



Research Paper

The Local Community Perception of The Facilities and the Obstacles Facing the Formation of Network Spatial Organization in Tourism with Regard to Rural Entrepreneurship Development Case Study: Mohammad Abad-Zarrin Gol Area (Aliabad Katoul City)

Dr. Farhad Azizpour^{1*}, Dr. Rahmatollah MonshIzadeh², Hajar Mazidi³, Dr. Bijan Rahmani²

¹ Associate Professor of Geography and Rural Planning, Department of Human Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

² Associate Professor of Geography and Rural Planning, Department of Human Geography, Faculty of Earth Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran

³ PhD Student in Rural Geography and Planning, Department of Human Geography, Faculty of Earth Sciences, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran



10.22080/jtpd.2021.18920.3300

Received:

May 28, 2020

Accepted:

February 8, 2021

Available online:

March 18, 2021

Abstract

In tourism industry, making the tourists satisfied requires a careful analysis of facilities and services and their proper (qualified) management. Therefore, it is important to consider the facilities and services and their spatial establishment in tourism destinations with an efficient spatial organization. The role taking of tourism service centers, as a space for the establishment and regulation of this type of services in the spatial organization of areas, plays an important role in supplying the well-being and comfort of tourists and their economic development. Therefore, the existence of spatial planning with the aim of spatial organization of tourism destinations according to the present tourism facilities and services can play a significant role in tourism entrepreneurship development in the level of areas. The present research attempts to study the facilities and obstacles facing the formation of network spatial organization as one of the key factors affecting the development of rural entrepreneurship (in the field of tourism) in the tourism area of Mohammad Abad-Zarrin Gol in Aliabad Katoul city. This research has been performed in the framework of constructive-interpretive paradigm, qualitative methodology and the approach of contextual theory. The participants of the study are the experts from state offices and organizations as well as rural experts living in Mohammad Abad-Zarrin Gol area. Among them, 29 people participated in the research using theoretical sampling. The techniques and tools for data collection were semi-structured interview technique and semi-structured interview checklist, respectively. Open, central and selective codings were also used for data analysis. Based on the findings, the study concluded that the polar spatial organization of Mohammad Abad-Zarrin Gol area (Aliabad Katoul city) (with the dominant role of two urban points of Fazel Abad and Aliabad) has not been able to move towards a network pattern by changing the structures and functions because of the factors such as mountain

Keywords:

Spatial Organization, Spatial Flows, Tourism, Rural Entrepreneurship, Spatial Planning, Mohammad Abad- Zarrin Gol Area.

* **Corresponding Author:** Dr. Farhad Azizpour

Address: Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran

Email: azizpour@khu.ac.ir

Tel: +98912-513-5385



topographical structure, urban centrality, the weakness of services and access to it, the unilateral relations within and outside the area, the weakness of supply chain and tourism value, and the weakness of labor market. Of course, this area includes the facilities and capacities such as tourism attractions, the relative development of local investment, the expansion of the use of advertising and marketing tools, institutional support that the planning system can rely on and modify the determined obstacles to form the network spatial organization in order to provide the basis for the development of rural entrepreneurship in the field of tourism. Also, the study emphasizes that network spatial organization is not merely influenced by environmental and physical-spatial structures. Rather, socio-economic factors (especially economic ones) are important. Therefore, considering the space concept as a purely spatial phenomenon requires change.

Extended Abstract

1. Introduction

It is so essential to consider the facilities and services, and its spatial establishment in efficient spatial organization. The role taking of tourism service centers, as a space for establishment and regulation of this type of services in the regions' spatial organization, plays an important role in supplying the tourists' well-being and comfort, and their economic development. In this regard, it will not be possible the rural tourism facilities and services based on entrepreneurship without the existence of the spatial organization of tourism destinations as one of the effective factors on the sustainability and development of tourism destinations. Therefore, the presence of spatial planning with the aim of spatial organizing the tourism destinations according to the present tourism facilities and services can play a significant role in developing tourism entrepreneurship in the level of Mohammad Abad-Zarrin Gol area (Aliabad Katoul city).

2. Methodology and Materials

The study has been performed in the framework of constructive-interpretive

paradigm, qualitative methodology and the approach of contextual theory. The participants of the study included the experts of state offices and organizations as well as the rural experts in Mohammad Abad-Zarrin Gol area. 29 people were selected among them using theoretical sampling. The techniques and tools of data collection were semi-structured interview and semi-structured interview checklist. They were applied open, central and selective coding for data analysis. In open coding, concepts were extracted, and in central coding, the categories. In the selective coding stage, nuclear (or selective) category was extracted. By coding the data, 10 central categories and one nuclear (or selective) category were extracted. Among central categories, four categories were abstracted as opportunities and six categories as the obstacles facing the network formation of spatial organization of the tourism area.

