



دانشگاه گورگان و منابع طبیعی گورگان

نشریه کارآفرینی در کشاورزی
جلد سوم، شماره سوم، پاییز ۱۳۹۵
<http://jead.gau.ac.ir>

شناسایی موانع توسعه کارآفرینی گردشگری: مطالعه موردی شهرستان مرودشت

*آذرמידخت رضایی^۱، کیومرث زرافشانی^۲، نعمت‌اله شیری^۳ و مژگان خوش‌مرام^۳

^۱استادیار، گروه روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت، مرودشت، ^۲دانشیار، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ^۳دانشجوی دکتری، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۷/۲۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۸/۱۳

چکیده

توسعه مطلوب صنعت گردشگری و به دنبال آن ترویج کارآفرینی گردشگری، مستلزم آگاهی و شناخت کافی از موانع و مشکلات موجود در این حوزه می‌باشد. بی‌شک ناآگاهی مدیران، برنامه‌ریزان و سیاستگذاران از موانع و مشکلات موجود در این بخش، یکی از عمده‌ترین دلایل عدم توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت بوده است. در همین راستا، پژوهش حاضر تلاشی در جهت شناسایی موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت است. بنابراین، مطالعه حاضر ضمن بهره‌گیری از پارادایم کیفی، برای انتخاب نمونه‌های مورد مطالعه ابتدا از روش نمونه‌گیری هدفمند و در ادامه از روش نمونه‌گیری شبکه‌ای بهره گرفت. در نهایت، پس از انجام هفت مصاحبه با صاحب‌نظران، متخصصان و فعالان حوزه کارآفرینی و گردشگری در شهرستان مرودشت، اشباع داده حاصل گردید. تحلیل محتوای داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق انفرادی با نمونه‌های برگزیده در محیط نرم‌افزار NVivo8 انجام شد. نتایج نشان داد که اصلی‌ترین موانع پیش‌روی توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت عبارتند از: موانع سیاسی-دولتی، زیرساختی، تبلیغی-ترویجی، ارزشی-فرهنگی، طبیعی و آموزشی. نتایج این مطالعه، می‌تواند دستاوردهایی برای

*مسئول مکاتبه: rezaei.azar@yahoo.com

سیاستگذاران حوزه گردشگری شهرستان مرودشت و همچنین علاقمندان به سرمایه‌گذاری در بخش خصوصی داشته باشد.

واژه‌های کلیدی: گردشگری، اشتغال، کارآفرینی گردشگری، نرم‌افزار Nvivo

مقدمه

تضعیف فعالیت‌های اقتصادی سنتی نظیر کشاورزی، معدن و جنگل در سه دهه پیش از یک سو (Andereck and Vogt, 2000; Reeder and Brown, 2005; Byrd et al., 2009) و نبود نگاه کارآفرینی از دیگر سو (هزارجریبی، ۱۳۸۴) ضرورت جست‌وجو و به‌کارگیری راهکارهای جدیدی برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های تولیدی را بیش از پیش ضروری نموده است (Andereck and Vogt, 2000; Reeder and Brown, 2005; Byrd et al., 2009). در این راستا، گردشگری رویکرد جدیدی است که می‌تواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت‌های شغلی و ارتقا استانداردهای زندگی از طریق تأمین خدمات اجتماعی نقش عمده‌ای را ایفا نماید (مهدوی و همکاران، ۱۳۸۷). بنابراین، امروزه در اکثر کشورها توجه خاصی به کارآفرینی، کارآفرینان و گردشگری می‌شود و تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزار پیشرفت و توسعه کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه به‌شمار می‌رود؛ چرا که یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه، توسعه اقتصادی، اجتماعی و محیطی (از جمله اشتغالزایی، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت‌پذیری، حفظ محیط‌زیست) را به‌دنبال خواهد داشت (Verheu, 2002).

در این میان، شهرستان مرودشت به‌عنوان یکی از باستانی‌ترین مناطق ایران با گذشته کهن خود در طول تاریخ، توجه بسیاری از دوستداران فرهنگ و تمدن ایرانی را به خود جلب کرده است. مجموعه آثار به جای مانده ماقبل تاریخ و آثار اعجاب برانگیز تاریخی نظیر مجموعه کاخ‌های تخت جمشید، کاخ صدستون، کاخ داریوش، سنگ نبشته پهلوی، تخت گوهر یا تخت رستم، نقش رجب، آرامگاه اردشیر دوم و سوم، شهر قدیمی استخر (تخت طاووس)، قلعه استخر، برج زندان سلیمان، پل بند امیر و پل خان، از مهم‌ترین آثار تاریخی این شهرستان به حساب می‌آیند (سازمان میراث فرهنگی استان، ۱۳۹۲). این در حالی است که شهرستان مرودشت به رغم برخوردار بودن از ظرفیت‌های بالای گردشگری در بخش تاریخی و طبیعی با کمبود امکانات زیربنایی و رفاهی، ضعف تبلیغات، مشکلات

