های جدید توسعه سبب مهاجرت قشر جوان و نیروی فعال شده است. این امر بیشتر به علت آن است که بخش کشاورزی به نسبت سایر بخش‌های اقتصاد، از جاذبه‌های اقتصادی (درآمد و اشتغال) پایین‌تری بهره‌مند است. همچنین هزینه‌کرد گردشگران روستایی برای خرید محصولات دامی و باغی بسیار اندک بوده و نارضایتی کشاورزان منطقه را سبب شده است. آنان همچنین بیان کردند که محصولات کشاورزی به شرایط جوی وابستگی کامل داشته و وقوع حوادثی از قبیل خشک‌سالی و سیل بازتاب وسیعی بر درآمدهای محلی آنان داشته و درآمد حاصل از کار کشاورزی کاملاً متغیر بوده است. به عبارت دیگر، موفقیت فعالیت آنان را با خطرات زیادی مواجه می‌سازد. اغلب کشاورزان نیز اطلاع صحیحی از نیاز بازار ندارند و برحسب عادت و عرف به کشت محصول می‌پردازند. تمامی این عوامل، به آسیب‌پذیری هر چه بیشتر اقتصاد کشاورزی دامن

کدگذاری انتخابی

دسته‌بندی کدها در قالب مضمون‌های اولیه: این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای گوناگون در قالب مضمون‌های بالقوه و مرتب‌کردن تمامی داده‌های کدگذاری شده در قالب مضامین مشخص شده است. در واقع پژوهشگر تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای گوناگون می‌توانند برای خلق مضمونی کلی ترکیب شوند. در این مرحله،



دانستند و بر این باورند که شرایط طبیعی مناطق هدف اجازه نمی‌دهد که در همه فصول گردشگران از این روستا بازدید کنند. در برخی مناطق، جاذبه‌های طبیعی به علت خشک‌سالی و کمبود نزولات آسمانی، زیبایی خود را از دست می‌دهند. مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که گردشگران تمایل اندکی به توقف و بازدید از روستاهای منطقه دارند و این نکته حائز اهمیت است که کیفیت تقاضا از شرایط مقصد تأثیر می‌پذیرد. گردشگران غالباً در نیمه اول سال و به‌ویژه در فصل تابستان، که منطقه آب‌وهوای مطبوعی دارد، در آنجا حضور می‌یابند. در فصول پاییز و زمستان، سرما، بارش سنگین برف و یخبندان موجب می‌شود از حضور گردشگران در منطقه به‌صورت چشمگیری کاسته شود. به همین علت، فعالیت بنگاه‌های گردشگری در نیمه دوم سال به پایین‌ترین میزان خود می‌رسد و از بازدهی اقتصادی آنان کاسته می‌شود. استفاده نکردن از سرمایه در نیمی از سال، برای ساکنان روستا، که سرمایه اندک دارند و منبع درآمد ثابتی ندارند، توجیه اقتصادی ندارد.

زده است. در بخش دریافت اعتبارات دولتی نیز به علت پراکندگی اراضی کشاورزی و قطعه‌قطعه‌بودن آن، حمایت‌های دولتی صورت نمی‌گیرد و یا بسیار اندک است. براساس مطالعاتی که بر عملکرد برخی از کشاورزان صورت گرفته، آن‌ها بر روی ساخت اقامتگاه‌های جدید یا فراهم‌آوردن امکانات گران‌قیمت و لوکس سرمایه‌گذاری مناسبی نمی‌کنند. این شیوه عملکرد کشاورزان، به علت تناسب‌نداشتن درآمدها با قسط‌های سنگینی است که با سرمایه‌گذاری در ایجاد زیرساخت‌های مورد نیاز گردشگران بر آن‌ها تحمیل می‌شود.

چالش محدودیت فصول گردشگری

چالش محدودیت فصول گردشگری شامل مفاهیم (مدت اقامت کوتاه گردشگر، دوره‌ای بودن ورود گردشگران به روستا و...) می‌شود (جدول ۵). تحلیل‌های پژوهش حاکی از آن است که میزان و کیفیت تقاضا از مباحث مهم در سیستم گردشگری بوده و از شرایط مقصد گردشگری تأثیر می‌پذیرد. در مصاحبه با مسئولان و مدیران محلی منطقه، فصلی بودن جاذبه‌ها را از موانع توسعه گردشگری

جدول ۵: نتایج شاخص‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها در مقوله اقتصادی

مفاهیم	کد	شاخص	مقوله
قطعه‌قطعه و پراکنده بودن اراضی	L 1	L آسیب پذیری اقتصاد کشاورزی	اقتصادی
(... آسیب پذیری فعالیت کشاورزی در برابر سوانح طبیعی (سیل، خشک سالی و ...))	L 2		
متغیر بودن سطح درآمد روستاییان	L 3		
کافی نبودن درآمد در تأمین نیازهای رفاهی روستاییان	L 4		
بالا بودن میزان تلفات محصول	L 5		
تک بعدی بودن اقتصاد روستا	L 6		
وابستگی به اقتصاد کشاورزی	L 7		
کمبود سرمایه گذاری در فعالیت‌های کشاورزی	L 8		
کمبود تقاضا برای محصولات زراعی و دامی	L 9		
ناآگاهی از نیاز بازار و مصرف کنندگان	L 10		
بالا بودن تغییرات کاربری اراضی کشاورزی	L 11		
ناتوانی بخش کشاورزی در اشتغال زایی	L 12		
میزان کم هزینه کرد گردشگر در منطقه	L 13		
روند بالای مهاجرت به سمت شهرها	L 14		
بالا بودن میزان فقر روستایی	L 15		
نبود فرصت‌های شغلی در بخش کشاورزی	L 16		
رعایت اصول تناوب زراعی	L 17		
استفاده نکردن از بیمه محصولات کشاورزی	L 18		
شناسایی نکردن بازار فروش محصولات باغی کشاورزان روستا	L 19		
تمایل نداشتن به ماندگاری جوانان در روستا	L 20		
مدت اقامت کوتاه گردشگر	M 1	M فصلی بودن	
دوره‌ای بودن ورود گردشگران به روستا	M 2		
وجود سرما و یخبندان در بخش عمده‌ای از سال	M 3		
تعداد کم گردشگران ورودی به روستا	M 4		
شلوگی محیط روستا و باغ‌ها در فصول خاصی از سال	M 5		
برنامه ریزی نکردن برای مراجعه گردشگران در فصول سرد	M 6		
مقارن بودن فصل گردشگری با فعالیت‌های کشاورزی	M 7		
نیمه وقت بودن فعالیت‌های گردشگری	M 8		



مقوله کسب و کار

شاخص‌های مقوله کسب و کار عبارت‌اند از: چالش ضعف توانمندی‌های فردی، عدم ریسک‌پذیری، فضای اقتصادی نامناسب کسب و کار، ضعف دانش فنی کسب و کار، و عدم شناخت بازار.