3. Findings and Discussion

In the study, 10 central categories and one nuclear (or selective) category were extracted by coding the data. Based on the local community perception of the facilities and the obstacles facing the formation of network spatial organization in tourism areas with regard to rural



entrepreneurship development, among the central categories, four categories (the existence of tourism attractions, relative development of local investment, the expansion of the use of advertising and marketing tools, the presence of institutional support) were abstracted as opportunities and six categories (mountain topographical structure, the weakness of services and access to it, unilateral relation within and outside the region, urban centrality, the weakness of supply chain and tourism value, the weakness of labor market) as the obstacles facing the network formation of spatial organization of the tourism area (Mohammad Abad-Zarrin Gol).

4. Conclusion

The spatial organization of each area evolves through the dynamics of its residential network; although, the process of the formation of spatial organization of residential network is influenced by a set of social, economic, political, cultural and physical variables. In the framework of the study of spatial organization in Mohammad Abad-Zarrin Gol tourism area (Aliabad Katoul city), it was concluded that the whole network spatial organization for entrepreneurship development in tourism activity is not only affected by environmental and physical-spatial structures, but also by socio-economic factors, especially economic ones. Therefore, considering the space as a purely spatial phenomenon needs to change. This change of perspective can provide the basis of the optimal development of space.

ادارک جامعه محلی از امکانات و موانع شکل پذیری سازمان فضایی شبکه ای درنواحی گردشگری در راستای توسعه کارآفرینی روستایی. مورد مطالعه: ناحیه محمد آباد - زرین گل (شهرستان علی ابادکتول)

دکتر فرهاد عزیزپور^{۱*}، دکتر رحمت اله منشی زاده^۲، هاجر مزیدی^۳، دکتر بیژن رحمانی^۲

^۱ دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم جغرافیایی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران
^۲ دانشیار جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهیدبهشتی، تهران، ایران
^۳ دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، گروه جغرافیای انسانی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهیدبهشتی، تهران، ایران



10.22080/jtpd.2021.18920.3300

چکیده

در صنعت گردشگری، ایجاد رضایت گردشگران، نیازمند تحلیل دقیق امکانات و خدمات و اداره ی مناسب (با کیفیت) آن است. بنابراین، توجه به امکانات و خدمات و استقرار فضایی آن در مقصدهای گردشگری با سازمان فضایی کارآمد از اهمیت برخوردار است. بنابراین، نقش پذیری مراکز خدمات گردشگری، به عنوان فضایی برای استقرار و انتظام خدمات گردشگری در سازمان فضایی نواحی روستایی (به عنوان مقاصد گردشگری)، در تأمین رفاه و آسایش گردشگران و توسعه ی اقتصادی مقصدهای گردشگری می تواند نقش مهمی را ایفا کند. بنابراین، وجود برنامه ریزی فضایی با هدف سازمان یابی فضایی مقصدهای گردشگری با توجه به امکانات و خدمات گردشگری از وضعیت موجود می تواند نقش به سزایی در توسعه ی کارآفرینی گردشگری در سطح نواحی ایفا کند. پژوهش حاضر، می کوشد تا به بررسی امکانات و موانع شکل پذیری سازمان فضایی شبکه ای یکی از کلیدی ترین عوامل موثر بر توسعه ی کارآفرینی روستایی (در زمینه ی گردشگری) را در ناحیه ی گردشگری محمدآباد- زرین گل شهرستان علی آباد کتول بپردازد. این پژوهش، در چارچوب پارادایم برساختی- تفسیری، روش شناسی کیفی و رویکرد نظریه ی زمینه ای، انجام شده است. مشارکت کنندگان تحقیق، خبرگان ادارات و سازمان های دولتی و همچنین خبرگان روستایی ساکن در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل هستند. از بین آنها، با استفاده از نمونه گیری نظری، ۲۹ نفر در تحقیق مشارکت داشتند. فنون و ابزار گردآوری اطلاعات به ترتیب فن مصاحبه نیمه ساختارمند و چک لیست مصاحبه نیمه ساختارمند بود. برای تجزیه و تحلیل نیز از کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد. مبتنی بر یافته ها، این تحقیق به این نتایج رسید که سازمان فضایی قطبی ناحیه ی محمدآباد- زرین گل (شهرستان علی آبادکتول) (با نقش غالب دو نقطه ی شهری فاضل آباد و علی آباد) متأثر از عواملی همچون؛ ساختار توپوگرافیکی کوهستانی، مرکزیت شهری، ضعف خدمات و دسترسی به آن، روابط یک سویه درون و برون منطقه ای، ضعف وجود زنجیره ی تامین و ارزش گردشگری و ضعف بازارکار نتوانسته با تغییر در ساختارها و کارکردها به سمت الگویی شبکه ای حرکت کند. البته این ناحیه دارای امکانات و ظرفیت هایی چون وجود جاذبه