مدیریتی و... دست و پنجه نرم می‌کند و لذا توسعه کارآفرینی گردشگری در این شهرستان را با مشکلات عدیده‌ای مواجه نموده است. به بیانی دیگر، اگرچه شهرستان مرودشت از فرصت‌های قابل توجهی برای اشتغال‌زایی جوانان منطقه و ورود ارز و سرمایه‌گذاری برخوردار است، اما وجود برخی موانع و مشکلات، توسعه کارآفرینی گردشگری را در این منطقه با مشکلات جدی مواجه نموده است (احمدی، ۱۳۹۲). پر واضح است که با ادامه روند کنونی و نبود برنامه‌ریزی و اعمال مدیریت مناسب برای حل موانع و مشکلات موجود، در چند سال آتی از ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های کارآفرینانه گردشگری این شهرستان تاریخی به شدت کاسته می‌شود. با توجه به مطالب اشاره شده، به نظر می‌رسد اولین گام در این زمینه، مطالعه و شناخت موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در منطقه موردنظر است (رضایی و اسدپاسکی، ۱۳۹۴) تا براساس یافته‌های حاصل از آن، نسبت به ارائه راهبردها و راهکارهای مناسبی در جهت رفع موانع و مشکلات موجود و در نتیجه توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت اقدام نمود. اما علی‌رغم اهمیت موضوع مذکور، تاکنون مطالعات چندانی در این زمینه به‌طور کلی و در شهرستان مرودشت به‌صورت اخص انجام نشده است. بنابراین، با در نظر گرفتن ضرورت مسئله، پژوهش حاضر با هدف شناسایی موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت شیراز انجام شد.

مروری بر ادبیات پژوهش: در ادامه به مرور نتایج برخی از مطالعات انجام شده در خصوص موضوع پژوهش پرداخته شده است. در این راستا، رضایی و اسدپاسکی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تحلیل مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین (مورد مطالعه: روستای گازرخان)»، چهار عامل اطلاع‌رسانی - پشتیبانی، زیرساختی، انگیزشی - شناختی و اجتماعی - فرهنگی را به‌عنوان اصلی‌ترین و مهم‌ترین مشکلات توسعه گردشگری در روستای گازرخان برشمردند. پاپزن و همکاران (۱۳۹۱) نیز در مطالعه‌ای محدودیت‌ها و مشکلات توریسم روستایی را در روستای چرمه‌علیا مورد واکاوی قرار دادند و به‌این نتیجه دست یافتند که مشکلات گردشگری روستایی در روستای مذکور عبارتند از: فقدان امکانات زیربنایی و رفاهی، عدم درک صحیح روستاییان و مسئولان از گردشگری روستایی، کم‌رنگ شدن جاذبه‌های فرهنگی روستا، فقدان شبکه اطلاع‌رسانی صحیح و به موقع، عدم حمایت و توجه کافی دولت. آگبی و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعات خود به‌این نتیجه دست یافتند که مهم‌ترین راهبرد توسعه کارآفرینی، توسعه مهارت‌های حرفه‌ای افراد و حمایت از آنان می‌باشد. باقری‌فرد و همکاران (۲۰۱۳) در مطالعه‌ای مهم‌ترین چالش‌های کارآفرینی گردشگری در

استان مازندران را فقدان زیرساخت‌ها، عدم و کافی نبودن قوانین و سیاست‌های مربوط به گردشگری، عدم ارتباط بین سازمان‌های مختلف درگیر، مشکلات اقتصادی و تحریم‌های بین‌المللی برشمردند. مارکلی (۲۰۰۲) در پژوهشی مهم‌ترین موانع و ضعف توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی را عدم دسترسی به اطلاعات موثق و شفاف، وجود ساختار مکانیکی، نبود فرهنگ حمایت از کارآفرینی، فاصله با بازار و خدمات، نابرابری در دسترسی به سرمایه، کاهش فرصت‌های شبکه‌ای و ارتباطی می‌داند (حیدری، ۱۳۹۴). فراهانی و منوچهری (۱۳۹۴) نیز در مطالعه‌ای تحت عنوان «شناسایی موانع و مشکلات توسعه گردشگری در نواحی روستایی هدف گردشگری غرب شهرستان مریوان» به این نتیجه دست یافتند که کیفیت پایین خدمات‌رسانی، امکانات موجود و ضعف زیرساخت‌ها، ضعف ساختارهای حمل و نقل، کمبود تبلیغات، اطلاع‌رسانی و آموزش در کنار معضلات مربوط به جاذبه‌های منطقه در بخش عرضه، تمایل و انگیزه کم بازدیدکنندگان برای توقف چندروزه در بخش تقاضا و در بخش عوامل خارجی تأثیرگذار، عدم مشارکت مردم و نارسایی‌هایی که از سوی سازمان‌های دولتی عنوان شده، مهم‌ترین موانع و مشکلات پیش روی پویایی روستاهای هدف گردشگری منطقه به‌شمار می‌روند. در این راستا، تقدیسی و همکاران (۱۳۹۴) نیز در پژوهشی مشابه، نشان دادند که توسعه زیرساخت‌ها و امکانات پیش‌نیاز گسترش گردشگری در مناطق روستایی شهرستان جیرفت، چندان رضایت‌بخش نیست و تفاوت معناداری بین میزان رضایتمندی مشاهده شده نزد کارشناسان با میانه نظری یا میزان رضایتمندی متوسط وجود دارد. همچنین بررسی‌های محققان مذکور حاکی از آن بود که هرچند بین توسعه گردشگری و توسعه اقتصادی این منطقه رابطه معناداری وجود دارد، اما توسعه گردشگری در شرایط کنونی نتوانسته است آن‌گونه که باید در توسعه اقتصادی مناطق روستایی این شهرستان، مؤثر باشد.