چالش ضعف توانمندی‌های فردی

چالش ضعف توانمندی‌های فردی عبارت‌اند از: مفاهیم نداشتن ایده کارآفرینی، آمادگی نداشتن برای همکاری با مردم روستا و... (جدول ۶). مطالعات محققان نشان‌دهنده آن است که نهاده اصلی الگوی توسعه گردشگری، برنامه‌ریزی، مدیریت، دانش و کاربرد آن است. این الگو نیازمند آگاهی و آمادگی‌های پایه‌ای است که اکثریت وزن آن را سرمایه انسانی کارا تشکیل می‌دهد. صنعت گردشگری روستایی بیشتر به شکل کسب و کارهای کوچک یا متوسط است که اغلب آن‌ها در قالب کسب و کار خانوادگی هستند. این نوع از کسب و کارها در اقتصاد کشورها و به‌ویژه در رشد و توسعه مقصدهای گردشگری تأثیر بسزایی دارند که این امر ناشی از توانایی آن‌ها در راه‌اندازی مشاغل جدید، تحریک رقابت و تأثیرات چندگانه است. مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که مردم روستا به همکاری و شروع فعالیت‌های گردشگری تمایل اندکی دارند که ناشی از اعتماد نداشتن این افراد به یکدیگر است. همچنین ساکنان روستا دانش و آگاهی لازم برای فعالیت‌های جدید در روستا را ندارند؛ به علت این‌که از مزایای شرکت در این کلاس‌ها آگاهی ندارند. هرچند که در برخی از روستاهای هدف گردشگری در سال‌های اخیر، کلاس‌های آموزشی به صورت محدود برگزار شده و اوضاع به نسبت قبل بهتر شده است. ساکنان این روستاها خواهان پیشرفت شغلی و کسب درآمد بیشترند.

چالش عدم ریسک‌پذیری

چالش عدم ریسک‌پذیری عبارت است از: مفاهیم ترس از شکست کارآفرینی، اطمینان نداشتن از بازگشت سرمایه و غیره (جدول ۶). مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که بیشتر روستاهای ایران در انزوای جغرافیایی قرار گرفته‌اند و از دنیای کسب و کار اطلاعات کافی ندارند و قدرت ریسک‌پذیری کمتری دارند. قبول خطرات و اتفاقاتی که طی جریان سرمایه‌گذاری و شروع کاری جدید ممکن است پیش آید کمتر تحمل می‌کنند و این به علت نداشتن پشتوانه مالی روستاییان است. سرمایه‌ای که خسارت‌های ناشی از ریسک سرمایه‌گذاری را جبران کند وجود ندارد. همین عوامل سبب می‌شود که افراد از شروع کسب و کارهای کوچک خودداری کنند.

چالش فضای نامناسب اقتصادی کسب و کار

شاخص فضای اقتصادی کسب و کار عبارت است از: مفاهیم استفاده نکردن از نهاده‌های جدید و شیوه‌های نوین تولیدی، نبود صندوق روستایی و تعاونی محلی و غیره (جدول ۶). مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند اولین مشکلی که مردم روستایی در هنگام تقاضای اعتبار از مؤسسات تأمین مالی رسمی با آن مواجه می‌شوند، داشتن وثیقه یا ضامن معتبر است. ضوابط و مقررات پیچیده دولتی مانعی برای راه‌اندازی کسب و کار گردشگری به شمار می‌آید. علاوه بر آن، درخواست وام همواره به میزان چشمگیری کاغذبازی و بوروکراسی به همراه دارد که موجب تحمیل هزینه‌های سنگین مبادله بر دوش روستاییان می‌شود. مؤسسات دولتی نیز انگیزه‌ای برای دادن وام و اعتبار به آنان ندارند و معمولاً مؤسسات تأمین مالی دولتی فعالیت و ارائه خدمات اعتباری در شهرها را بر فعالیت در مناطق محروم و همچنین معاملات بزرگ را بر معاملات کوچک ترجیح می‌دهند. کشاورزان مناطق توسعه نیافته و محروم روستایی اغلب از نظر جغرافیایی در جوامع پراکنده و دور از هم زندگی می‌کنند و این امر موجب دشواری مدیریت وام و اعتبار به آن‌ها می‌شود. امکان بازپرداخت وام‌ها معمولاً سالی یک بار و آن هم به هنگام برداشت محصول اتفاق می‌افتد. در کنار مشکلات دریافت اعتبارات از بانک‌ها و رسیدگی نکردن مسئولان به این پدیده، خلأ نبود صندوق‌های حمایت از روستاییان و تعاونی روستایی به وضوح دیده می‌شود. مردم محلی توانایی و مهارت کنترل بازار و خرید و فروش محصولات کشاورزی را تا حدودی دارند. به علت هزینه‌بر بودن انتقال محصولات به سایر نقاط، بیشتر محصولات را در همان میادین شهرهای نزدیک به روستای خود به فروش می‌رسانند و سوددهی بیشتر متوجه دلان کشاورزی بوده و به مراتب سود حاصل برای خود کشاورزان اندک خواهد بود.