تاریخ دریافت:

۸ خرداد ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش:

۲۰ بهمن ۱۳۹۹

قابل دائلود از تاریخ:

۲۸ اسفند ۱۳۹۹

کلیدواژه ها:

الگوی فضایی شبکه ای، توسعه ی نواحی گردشگری، ناحیه ی محمدآباد- زرین گل.

* نویسنده مسئول: دکتر فرهاد عزیزپور

آدرس: دانشکده علوم جغرافیایی دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران ایمیل: azizpour@khu.ac.ir

تلفن: ۰۹۱۲۵۱۳۵۳۸۵



های گردشگری، توسعه‌ی نسبی سرمایه‌گذاری محلی، گسترش استفاده از ابزارهای تبلیغات و بازاریابی، پشتیبانی نهادی است که نظام برنامه ریزی می‌تواند با اتکا به آنها و تعدیل موانع بیان شده، سازمان فضایی شبکه‌ای را شکل دهد تا بسترهای توسعه‌ی کارآفرینی روستایی در زمینه گردشگری را فراهم سازد. همچنین این پژوهش بر این نکته تأکید دارد که سازمان یابی فضایی شبکه‌ای، صرفاً متأثر از ساختارهای محیطی و کالبدی-فضایی نیست؛ بلکه عوامل اجتماعی - اقتصادی (به ویژه اقتصادی) از اهمیت برخوردار است. از این رو، نگاه به مفهوم فضا به عنوان یک پدیده‌ی صرفاً مکانی نیازمند تغییر است.

۱ مقدمه

بستری مناسب تری را برای توسعه‌ی این فعالیت فراهم می‌نماید. در الگوی فضایی شبکه‌ای با اصولی چون هم افزایی، مرکزیت جریانی، جریان‌های دوسویه و مکمل و پیوندهای فراقلمرویی فضایی را شکل می‌دهد (افراخته، همکاران، ۱۳۹۵: ۳۸) که در آن کسب و کارهای کوچک گردشگری می‌توانند با خوشه‌ای شدن و شبکه‌ای شدن فضایی بستر مناسب تری را برای توسعه و بقا دارا شوند. تحقق این رویکرد برای توسعه‌ی گردشگری با هدف توسعه‌ی کارآفرینی روستایی با عوامل پیش برنده و بازدارنده‌ی رو به رو هستند. این عوامل برخی ماهیت ساختاری و برخی ماهیت کارکردی دارند.

از مناطقی که در سال‌های اخیر در آن گردشگری روستایی، در حال گسترش است، ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل (شهرستان علی‌آبادکتول) است. ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل شهرستان علی‌آبادکتول دارای جاذبه‌های متعدد و متنوعی است، وجود منابع و پتانسیل‌های طبیعی، تاریخی، فرهنگی، نزدیکی به مراکز شهری و راه‌های اصلی، وجود کارگاه‌های صنایع دستی موجود در روستاها، وجود محصولات کشاورزی، و نیز مراکز جمعیتی و همچنین گسترش خانه‌های دوم گردشگری که در فصول مختلف سال قابلیت‌ها و جاذبه‌های زیادی برای جذب گردشگران را دارا است، سبب شده که این ناحیه به عنوان یکی از مهمترین نواحی گردشگری روستایی در کشور دارای اهمیت زیادی شود. این درحالی است که نارسایی‌های موجود در نظم فضایی سکونت‌گاه‌های روستایی ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل از جمله؛ عدم توازن و ضعف وجود رابطه‌ی تعاملی میان نواحی و مقاصد گردشگری، توزیع نامتعادل زیرساخت‌های توسعه‌ی گردشگری، سازمان فضایی شهر-منا، ناکافی بودن منابع تولیدی در جهت اشتغال، و به‌طور کلی کم‌توجهی و نادیده گرفتن ظرفیت‌ها

امروزه بسیاری از نواحی روستایی در سطح جهانی، به ویژه در کشورهای در حال توسعه، در حال تجربه کردن مشکلات ناشی از رکود، ایستایی و کساد اقتصادی هستند (هیلینگ و گرهارد، ۲۰۰۲: ۲). که از جمله دلایل آن کاستی در تنوع اقتصادی، نبود نگاه کارآفرینی و همانند آن است. در نتیجه، هر روز مناطق روستایی با چالش افزایش فاصله‌ی توسعه‌ی این شهر و روستا (در زمینه‌های کمبود منابع انسان ساخت، بیکاری، درآمد کم، بهره‌وری پایین، فقر، افزایش مهاجرت روستایی، سرفت‌های زیست محیطی و ... مواجه هستند (هزارجریبی، ۱۳۸۴: ۱۴۸).