فیروزی و همکاران (۱۳۹۲)، در مطالعه‌ای تحت عنوان «بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی؛ بازننگری: روستای خارستان شهرستان بهبهان)»، نشان دادند که کم‌تر از ده درصد اهالی روستا با مهارت‌های کارآفرینی آشنایی دارند. هم‌چنین نتایج نشان داد که میزان آشنایی با کارآفرینی و ایجاد زیرساخت‌های کارآفرینی، دو عامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی در روستای خارستان می‌باشند. این در حالی است که ادوارد و همکاران (۲۰۰۴) در نتایج بررسی‌های خود به این نتیجه دست یافتند که عدم انسجام درونی میان جامعه کشاورزی مهم‌ترین نقطه ضعف و ناآگاهی در زمینه چگونگی استفاده از دانش و منابع شبکه‌های موجود در محیط مهم‌ترین تهدید توسعه کارآفرینی در جوامع روستایی و کشاورزی می‌باشد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های کیفی و از لحاظ هدف کاربردی است. جامعه مورد مطالعه در این پژوهش کلیه کارشناسان و متخصصان حوزه کارآفرینی و گردشگری در شهرستان مرودشت بودند. نمونه‌های مورد مطالعه در این پژوهش با در نظر گرفتن دو معیار تناسب تجربه^۱ (یعنی در خصوص موضوع پژوهش تجربه کافی داشته باشند) و برخورداری از ویژگی‌های یک مطلع خوب^۲ (کیفیت شخصی شرکت کننده و تمایل وی به همکاری در پژوهش) ابتدا به صورت هدفمند و در ادامه به روش شبکه‌ای تا اشباع داده انتخاب شدند. اشباع داده رویکردی است که در پژوهش‌های کیفی برای تعیین کفایت نمونه‌گیری مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این پژوهش، نقطه اشباع داده توسط خود محقق کاملاً ملموس بود و نمونه‌گیری تا جایی ادامه یافت که پژوهشگر با پرسیدن سؤالات به طور مکرر متوجه شد که داده‌های جدید هیچ بینش تازه‌ای را آشکار نمی‌کند. در نهایت، پس از انجام هفت مصاحبه که به طور میانگین مدت زمان هر مصاحبه ۳۰-۵۰ دقیقه بود، اشباع داده حاصل گردید. در پژوهش حاضر با توجه به ماهیت موضوع و هدف تحقیق، از مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختارمند و یادداشت‌های عرصه به منظور گردآوری اطلاعات استفاده شد. به طور کلی، مصاحبه با یک سوال باز آغاز می‌شد و در ادامه بر مبنای پاسخ‌های ارائه شده سؤالات بعدی پرسیده می‌شد. در ابتدا به طور کلی از افراد مورد مطالعه سؤال شد که «چه موانع و مشکلاتی در راستای توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت وجود دارد؟» نظر به این که نرم‌افزارهای رایانه‌ای دقت و پایایی فرآیند کدگذاری را در تحلیل محتوا افزایش می‌دهند (Kondracki et al., 2002)، لذا در پژوهش حاضر از نرم‌افزار NVivo8 برای تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه استفاده شد. نرم‌افزار Nvivo ابزاری قدرتمند برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی به شمار می‌رود و تحلیل محتوای مصاحبه‌های میدانی را تسهیل می‌کند (Hutchisona et al., 2010). برای این منظور، پس از پیاده‌سازی متن هر یک از مصاحبه‌ها در فایل‌های جداگانه‌ای در نرم‌افزار Word، اقدام به فراخوانی فایل‌های مذکور در نرم‌افزار NVivo8 و انجام مراحل تحلیل محتوا و کدگذاری گردید. به منظور بررسی قابلیت اعتبار نتایج حاصل از پژوهش نیز از تکنیک‌های کنترل‌های اعضا، استفاده از محققان مختلف در تحلیل داده‌ها و خودبازبینی محقق استفاده شد.