چالش ضعف دانش فنی فضای کسب و کار

شاخص دانش فنی فضای کسب و کار عبارت است از: مفاهیم نبود کلاس‌های آموزشی بازاریابی، بررسی نکردن سطح مدیریت تولید به دست بانک در هنگام اعطای اعتبارات و غیره (جدول ۶). مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که ساکنان روستا با اصول کارآفرینی در حوزه فعالیت‌های گردشگری آشنا نیستند و در زمینه‌های ثبت بنگاه‌های کوچک اقتصادی گردشگری آگاهی ندارند. کلاس آموزشی اصول بازاریابی در هیچ یک از روستاهای هدف برگزار نشده است. زمانی که ساکنان روستا با حوزه گردشگری روستایی آشنایی نداشته باشد، چگونه می‌توانند قدمی در این راه بردارند؟

چالش عدم شناخت بازار

چالش عدم شناخت بازار عبارت است از: مفاهیم آشنایی نبودن



با نیازهای جدید بازار، نبود بازار فروش محصولات تولیدی روستا، و نبود بازار فروش کالاهای سنتی روستا. اغلب تسهیلات و امکانات گردشگری روستایی بسیار محدودند و در گستره سرزمین‌های وسیع دچار پراکندگی می‌شوند که این مانعی بر سر راه جذب گردشگران بالقوه از طریق بازاریابی و تبلیغات است؛ بنابراین دو عامل مذکور، ارائه خدمات مناسب

به گردشگران انبوه را عملاً غیرممکن می‌سازند. ساکنان روستا از ساختار و نظام حاکم بر امر بازاریابی محصولات گردشگری روستایی شناخت کافی ندارند. همچنین آشنایی ساکنان روستا با نیاز بازار مصرف، به ارائه کالاهای نامرغوب و تولید محصولاتی که خواست بازار مصرف نیست منجر می‌شود.

جدول ۶: نتایج شاخص‌ها و مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌ها در مقوله فضای کسب و کار

مفاهیم	کد	شاخص	مقوله
نداشتن ایده کارآفرینی	N 1	N توانمندی‌های فردی	
نبود آمادگی برای همکاری با مردم روستا	N 2		
نبود آمادگی برای انتقال تجارب شخصی	N 3		
نبود آمادگی برای پذیرش دیدگاه‌های مروجان	N 4		
تمایل نداشتن به شرکت در کلاس‌های کارآفرینی	N 5		
علاقه‌مند نبودن به راه‌اندازی کار جدید	N 6		
آشنایی نبودن با کامپیوتر و اینترنت	N 7		
مطالعه نکردن روزنامه‌ها و اخبار اقتصادی	N 8		
انجام ندادن فعالیت‌های اقتصادی در نوجوانی و جوانی	N 9		
فعالیت اندک دهیاری و شورای اسلامی برای فراهم کردن بستر کارآفرینی	N 10		
علاقه‌مند نبودن به به‌کارگیری فناوری‌های نوین	N 11		
نداشتن تجربه کاری در واحدهای تولیدی	N 12		
نداشتن تجربه راه‌اندازی کسب‌وکار جدید	N 13		
استفاده نکردن از نیروی ماهر و باتجربه در فرایند تولید محصول	N 14		
نبودن نیروی انسانی ماهر و باسواد	N 15		
تمایل نداشتن به کار کردن با اعضای خانواده	N 16		
نبود تجربه و مهارت روستاییان در کسب‌وکار گردشگری	N 17		
علاقه‌مند نبودن اهالی به راه‌اندازی کسب‌وکار گردشگری	N 18		
نبود قدرت ریسک‌پذیری	O 1	O عدم ریسک‌پذیری	فضای کسب و کار
ترس از شکست کارآفرینی	O 2		
نبود پشتوانه مالی قوی	O 3		
نبود انگیزه برای پیشرفت شغلی	O 4		
بالا بودن میزان مسئولیت‌پذیری	O 5		
اطمینان نداشتن از بازگشت سرمایه	O 6		
استفاده نکردن از نهادهای جدید و شیوه‌های نوین تولیدی	P 1	P فضای اقتصادی نامناسب	
اطمینان نداشتن از بازگشت سرمایه	P 2		
تمایل نداشتن سرمایه‌گذاری در بین مردم روستا	P 3		
سود ندادن فعالیت‌های مرتبط با گردشگری	P 4		
بی‌ثباتی و ناامنی شغلی	P 5		
بالا رفتن سطح درآمد	P 6		
نبود بستر برای پس‌انداز	P 7		
تنوع نداشتن اقتصاد محلی	P 8		
استقبال نکردن از ابتکار و پیشگام بودن	P 9		
آماده نبودن برای مواجه شدن با چالش‌ها و سختی‌ها	P 10		
بی‌توجهی به استفاده از تکنولوژی و روش‌های جدید	P 11		
نداشتن توانایی مقابله با خطرات غیرمترقبه در فعالیت‌ها	P 12		
آمادگی نداشتن برای پذیرش نظریات متضاد	P 13		
دسترسی نداشتن به اعتبارات مالی	P 14		
اعطای اعتبارات مالی مناسب از نظر نرخ سود	P 15		



مقاله	شاخص	کد	مفاهیم	
فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه	P فضای اقتصادی نامناسب	P 16	نبود قوانین و مقررات مناسب اقتصادی	
		P 17	دریافت نکردن اعتبارات سرمایه‌ای	
		P 18	وجود ضوابط و مقررات سخت و زیاد برای دریافت تسهیلات بانکی	
		P 19	وجود مالیات و قوانین دولتی محدودکننده	
		P 20	استفاده نکردن از مکانیزاسیون در فرایند تولید محصول	
		P 20	نبود مشوق‌های اقتصادی از قبیل بخشش دیرکرد تسهیلات از سوی بانک	
		P 21	وجود دلالتان و واسطه‌گران محصولات کشاورزی و صنایع دستی	
		P 22	نبود حمایت نهاد‌های مسئول و متولیان بخش کشاورزی	
		P 23	استقبال نکردن مدیران بانک‌ها از ایده‌های نو	
		P 24	نبود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب در روستا	
		P 25	استقبال نکردن از ایده‌های نوین شغلی	
		P 26	ناراضی بودن از میزان وام‌های دریافتی از بانک‌ها	
		P 27	نبود زیرساخت‌های نوین (دفاتر ICT)	
		P 28	نبود تجهیزات مدرن مکانیزاسیون در روستا	
		P 29	نبودن توزیع مناسب منابع و خدمات در سطح استان	
		P 30	نبود صندوق روستایی و تعاونی محلی	
		P 31	نبود کلاس‌های آموزشی بازاریابی	
		P 32	حضور نداشتن مروجان برای آموزش در حوزه کارآفرینی	
		Q ضعف دانش فنی کسب‌وکار	Q 1	آموزش ندیدن افراد در خصوص راه‌اندازی کسب‌وکار گردشگری
			Q 2	نبود تشکیل‌ها و اتحادیه‌ها در حوزه‌های گوناگون کسب‌وکار
			Q 3	آشنابودن به اصول و مقررات ثبت شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی
			Q 4	نظارت و کنترل نداشتن دولت بر فعالیت بنگاه‌ها
			Q 5	دسترسی نداشتن به خدمات فنی مناسب
			Q 6	بررسی نکردن سطح دانش فنی توسط بانک در هنگام اعطای اعتبارات
			Q 7	بررسی نکردن سطح مدیریت تولید توسط بانک در هنگام اعطای اعتبارات