1- Experiential fit

2- Good informant

یافته‌های پژوهش

همان‌گونه که پیش‌تر نیز گفته شد به‌منظور شناسایی موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت با ۷ نفر از صاحب‌نظران، متخصصان و فعالان حوزه کارآفرینی و گردشگری شهرستان مصاحبه‌هایی انجام شد. تحلیل محتوای داده‌های گردآوری شده حاصل از مصاحبه‌های مذکور در محیط نرم‌افزار NVivo8 منجر به استخراج ۲۳ مفهوم در کدگذاری باز و شش طبقه اصلی در کدگذاری محوری شد (جدول ۱).

جدول ۱- تحلیل محتوای موانع توسعه کارآفرینی در شهرستان مرودشت.

کدگذاری محوری / طبقات گسترده	کدگذاری باز / مفاهیم
موانع سیاسی- دولتی	کم توجهی دولت به این منطقه به‌ویژه در امر گردشگری و جذب توریست عدم همکاری ارگان‌های مختلف مرتبط با گردشگری فقدان برنامه‌ریزی بلندمدت برای توسعه گردشگری در منطقه تخصیص بخش غالب بودجه استان به شهر شیراز کمبود دفاتر هواپیمایی کمبود تسهیلات بهداشتی (سرویس بهداشتی و...) کمبود پارکینگ
موانع زیرساختی	کمبود تسهیلات و تجهیزات رفاهی (نظیر رستوران، هتل و...) کمبود و نامناسب بودن خدمات حمل و نقل عمومی کمبود مکان‌هایی برای اسکان موقت مسافر نامناسب بودن نمای ورودی شهر
موانع تبلیغی- ترویجی	تبلیغات و اطلاع‌رسانی نامناسب و اندک در خصوص جاذبه‌های توریستی منطقه ناشناخته ماندن بسیاری از توانمندی‌های گردشگری شهرستان نبودن یا ضعف خدمات راهنمایی و مشاوره به گردشگران در منطقه بی‌توجهی و نادیده گرفتن مراسم‌ها و جشنواره‌های فرهنگی
موانع ارزشی- فرهنگی	بی‌توجهی نسبت به صنایع دستی منطقه بی‌توجهی نسبت به تولید غذاهای بومی و مبتنی بر تولیدات محلی نزدیکی مرودشت به شهر شیراز و گم شدن و نادیده انگاری مرودشت زیر سایه شهر شیراز
موانع طبیعی	توزیع نامناسب حضور گردشگران در طول سال فصلی بودن جاذبه‌های گردشگری
موانع آموزشی	عدم آموزش مردم محلی در زمینه نحوه برخورد با گردشگران و روش‌های جذب آنان کمبود نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه‌های مرتبط با کارآفرینی و گردشگری عدم آشنایی مردم محلی با مزایا و منافع کارآفرینی گردشگری

براساس یافته‌های پژوهش، مهم‌ترین موانع و چالش‌های پیش روی کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت در شش طبقه گسترده قرار گرفتند که عبارتند از: موانع سیاسی- دولتی، موانع زیرساختی، موانع تبلیغی- ترویجی، موانع ارزشی- فرهنگی، موانع طبیعی و موانع آموزشی (جدول ۱). در ادامه به توصیف و تشریح هر یک از این موانع پرداخته می‌شود.

موانع سیاسی- دولتی: از نظر افراد مورد مطالعه، یکی از موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت، سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های دولتی بود. آنان معتقد بودند که «کم توجهی دولت به شهرستان مرودشت خصوصاً در زمینه گردشگری و جذب توریست» به دلیل «فقدان برنامه‌ریزی بلندمدت برای توسعه گردشگری در این منطقه» موجب شده که گردشگری در شهرستان مرودشت پیشرفت چندانی نداشته باشد. یکی از عمده‌ترین مشکلاتی که در این بخش از سوی صاحب‌نظران و فعالان بخش گردشگری به آن اشاره شد، «تخصیص بخش غالب بودجه استان به شهر شیراز» بود. در واقع، آنان بر این باور بودند که بخش قابل توجهی از بودجه گردشگری استان، به شهر شیراز به دلیل مرکزیت استان اختصاص می‌یابد و سهم شهرستان‌هایی نظیر مرودشت بسیار ناچیز است. همین امر موجب شده علی‌رغم جاذبه‌های توریستی زیادی که در این شهرستان وجود دارد، این صنعت هم‌چنان جانبی باقی بماند. «عدم همکاری ارگان‌های مختلف مرتبط با گردشگری» نیز موجب شده چنانچه افراد محلی و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی بخواهند در زمینه راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در بخش گردشگری وارد شوند، به دلیل قوانین اداری دست و پاگیر و بعضاً متناقض از ورود به این عرصه منصرف شوند.