طراحی و اعتبار مدل

بازبینی مضمون‌ها با توجه به کدها و کل داده‌ها: گام اول شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در این گام، از ابتدا تا انتهای کار مجدد بررسی شده تا اگر نقایصی مانند وجود مضامین مشابه با عناوین گوناگون و نادیده گرفته شدن مضمون‌های مهم وجود داشته باشد رفع شود. در گام دوم، اعتبار مضمون‌ها درباره مجموعه داده‌ها در نظر گرفته شد. مضمون‌های یافته شده با کدهای استخراج شده در مرحله دوم با ایده‌های اولیه مطرح شده مقایسه و نقشه جامعی از مضمون‌ها ارائه شد. نتایج داده‌های حاصل از مصاحبه با مدیران محلی، پس از طی سه

مرحله کدگذاری (باز، محوری، انتخابی)، به صورت ۲ مقاله، ۷ شاخص و ۹۴ مفهوم استخراج شد. در این مرحله، مدل نهایی تحقیق طراحی شد. مدل مفهومی تحقیق نشان می‌دهد که روستاهای هدف گردشگری با چالش‌های اقتصادی در منطقه روبه‌رویند، چالش‌هایی همچون آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی، عدم ریسک‌پذیری، عدم شناخت بازار، محدودیت فصول گردشگری فضای نامناسب اقتصادی، ضعف توانمندی‌های فردی و ضعف دانش فنی کسب‌وکار که این عوامل سبب شده است روستاهای هدف به توسعه مطلوب خود دست نیابند.



شکل ۱: مدل مفهومی تحقیق

یکدیگر سبب می‌شود که ساکنان بومی روستا از فواید اقتصادی گردشگری روستایی بی‌نصیب بمانند. هدف از این پژوهش، شناخت و واکاوی موانع اقتصادی توسعه گردشگری روستاهای هدف استان زنجان است تا از این رهیافت به‌منظور رفع معضلات و مشکلات روستاهای هدف استان گام مثبت برداشته شود. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که روستاهای هدف گردشگری استان زنجان در مسیر توسعه گردشگری روستایی، با موانعی روبه‌رو هستند که در دو مقوله با عنوان مقوله اقتصادی (۱). آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی؛ ۲. محدودیت فصول گردشگری) و مقوله فضای کسب‌وکار نامناسب (ضعف توانمندی‌های فردی، فضای نامناسب اقتصادی، ضعف توانایی فردی، عدم ریسک‌پذیری، عدم شناخت بازار و ضعف دانش فنی کسب‌وکار) کدگذاری شد که هر یک از این دو مقوله، شامل زیرشاخص‌های خاص خود است.

مقوله اقتصادی

(۱) آسیب‌پذیری اقتصاد کشاورزی: نتایج نشان‌دهنده این است که جامعه روستای هدف گردشگری استان زنجان به علت درآمد پایین و کم‌بازده بودن فعالیت‌های بخش کشاورزی، حمایت‌های مالی اندک، نداشتن بیمه محصولات کشاورزی و ناتوانی در پرداخت حق بیمه‌های مربوطه، فعالیت‌های کشاورزی، به‌منزله تکیه‌گاه توسعه روستا، را با تردید روبه‌رو کرده است که نتیجه آن نبود انگیزه برای فعالیت در بخش کشاورزی و درنهایت

نتیجه‌گیری

گردشگری روستایی فعالیتی کم‌هزینه و پربازده است که می‌توان با صرف هزینه معمول آغازین، بهره‌وری پرسود و دائمی از آن انتظار داشت. فعالیت گردشگری روستایی سبب اشتغال‌زایی و درآمدزایی می‌شود و با توجه به محدودیت منابع آب‌و‌خاک روستاها می‌تواند به‌منزله یکی از مهم‌ترین راهکارهای توسعه اقتصادی - اجتماعی جوامع روستایی مطرح شود. سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری علاوه بر پاسخ‌گویی زودهنگام، تأثیرات مهمی در رشد اقتصادی جوامع محلی و ساکنان مقاصد گردشگری دارد. براین اساس، رشد گردشگری نه‌فقط منابع جدید درآمد و مشاغل تازه‌ها را در کشورهای در حال توسعه فراهم می‌کند، بلکه نتایج مثبت غیرمستقیمی در بر دارد که دولت‌ها را به گسترش و ایجاد زیرساخت‌های مناسب برای ارتقای آن تشویق می‌کند. توسعه موفقیت‌آمیز صنعت گردشگری نیازمند فراهم‌بسترهای متعددی است؛ زیرا گردشگری به‌مثابه مجموعه‌ای متشکل از عناصر و بخش‌های مرتبط به هم است که با فعالیت‌های چندبخشی و میان‌وجهی در حکم یک کل واحد در جهت تحقق اهداف خاصی عمل می‌کنند. توسعه گردشگری، با توجه به ارتباطاتی که با فعالیت‌های اقتصادی دارد، بیشترین تأثیر را در بخش اقتصادی بر جای می‌گذارد. مانع امری بازدارنده است که از ورود گردشگری روستایی به مرحله توسعه پیشگیری می‌کند. این عوامل در کنار