موانع زیرساختی: مشکلات مربوط به زیرساخت‌های موجود در شهرستان مرودشت از نگاه افراد مورد مطالعه، یکی دیگر از موانعی بود که توسعه کارآفرینی گردشگری را با چالش مواجه نموده بود. به عنوان مثال «کمبود دفاتر هواپیمایی»، «کمبود تسهیلات بهداشتی (سرویس بهداشتی و...)»، «کمبود پارکینگ»، «کمبود تسهیلات و تجهیزات رفاهی (نظیر رستوران، هتل و...)»، «کمبود و نامناسب بودن خدمات حمل و نقل عمومی»، «کمبود مکان‌هایی برای اسکان موقت مسافر» و «نامناسب بودن نمای ورودی شهر» موجب شده گردشگران تمایل چندانی برای حضور و یا اقامت طولانی مدت و چند روزه در شهرستان مرودشت نداشته باشند. به گونه‌ای که «اغلب گردشگران به حضور یکی دو ساعته

در شهرستان بسنده نموده و شیراز را به دلیل زیرساخت‌های بهتر و مناسب‌تر برای اقامت طولانی‌تر انتخاب کنند.»

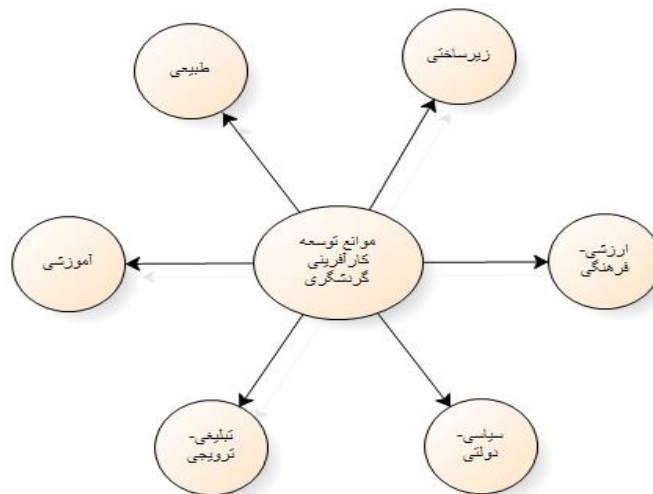
موانع تبلیغی - ترویجی: از دید افراد مورد مطالعه، «تبلیغات و اطلاع‌رسانی نامناسب و اندک در خصوص جاذبه‌های توریستی منطقه» موجب شده «بسیاری از توانمندی‌های گردشگری شهرستان مرودشت، ناشناخته باقی بماند» و خیل عظیمی از مردم از تنوع و تعدد جاذبه‌های گردشگری شهرستان مرودشت بی‌اطلاع باشند. برخی از افراد مورد مطالعه، معتقد بودند که افزون بر تبلیغات نامناسب در خصوص توانمندی‌های منطقه، «نبود یا ضعف خدمات راهنمایی و مشاوره به گردشگران در منطقه» از دیگر مشکلات توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت به شمار می‌رود.

موانع ارزشی - فرهنگی: یکی از جاذبه‌هایی که می‌تواند توجه بسیاری از گردشگران را به یک منطقه به خصوص جلب کند، موارد ارزشی و فرهنگی نظیر صنایع دستی، غذاهای محلی، جشنواره‌های فرهنگی و... است. در این راستا، بسیاری از صاحب‌نظران گردشگری و کارآفرینی در شهرستان مرودشت بر این باور بودند که بی‌توجهی به امور فرهنگی و فرهنگ بومی و محلی منطقه یکی از موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت به‌شمار می‌رود. به بیانی دیگر، آنان معتقد بودند که «بی‌توجهی و نادیده گرفتن مراسم‌ها و جشنواره‌های فرهنگی»، «بی‌توجهی نسبت به صنایع دستی منطقه»، و «بی‌توجهی نسبت به تولید غذاهای بومی و مبتنی بر تولیدات محلی» از مواردی است که رشد و توسعه کارآفرینی گردشگری را در منطقه با چالش مواجه نموده است.

موانع طبیعی: نزدیکی مرودشت به شهر شیراز موجب گم شدن و نادیده انگاری مرودشت شده است. در واقع، افراد مورد مطالعه معتقد بودند با توجه به مرکزیت شهر شیراز و تبلیغات گسترده‌ای که در خصوص جاذبه‌های توریستی شهر شیراز صورت می‌گیرد، بسیاری از گردشگران ترجیح می‌دهند که وقت خود را در این شهر تاریخی بگذرانند و تمایل کمتری برای حضور در مرودشت و بازدید از آن دارند. از سوی دیگر، «توزیع نامناسب حضور گردشگران در طول سال» موجب شده که مردم به کارآفرینی گردشگری چندان رغبتی نداشته باشند؛ چرا که درآمد حاصل از کسب و کارهای این چنینی تنها به ایام خاصی از سال (نظیر تابستان و عید نوروز) محدود می‌شود و سایر اوقات درآمد چندانی عاید کارآفرینان این حوزه نمی‌شود. در واقع، «فصلی بودن جاذبه‌های گردشگری» نیز مزید بر علت است و حضور گردشگران را در فصول بارانی و سرد (پاییز و زمستان) در منطقه کاهش می‌دهد.