۲. عدم ریسک پذیری: ریسک پذیری به منظور شروع فعالیت‌های گردشگری روستایی در روستاهای هدف کمتر مشاهده می‌شود و این امر به این علت است که مردم محلی، که سرمایه اندکی داشته‌اند، از این که همین سرمایه اندک خود را از دست بدهند می‌ترسند و مردم غیربومی نیز به علت ترس از طولانی شدن بازگشت سرمایه و بازگشت ناپذیری، ریسک پذیری کمتری دارند. با این شرایط، فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی شکل نمی‌گیرد یا در صورت شروع ادامه نمی‌یابد. اگر کسب‌وکارهای کوچک با حمایت مالی و مشارکت ساکنان روستا شروع شود و موفقیت‌هایی را کسب کنند، شرایط برای انجام فعالیت‌های گردشگری مطلوب می‌شود؛

۳. فضای اقتصادی نامناسب کسب‌وکار: زمینه‌های شخصیتی خود افراد با ویژگی‌های محیطی که در آن زندگی می‌کنند آنان را با فضای اقتصادی نامناسب کسب‌وکار فعالیت‌های گردشگری روبه‌رو می‌کند؛ به طوری که افراد برای شروع فعالیت در حوزه گردشگری با مشکل مواجه می‌شوند. نهاد و تعاون روستایی نیز با هدف حمایت و راهنمایی این افراد وجود ندارد و اغلب ساکنان روستاهای هدف گردشگری در مقابل بوروکراسی اداری برای گرفتن مجوز و وام به منظور راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای گردشگری آستانه تحمل کمتری دارند و برخی در نیمه‌های روند اداری، آن را به صورت نیمه‌انجام یافته رها می‌کنند. این عوامل محیطی حاکم با ویژگی فردی افراد از قبیل آگاهی اندک درباره حوزه گردشگری روستایی و سرمایه اندک ترکیب شده و توسعه فعالیت‌های اقتصادی گردشگری روستایی را با کندی روبه‌رو می‌سازد؛

۴. ضعف دانش فنی فضای کسب‌وکار: گارگاه‌های آموزشی آشنایی با مفاهیم اولیه حوزه فعالیت‌های گردشگری روستایی در روستاهای هدف برگزار نشده است تا ساکنان روستا درباره مزایای اقتصادی گردشگری توجیه و از فواید آن آگاه شوند؛ زمانی که آگاه‌سازی درباره مسئله‌ای مهم مانند گردشگری روستایی - که می‌تواند اقتصاد یک روستا را متحول سازد - صورت نگیرد، رشد و توسعه آن نیز انجام نمی‌شود.

۵. عدم شناخت بازار: نتایج تحقیق حاکی از آن است که ساکنان روستاهای هدف گردشگری شناخت صحیحی از بازار هدف خود نداشته‌اند؛ به همین علت کالاهای تولیدی مورد نیاز بازار مصرف نبوده یا کمتر از آن استقبال می‌شود. این عامل نشان می‌دهد که تولیدات روستایی بدون مطالعه و شناخت از بازار هدف

مهاجرت قشر جوان و نیروی فعال از مناطق روستایی است. تحلیل مشارکت‌کنندگان بدین‌گونه است که تجهیزات و امکاناتی که برای توسعه فعالیت‌های کشاورزی نیاز است هزینه‌بر بوده و آنان توان پرداخت چنین هزینه‌ای را نداشته‌اند. این امر سبب می‌شود براساس نیروی انسانی خود، به فعالیت در زمین‌هایشان مشغول باشند. گفتنی است این امر سبب هدررفت وقت و انرژی آنان می‌شود و حاصلش مطلوب نیست؛ در حالی که می‌توان با سرمایه‌گذاری و حمایت‌های مالی‌ای که دولت و بخش خصوصی صورت می‌دهند، بازده محصولات را دوچندان کرد و با بیمه محصولات کشاورزی، برای روستاییان - به منظور ماندن در نواحی روستایی و احیای آن مناطق - انگیزه کافی داد؛

۲) محدودیت فصول گردشگری: فصلی بودن فعالیت‌های گردشگری در منطقه گردشگری سبب شده که افراد بومی تمایلی به سرمایه‌گذاری در این حوزه نداشته باشند و تحلیل آنان از این موضوع این است که چرا سرمایه اندک خود را در حوزه گردشگری سرمایه‌گذاری کنیم که بازده اندک و چندماهه برای ما دارد و این کار توجیه اقتصادی ندارد. این امر به این علت است که زیرساخت لازم در تداوم فعالیت‌های گردشگری روستایی در روستاهای هدف فراهم نشده است؛ به گونه‌ای که در فصل زمستان از تعداد گردشگران روستایی به‌وضوح کم می‌شود. بر همین مبنا، میزان و کیفیت تقاضا از شرایط مقصد تأثیر می‌پذیرد. در صورتی که امکانات برای فصولی فراهم شود که گردشگران علاوه بر نیمه اول سال، نیمه دوم نیز بتوانند از فضای روستا بهره ببرند، تمامی فعالیت‌های مربوط به حوزه گردشگری نیز تداوم می‌یابد. نتایج این بخش از تحقیق با نتایج تحقیقات انتوان^۱ و همکاران (۲۰۱۷)، حیدری و همکاران (۱۳۹۸)، بیک‌محمدی و حاتمی (۱۳۸۹)، رضایی و همکاران (۱۳۹۴)، بهرامی و نوروزی (۱۳۹۳) مطابقت دارد.