موانع آموزشی: از نگاه افراد مورد مطالعه، یکی از موانعی که توسعه کارآفرینی گردشگری را در شهرستان مرودشت با مشکل مواجه نموده است، «عدم آموزش مردم محلی در زمینه نحوه برخورد با گردشگران و روش‌های جذب آنان» است. در واقع، «کمبود نیروهای متخصص و آموزش دیده در زمینه‌های مرتبط با کارآفرینی و گردشگری» و همچنین، «عدم آشنایی مردم محلی با مزایا و منافع کارآفرینی گردشگری» موجب شده مردم محلی آن‌چنان که باید و شاید به دنبال راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری نباشند.

در ادامه با توجه به قابلیت نرم‌افزار NVivo در ترسیم روابط میان طبقات مختلف استخراج شده از مصاحبه‌های میدانی، موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت به صورت شماتیک ترسیم گردید (شکل ۱).



شکل ۱- موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر، ضمن شناسایی مهم‌ترین موانع کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت، با ارائه پیشنهادهای کاربردی، شرایطی را ترسیم می‌کند که می‌تواند توسعه کارآفرینی گردشگری را در منطقه مزبور رقم بزند. در این راستا، نتایج حاکی از آن بود که موانع سیاسی- دولتی، موانع زیرساختی، موانع تبلیغی- ترویجی، موانع ارزشی- فرهنگی، موانع طبیعی و موانع آموزشی از عمده‌ترین موانع

توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت به شمار می‌روند. در این میان، موانع سیاسی- دولتی که باقری‌فرد و همکاران (۲۰۱۳) نیز در پژوهش خود به آن اشاره نموده‌اند، یکی از موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت به شمار می‌رود. به‌منظور حل این مانع اساسی و کلیدی به دولتمردان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توصیه می‌شود، ضمن تخصیص بودجه کافی برای رونق و توسعه گردشگری در شهرستان مرودشت، برنامه بلند مدت، مدون و شفاف برای توسعه گردشگری و کارآفرینی گردشگری در منطقه طراحی و تدوین نمایند. همچنین، به دولتمردان، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توصیه می‌شود ضمن تشویق افراد محلی و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه (از طریق در نظر گرفتن معافیت‌های مالیاتی، اعطای وام‌های بلند مدت با سود اندک و...)، بستری را فراهم نمایند تا افرادی که به این عرصه وارد می‌شوند با کم‌ترین قوانین دست و پاگیر اداری در راستای راه‌اندازی کسب و کارهای خود مواجه شوند.

نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن بود که مشکلات مربوط به زیرساخت‌های موجود در شهرستان مرودشت، از دیگر موانعی است که توسعه کارآفرینی گردشگری را در این منطقه با چالش مواجه نموده است. در تأیید یافته‌های این پژوهش، پاپزن و همکاران (۱۳۹۱)، باقری‌فرد و همکاران (۲۰۱۳)، مارکلی (۲۰۰۲) و فراهانی و منوچهری (۱۳۹۴) نیز در مطالعات خود به ضعف زیرساخت‌ها به‌عنوان یکی از موانع توسعه کارآفرینی گردشگری اشاره نموده‌اند. برای حذف و یا کاهش مانع مذکور، به شهرداری شهرستان مرودشت توصیه می‌شود ضمن زیباسازی ورودی شهر، به ارتقای کمیت و کیفیت ناوگان حمل و نقل عمومی، سرویس‌های بهداشتی و پارکینگ‌های عمومی توجه ویژه‌ای مبذول نماید. همچنین، به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی نیز توصیه می‌شود با سرمایه‌گذاری در احداث هتل‌ها، رستوران‌ها و مکان‌هایی برای اسکان موقت و کوتاه مدت مسافران و گردشگران، ضمن اطمینان از توسعه و بازگشت سرمایه خود، اشتغالزایی در شهرستان مرودشت را به ارمغان آورند. نتایج پژوهش نشان داد از نگاه افراد مورد مطالعه، موانع تبلیغی- ترویجی از دیگر مواردی است که توسعه کارآفرینی گردشگری را در شهرستان مرودشت با مشکل مواجه نموده است. یافته‌های مطالعات رضایی و اسدپاسکی (۱۳۹۴)، پاپزن و همکاران (۱۳۹۱) و فراهانی و منوچهری (۱۳۹۴) نیز با نتایج این بخش از مطالعه حاضر هم‌سویی و تطابق دارد. در واقع، تبلیغات و اطلاع‌رسانی نامناسب و اندک در خصوص جاذبه‌های توریستی منطقه مانعی برای رشد گردشگری و به تبع کارآفرینی گردشگری به

شمار می‌رود. بنابراین، به سازمان میراث فرهنگی شهرستان مرودشت توصیه می‌شود ضمن تهیه و توزیع بروشورها، پلاکاردها، نقشه‌های گردشگری و... خدمات مربوط به راهنمایی و مشاوره را به گردشگران حاضر در منطقه ارائه نمایند.

علی‌رغم آن‌که جاذبه‌های فرهنگی می‌تواند توجه بسیاری از گردشگران را به یک منطقه به خصوص جلب کند، اما نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن بود که در شهرستان مرودشت بی‌توجهی به موارد ارزشی و فرهنگی یکی از موانع توسعه کارآفرینی گردشگری در این منطقه به‌شمار می‌رود. رضایی و اسدپاسکی (۱۳۹۴) و پاپ‌زن و همکاران (۱۳۹۱) نیز در پژوهش‌های خویش به یافته‌هایی مشابه نتایج این مطالعه دست یافتند. در این راستا و به‌منظور رفع مشکل مذکور، به سازمان میراث فرهنگی و شهرداری شهرستان مرودشت توصیه می‌شود نسبت به راه‌اندازی بازارچه‌هایی برای عرضه محصولات فرهنگی، صنایع دستی، غذاها و خوراکی‌های محلی اقدام نمایند.

همچنین، نظر به این‌که موانع طبیعی نظیر فصلی بودن جاذبه‌های گردشگری و توزیع نامناسب حضور گردشگران در طول سال از نگاه افراد مورد مطالعه از مواردی بود که انگیزه افراد محلی را برای راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در بخش گردشگری کاهش می‌داد، به سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان توصیه می‌شود با در نظر گرفتن مشوق‌هایی برای جلب مشارکت سرمایه‌گذاران نسبت به احداث پارک‌های مصنوعی و جاذبه‌های غیرطبیعی نظیر تله‌کابین، باغ‌وحش و... بستری را برای توسعه کارآفرینی گردشگری در شهرستان مرودشت فراهم نمایند. در این راستا، رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) نیز در مطالعات خود عوامل محیطی و طبیعی را در توسعه کارآفرینی گردشگری مؤثر دانسته‌اند.

نتایج پژوهش حاضر نشان داد که موانع آموزشی، از دیگر موانعی است که توسعه کارآفرینی گردشگری را در شهرستان مرودشت با مشکل مواجه نموده است. نتایج مطالعات بسیاری از پژوهشگران نیز مهر تأییدی بر این مدعاست. به‌عنوان مثال، پاپ‌زن و همکاران (۱۳۹۱)، عدم درک صحیح روستائیان از گردشگری روستایی را یکی از موانع توسعه گردشگری برشمرده‌اند. آگبی و همکاران (۲۰۱۳) نیز مهم‌ترین راهبرد توسعه کارآفرینی را توسعه مهارت‌های حرفه‌ای افراد دانسته‌اند. فیروزی و همکاران (۱۳۹۲) و فراهانی و منوچهری (۱۳۹۴) نیز هر یک در نتایج مطالعات خویش به موانع آموزشی به‌عنوان یکی از چالش‌های فرا روی توسعه کارآفرینی گردشگری اشاره نموده‌اند. بنابراین، به سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای، سازمان جهاد کشاورزی و سازمان میراث فرهنگی توصیه

می‌شود با برگزاری دوره‌های مختلف آموزشی نسبت به آموزش مردم محلی در زمینه نحوه برخورد با گردشگران و روش‌های جذب آنان، راه‌اندازی کسب و کارهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری و آموزش مهارت‌های ایده‌پردازی و کارآفرینی اهتمام ورزند.

تشکر و قدردانی

این مقاله با تصویب و حمایت مالی حوزه معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت اجرا گردیده و بدین وسیله مراتب تقدیر و تشکر خود را از حمایت‌های این دانشگاه اعلام می‌داریم.

فهرست منابع

۱. احمدی، م. ۱۳۹۲. بررسی قابلیت‌ها و تنگناهای گردشگری شهری مورد پژوهی: مرودشت. اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط‌زیست پایدار، انجمن ارزیابان محیط‌زیست هگمتانه.
۲. پاپ‌زن، ع.، قبادی، پ.، زرافشانی، ک.، گراوندی، ش. ۱۳۹۱. واکاوی محدودیت‌ها و مشکلات توریسم روستایی با استفاده از تئوری بنیانی موردشناسی: روستای چرمه‌علیا. جغرافیا و آمایش شهری - منطقه‌ای، ۲ (۵): ۸۹-۱۰۴.
۳. تقدیسی، ا.، وارثی، ح.ر.، احمدیان، م.، عسگری، ح. ۱۳۹۴. شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان جیرفت). پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۴ (۱): ۱-۱۴.
۴. رضائی، ر.، اسدپاسکی، ا. ۱۳۹۴. تحلیل مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین (مورد مطالعه: روستای گازرخان). تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران، ۴۶ (۲): ۲۸۴-۲۷۷.
۵. سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان فارس. ۱۳۹۲. آخرین وضعیت گردشگری و اماکن تفریحی شهرستان مرودشت. مرودشت، استان فارس.
۶. فراهانی، ح.، منوچهری، س. ۱۳۹۴. شناسایی موانع و مشکلات توسعه گردشگری در نواحی روستایی هدف گردشگری غرب شهرستان مریوان. پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی، ۴ (۱): ۱۷۲-۱۶۱.