در مقوله کسب‌وکار گردشگری روستایی موارد ذیل کدگذاری شده است:

۱) ضعف توانمندی‌های فردی: برای رسیدن به موفقیت در حوزه فعالیت‌های گردشگری روستایی، مناطق روستایی نیازمند نیروی انسانی آگاه و توانمند است. نبود آموزش در مناطق روستایی به سبب آگاهی‌دادن به مردم در مورد حوزه گردشگری و فعالیت‌های مربوط به آن باعث شده است که مردم شناختی از مفهوم و مزایای گردشگری نداشته باشند؛ از این رو در کسب‌وکارهای گردشگری نیز مشارکت نمی‌کنند؛



صورت می‌گیرد و به نظر می‌رسد با اندکی تغییر در نوع و نحوه بسته‌بندی و ارائه خلاقیت در هنرها و صنایع دستی، باید آینده بهتری برای این تولیدات مناطق روستایی متصور شد. هدف توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی سووددهی ساکنان روستاست و نبود مهارت کنترل بازار سبب می‌شود که همان سود اندک نیز نصیب دلان اقتصادی شود. نتایج این تحقیق با نتایج تحقیقات ژانگ و همکاران (۲۰۱۵)، فستوس و آمابوی^۱ (۲۰۱۵)، هاشم‌خانی زلفانیا (۲۰۱۵) عینالی و همکاران (۱۳۹۷)، رومیانی و همکاران (۱۳۹۵)، صالح‌پور (۱۳۹۵)، کیوانی‌زاده و عارفی (۱۳۹۴)، لطیفی و همکاران (۱۳۹۲)، عنابستانی (۱۳۹۱)، رضوانی و همکاران (۱۳۹۱)، نادر مهدیی و همکاران (۱۳۹۱) و راسق قزلباش (۱۳۸۸) مطابقت دارد.

مطالعه حاضر به علت این‌که در تحلیل وضعیت اقتصاد گردشگری روستاها رویکردی جامع و نظام‌مند داشته، جدید است و پژوهشی با این عنوان، در منطقه مطالعه‌شده انجام نشده است که به صورت اخص به موانع اقتصادی توسعه گردشگری روستایی در استان زنجان بپردازد. از این رو محققان دیگر و سازمان‌های مرتبط گردشگری می‌توانند از روش به‌کار برده‌شده در این پژوهش و یافته‌های آن استفاده کنند و پژوهش حاضر از این حیث ارزش و اصالت علمی دارد. با در نظر گرفتن این مهم، که روستاهای هدف گردشگری کشور ایران در مراحل گوناگون و با درجه متفاوت از توسعه یافتگی قرار دارند، ولی با محدودیت‌ها و مشکلات مشابه در توسعه کسب‌وکار گردشگری روبه‌رویند؛ از این رو نتایج کلی این تحقیق به مسائل روستاهای هدف گردشگری تعمیم‌پذیر است.

نام‌گذاری روستاهای هدف گردشگری و افزایش تعداد نقاط گردشگری به تنهایی کافی نیست و نیازمند برنامه‌ریزی مدون توسعه گردشگری روستایی است. بر همین مبنا، وجود یک نظام مدیریت و نظارت را می‌طلبد که از روند اجرای طرح‌ها و درجه پیشرفت روستاهای هدف در حوزه‌های گوناگون توسعه گردشگری به‌ویژه حوزه اقتصادی گزارش صحیحی ارائه دهد تا از طریق مشاهده نتایج خلأهای موجود شناسایی و رفع شوند. در راستای نتایج تحقیق، راهکارهایی برای بهبود اوضاع اقتصادی روستاهای هدف گردشگری ارائه می‌شود:

۱) برگزاری کلاس‌های توجیهی - آموزشی پیرامون فواید اقتصادی گردشگری روستایی؛

۲) خلق صور مختلف گردشگری (ورزش‌های زمستانی

مانند اسکی و ورزش‌های تابستانی مانند کایت‌سواری و کوهنوردی) در روستا به کمک نهادهای بخش دولتی و خصوصی؛

۳) تأسیس تعاونی‌های توسعه گردشگری در سطح شهرستان برای ارائه خدمات مالی و مشاوره‌ای به منظور راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری روستایی؛

۴) حمایت‌های دولتی مانند بخشودگی مالیاتی و قوانین تشویقی و ورود بخش خصوصی به صنعت گردشگری روستایی؛

۵) برگزاری کلاس‌های آموزشی کارآفرینی و بازاریابی در حوزه گردشگری و ارائه گواهینامه معتبر به ساکنان روستا؛

۶) بیمه محصولات کشاورزی و پرداخت وام‌هایی با نرخ سود کم.

منابع

بیک‌محمدی، حسن و حاتمی، مجتبی (۱۳۸۹). «تحلیل جغرافیایی روند مهاجرت در استان آذربایجان شرقی (۱۳۸۵-۱۳۶۵)». فصل‌نامه جغرافیایی آمایش محیط، سال سوم، شماره ۱۰، ص ۲۳-۴۹.

پاپ‌زن، عبدالمجید، قبادی، پرستو، زرافشانی، کیومرث و گراوندی، شهپر (۱۳۸۹). «مشکلات و محدودیت‌های گردشگری روستایی با استفاده از نظریه بنیانی (مطالعه موردی: روستای حریر، استان کرمانشاه)». فصل‌نامه پژوهش‌های روستایی، دورا ۱، شماره ۳، ص ۲۷-۵۲.

حیدری، عمران، ثمری، داود، موسی‌خانی، مرتضی و پیشمی، بهار (۱۳۹۸). «چالش‌های بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای گردشگری کشاورزی در ایران». مجله گردشگری و توسعه، سال دهم، شماره دوم، ص ۱۱۳-۱۲۹.

حسینی، مرتضی، رحمت‌الله منشی‌زاده، رضویان، محمدتقی و مریدالسادات، پگاه (۱۳۹۸). «واکاوی موانع گردشگری روستایی برای رسیدن به توسعه پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینانه (مورد مطالعه: شهرستان کیار- استان چهارمحال و بختیاری)». مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، دوره ۸، شماره ۳، ص ۶۰۹-۶۳۷.

خانی، فضیله، خسروی‌مهر، حمیده و طورانی، علی (۱۳۹۳). «سنجش پتانسیل‌های گردشگری روستایی با رویکرد رفع چالش‌های اقتصادی». پژوهش‌های روستایی، دوره ۵، شماره ۱، ص ۱۹۱-۲۱۲.

راسق قزلباش، سلیمان (۱۳۸۸). «گردشگری روستایی و لزوم توجه به آن در برنامه‌های توسعه و آبادانی روستا».

1. Festus and Omoboye



با توسعه اجتماعات محلی، شهرستان نقده». فضای گردشگری ملایر، دوره ۶، شماره ۲۱، ص ۴۱-۶۳.

طیبری، سیدکامیل، بابکی، روح‌اله و جباری، امیر (۱۳۸۶). «بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی در ایران ۱۳۸۸-۱۳۳۸». پژوهش‌نامه علوم انسانی و اجتماعی ویژه اقتصاد، سال هفتم، شماره ۲۶، ص ۸۳-۱۱۰.

عنابستانی، علی‌اکبر، سعیدی، عباس و درویشی، حسن (۱۳۹۱). «بررسی آثار اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست محیطی توسعه گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی از دیدگاه گردشگران و روستاییان (مطالعه موردی: دشت ارژن فارس)». مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، سال دوم، شماره ۲، ص ۱-۲۰.

عباسی، فریبا (۱۳۹۶). واکاوی چالش‌های توسعه گردشگری در نواحی روستایی از دیدگاه مدیران محلی (مطالعه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان زنجان)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، جغرافیا، دانشگاه زنجان.

عینالی، جمشید، فراهانی حسین، چراغی، مهدی و عباسی، فریبا (۱۳۹۷). «ارزیابی نقش گردشگری روستایی در توسعه پایدار جوامع محلی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری استان زنجان)». مجله گردشگری و توسعه، سال هفتم، شماره ۲، ص ۱۷۱-۱۹۳.

فتاحی، مجید، نوحی، اکرم، صادقی، قاسم و ازگلی، رقیه (۱۳۹۴). تأثیر بازاریابی گردشگری روستایی بر توسعه پایدار. کنفرانس سالانه رویکردهای نوین پژوهشی در علوم انسانی.

فراهانی، حسین، و منوچهری، سوران (۱۳۹۴). «شناسایی موانع و مشکلات توسعه گردشگری در نواحی روستایی هدف گردشگری غرب شهرستان مریوان». مجله پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، سال چهارم، شماره ۹، ص ۹-۱۶۱-۱۷۲.

قبادی، پرستو، پاپ‌زن، عبدالمجید، زرافشانی، کیومرث و گراوندی، شهپر (۱۳۹۱). «مطالعه وضعیت گردشگری روستایی در روستای خانقاه از دیدگاه اهالی روستا؛ با استفاده از تئوری بنیانی». مسکن و محیط روستا، دوره ۳۱، شماره ۱۳۷، ص ۷۱-۹۱.

قربانی‌نیا، زهرا، نیک‌زاد، وحید و صالحی، اسماعیل (۱۳۹۴). «ارزیابی اثرات زیست‌محیطی پژوهش‌های گردشگری (مطالعه موردی: منطقه گردشگری اوان)». مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال چهارم، شماره ۱۳، ص ۱۴۷-۱۶۷.

کاظمی، مهدی (۱۳۹۰). مدیریت گردشگری. تهران: انتشارات سمت.

فصل‌نامه مسکن و محیط روستا، دوره ۲۹، شماره ۱۲۹، ص ۱۰-۱۲.

رضوانی، محمدرضا و بیات، ناصر (۱۳۹۳). «تحلیل جایگاه گردشگری روستایی در برنامه‌های کلان توسعه کشور (با تأکید بر برنامه‌های پنج‌ساله توسعه ملی)». مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۹، ص ۱۱-۳۰.

رضوانی، محمدرضا، بدری، سیدعلی، سپهوند، فرخنده، و اکبریان رونیزی، سعیدرضا (۱۳۹۱). «گردشگری خانه‌های دوم و اثرات آن بر بهبود کیفیت زندگی ساکنان روستایی (مطالعه موردی: بخش رودبار قصران، شهرستان شمیرانات)». مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، دوره ۴، شماره ۱۳، ص ۲۳-۴۰.

رضایی، روح‌اله، صفا، لیلیا و رنجبران، پریسا (۱۳۹۴). «شناخت و واکاوی مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان اصفهان (مطالعه موردی: روستای ایبانه)». فصل‌نامه فضای جغرافیایی اهر، سال پانزدهم، شماره ۴۹، ص ۳۷-۵۶.

رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و مهدوی، داوود (۱۳۸۵). «راهکارهای توسعه گردشگری روستایی با استفاده از مدل SWOT (دهستان لواسان چک)». فصل‌نامه علمی-پژوهشی علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس، دوره ۱۰، شماره ۲، ص ۱۰-۳۰.

رومیانی، احمد، عینالی، جمشید، هادی‌پور، مرضیه و حجتی‌پور، محمد (۱۳۹۵). «برآورد و سنجش رابطه اثرگذاری گردشگری با کاهش فقر در مناطق روستایی، مطالعه موردی: روستاهای چنگوره و اسماعیل‌آباد - شهرستان آوج». فصل‌نامه فضای گردشگری، دوره ۴، ص ۲۰-۸۱-۹۸.

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، قانون برنامه پنج‌ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۰-۱۳۹۶)، مصوبات مجلس شورا. <https://rc.majlis.ir/fa/law/show/1014547>

شریفی‌رنانی، حسین صفایی شکیب، مریم و عمارزاده، مصطفی (۱۳۸۹). «بررسی اثر گردشگری بر رشد اقتصادی ایران (در سال‌های ۱۳۶۹-۱۳۸۷)». علوم اقتصادی، شماره ۶، ص ۹-۲۵.

شمس‌الدینی، علی (۱۳۸۹). «گردشگری روستایی راهکاری سازنده برای توسعه روستایی، نمونه موردی: روستای فهلیان». فصل‌نامه مسکن و محیط روستا، دوره ۲۹، شماره ۱۳۱، ص ۹۵-۱۰۷.

صالح‌پور، شمسی، اسماعیل‌زاده، حسن و کریمی، خدیجه (۱۳۹۵). «تأثیرات متقابل توسعه پایدار گردشگری

D. (2012). "Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in region of Gruza Sebria". *Procedia Environmental Sciences*, 14(2012), 288-297.