۷. فیروزی، م.ع.، گودرزی، م.، زارعی، ر. ۱۳۹۲. بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی؛ روستای خارستان شهرستان بهبهان). نشریه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۳ (۱۲): ۸۴-۶۵.
۸. مهدوی، م.، قدیری معصوم، م.، قهرمانی، ن. ۱۳۸۷. اثرات گردشگری بر توسعه روستایی با نظرسنجی از روستائیان دره کن و سولقان. فصلنامه روستا و توسعه، ۱۱ (۲): ۶۰-۳۹.
۹. هزار جریبی، ج. ۱۳۸۴. کارآفرینی. نشر پژوهشکده امور اقتصادی. تهران.
۱۰. حیدری، و. (۱۳۹۴). نقش سرمایه اجتماعی در تقویت کارآفرینی در مناطق روستایی؛ مطالعه موردی: استان اردبیل. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۶ (۲): ۱۷۸-۱۶۵.
11. Andereck, K.L., and Vogt, C.A. 2000. The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(3): 27- 36.
12. Bagherifard, S.M., Jalali, M., Jalali, F., Khalili, P., and Sharifi, S. 2013. Tourism entrepreneurship challenges and opportunities in Mazandaran. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 3(4): 842-846.
13. Byrd, E., Bosley, H., and Dronberger, M. 2009. Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(4): 693- 703.
14. Chambers, J., and Shaw, S.E. 2004. A primer on western Canadian entrepreneurship. Western Centre for Economic Research, available at: <https://era.library.ualberta.ca/files/ks65hd72s/AnnualReport2004.pdf> (retrieved April 2004)
15. Egbe, O., Grace, E., and Ihuoma, H. 2013. Relationship between Counseling and entrepreneurship development skills of Nigerian final year undergraduates. *Social and Behavioral Sciences*, 3(84): 120-127.
16. Hutchisona, A.J., Johnstonb, L.H., and Breckona, J.D. 2010. Using QSR-NVivo facilitate the development of a drounded theory project: an account of a worked example. *International Journal of Social Research Methodology*, 13(4): 283-302.
17. Kondracki, Nancy, L., Wellman, Nancy, S., and Amundson, Daniel, R. 2002. Content analysis: review of methods and their applications in nutrition education. *Journal of Nutrition Education and Behavior*, 34(4): 224-230.
18. Reeder, R.J., and Brown, D.M. 2005. Recreation, tourism and rural wellbeing. United States department of agriculture economic research report, available at: <http://www.ers.usda.gov/publications/err7> (Retrieved July 2007)



Gorgan University of Agricultural
Sciences and Natural Resources

Journal of Entrepreneurship in Agriculture Vol. 3 (3), 2016
<http://jead.gau.ac.ir>

Identifying Tourism Entrepreneurship Development Constraints: Case Study in Marvdasht Township

***A. Rezaei¹, K. Zarafshani², N. Shiri³ and M. Khoshmaram³**

¹Assistant Prof., Dept., of Psychology, Marvdash Branch, Islamic Azad University, Marvdash, Iran, ²Associate Prof., Dept., of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, ³Ph.D. Candidate, Dept., of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah, Iran

Received: 16/10/2016 ; Accepted: 03/11/2016

Abstract

The development of tourism industry in general and entrepreneurship tourism calls for identifying the constraints in this industry. Policymakers in tourism industry in Marvdasht Township need to be aware of constraints inhibiting the development of tourism industry as well as tourism entrepreneurship. This study sought to investigate constraints in developing and expanding tourism and tourism entrepreneurship in Marvdasht Township. Using qualitative paradigm, purposeful and network sampling was used to collect data from experts in entrepreneurship and tourism. Theoretical sampling was reached after seven interviews with experts. Content analysis was used to analyze deep individual interviews using NviVo₈ Software. Results revealed that major constraints inhibiting tourism entrepreneurship development include: political, infrastructural, advertising, cultural, natural and educational. Result of this study has implications for policymakers in tourism entrepreneurship and private investors.

Keywords: Tourism, Employment, Tourism Entrepreneurship, NviVo Software

*Corresponding author: rezaei.azar@yahoo.com