Festus, I. A., & Omoboye, I. F. (2015). "Rural Tourism in Ekiti State, Nigeria: Issues, Trajectories, Opportunities Entrepreneurship and Implications for Rural Business Development". *American Journal of Tourism Management*, 4(1), 18-25.

Garrod, B., Wornell, R., & Youell, R. (2006). "Reconceptualising Rural Recourse as Countryside Capital: the case of rural tourism". *Journal of rural studies*, 22(1), 117-128.

Ghanian, M., Ghoochani, O. M., & Crotts, J. C. (2014). "An application of European Performance Satisfaction Index towards rural tourism: The case of western Iran". *Tourism Management Perspectives*, 11, 77-82.

Islam, F., & Carlsen, J. (2012). "Tourism in rural Bangladesh: Unlocking opportunities for poverty alleviation?". *Tourism Recreation Research*, 37(1), 37-45.

Ionela, G. P., Constantin, B. M., & Dogaru, L. D. (2015). "Advantages and limits for tourism development in rural area (Case Study Ampoi and Mureş Valleys)". *Procedia Economics and Finance*, 32, 1050-1059.

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). "Understanding and managing the rural tourism experience—The case of a historical village in Portugal". *Tourism Management Perspectives*, 4, 207-214.

Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). "Tourism development and economic growth: A closer look at panels". *Tourism Management*, 29(1): 180-192.

Maksimovic, M., Mihajlovic, D., & Urosevic, S. (2015). "Economic effects of rural tourism in Eastern Serbia based on the concept of sustainable development". *Quaestus*, 6, 41-55.

Meng, X. (2014). "Is a tourism subsidy the best response to the global financial crisis? A short-run CGE simulation for Singapore". *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(3), 325-341.

Matei, F.D. (2015). "Cultural tourism potential, as part of rural tourism development in the North-East of

کیوانی‌زاده، الهام و عارفی، ایمان (۱۳۹۴). نقش گردشگری در کارآفرینی روستایی با تأکید بر توسعه روستایی (مطالعه موردی: دهستان شیرکوه یزد). کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در علوم کشاورزی و محیط‌زیست.

لطیفی، سمیه، نادری مهدی، کریم و زلیخایی سیار، لیلا (۱۳۹۲). «موانع مؤثر بر توسعه فعالیت‌های گردشگری در نواحی روستایی همدان (با تأکید بر روستاهای هدف گردشگری)». فصل‌نامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره ۳، شماره ۹، ص ۷۷-۸۷.

محمدزاده، پرویز، پناهی، حسین و صمدزاد، سعیده (۱۳۹۶). «تبیین عوامل مؤثر بر سطح حمایت ساکنان شهر تبریز از توسعه گردشگری (با تأکید بر ابعاد اجتماعی-فرهنگی)». فصل‌نامه گردشگری و توسعه، سال ششم، شماره ۱۰، ص ۶۳-۷۷.

نادر مهدی، کریم، اذانی، مه‌ری، یعقوبی فرانی، احمد و روستایی، مریم (۱۳۹۲). «واکاوی تأثیرات گردشگری در روستای ابیان با استفاده از تکنیک SWOT». تحقیقات جغرافیایی، دوره ۲۸، شماره ۴، ص ۳۱-۴۴.

Antón, C., Camarero, C., & Laguna-García, M. (2017). "Towards a new approach of destination loyalty drivers: satisfaction, visit intensity and tourist motivations". *Current Issues in Tourism*, 20(3), 238-260.

Aref, F., Redzuan, M., & Emby, Z. (2009). "Barriers of community power for tourism development in Shiraz, Iran". *European Journal of Scientific Research*, 28(3), 443-450.

Butler, R., & Clarke, J. (2005). "Effective Marketing for Rural Tourism". in Hall, D., Kirkpatrick, I., & Mitchell, M. (Ed.), *Rural Tourism and Sustainable Business*, Clevedon, Channel View Publications, 87-102.

Butler, R.W. (1980). "The theory of a tourist area cycle of evolution: implications for management resources". *The Canadian Geographer/Le Géographe Canadien*, 24(1), 5-12.

Bahrami, R. & Noori, K. (2013). "Analysis of the role of tourism and its impact on rural development (case study of the central part of Marivan)". *Technical Journal of Engineering and Applied Sciences*, 3(12), 1074-1080.

Dimitrovskia, D., Todorovic, A. T., & Valjarevic, A.





- William, A.M., & Hall, C.M. (2012), "Tourism and Migration: New relationships between production and consumption". *Tourism Geographies*, 2(1), 5-27.
- Hwang, D., Stewart, W. P., & Ko, D. W. (2012). Community behavior and sustainable rural tourism development. *Journal of Travel research*, 51(3), 328-341.
- World Tourism Organization (2010). *Organisation Mondiale du Tourisme OMT/ news and évents*
- World Tourism Organization (2011). *National and regional tourism planning: case studies (Asia and Iran)*. London.
- Zhang, J., Ji, M., & Zhang, Y. (2015). "Tourism sustainability in Tibet – Forward planning using a systems approach". *Ecological Indicators*, 56, 218–228.
- Zolfani, S. H., Sedaghat, M., Maknoon, R., & Zavadskas, E. K. (2015). "Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications". *Economic research-Ekonomiska istraživanja*, 28(1), 1-30.
- Romania". *Procedia Economics and Finance*, 23, 453 – 460.
- Mili, N. (2012). "Rural tourism development: An overview of tourism in the Tipam Phakey village of Naharkatia in Dibrugarh District, Assam (India)". *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(12), 1-3.
- Nagaraju, L. G., & Chandrashekara, B. (2014). "Rural tourism and rural development in India". *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies*, 1(6), 42-48.
- Nemirschi, N., & Craciun, A. (2010). "Entrepreneurship and tourism development in rural areas: case of Romania". *Romanian Economic and Business Review*, 5(1), 138.
- Szabo, B. (2005). "Rural tourism as alternative income source for rural areas along the hortobagy". *Center For International Research, World Development*, 20(11), 179-190.
- Tarlow, E. P. (2011), *Tourism confronts a world in turmoil*, Reteived at: <http://www.eturbonews.com/22007/tourism-confronts-world-turmoil>.