در این ارتباط، تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستاها بر اساس توان‌ها و ظرفیت‌های موجود می‌تواند سبب تقویت و توسعه‌ی اقتصادی آن‌ها شود. در این زمینه، تقویت کارآفرینی و گردشگری و ایجاد بستر مناسب برای توسعه‌ی آن از ابزار پیشرفت و توسعه‌ی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می‌آید؛ زیرا یک فعالیت با رویکرد کارآفرینانه به توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و محیطی (از جمله؛ ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، رقابت‌پذیری و حفظ محیط زیست) منجر می‌شود (ورنول ۲۰۰۲: ۴). در این ارتباط، توجه به کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه‌ی پایدار روستایی گردد (پاسبان، ۱۳۸۳: ۲۸۶).

برای نقش‌پذیری گردشگری روستایی با هدف کارآفرینی ضروری است با رویکردی فضایی به آن نگریست. در این ارتباط، از گذشته تا به امروز تحول پارادایمی از رویکردی مبتنی بر اندازه‌ی سکونت‌گاه‌ها در ساختاری سلسله‌مراتبی به رویکردی جریان‌مبنی بر شبکه‌ای اتفاق افتاده است. در این بین، رویکرد شبکه‌ای

۲ مبانی نظری

یکی از اساسی‌ترین تئوری‌های مکانی جهت تبیین ساختار و کارکرد فضایی فعالیت‌های اقتصادی، پژوهش با ارزش فن‌تون (۱۸۵۰ - ۱۷۸۳) است، وی معتقد است شهر با دشت بزرگی احاطه می‌شود که حاصلخیزی یکنواختی دارد. این شهر محدودی روستایی خود را از نظر کالا و خدمات تامین می‌کند و برای عرضه‌ی مازاد تولیدات کشاورزی نواحی روستایی، بازار فراهم می‌سازد (شکویی، ۱۳۷۵: ۲۷۷). یکی دیگر از تئوری‌های اساسی که مبنای علمی بسیاری از تحلیل‌های فضایی، مکانی و روابط بین سیستم سکونت‌گاهی مورد توجه قرار گرفت، نظریه‌ی مکان‌های مرکزی و التکرکریستالر (۱۹۳۳) است. این نظریه بر روابط یک طرفه عمودی بین مکان‌های مرکزی با الگوی سلسله‌مراتبی تاکید زیادی دارد. به عبارت دیگر؛ روابط افقی بین سکونت‌گاه‌ها معنی ندارد؛ زیرا همه‌ی آنها (مکانهای مرکزی) کالاها و خدمات مشابهی تولید می‌کنند (میجرز، ۲۰۰۷). نظریه‌ی مکان مرکزی کریستالر در ادامه، توسط پژوهشگرانی همچون؛ پرو (۱۹۵۴) و هیرشمن (۱۹۵۸) گسترش داده شد و نظریه‌هایی جدیدی در قالب رویکرد سلسله‌مراتبی فضا (شامل؛ قطب رشد، رشد نامتوازن) مطرح شد. در حقیقت در این پارادایم، صفات و ویژگی‌های منتسب به گره‌ها (همچون اندازه و جمعیت، ...) ملاک درجه بندی و مرتبه آنها در ساختار فضایی منطقه و سرزمین قرار گرفت (داداش پور و همکاران، ۱۳۹۳). با چنین نگرشی جان فریدمن (۱۹۶۶) در جهت تصحیح کم و کاستی‌های نظریه قطب رشد را بیان نمود (پاپلی یزی، سناجردی، ۱۳۸۹: ۲۰۷). و برای درک ساختار فضایی مناطق و پیش‌بینی تغییرات، تحولات و روند توسعه، (هیلهورست، ۱۳۷۰: ۲۶ - ۲۷). نظریه‌ی مرکز - پیرامون را بر اساس تحقیقات خود در امریکای جنوبی (ونزوئلا و شیلی) مطرح کرد (صرافی، ۱۳۷۹: ۱۱۹). او با دوری از نگرش‌های صرفاً اقتصادی (و عمدتاً بر قطب رشد)، بر نوعی نظریه‌ی یکپارچگی منطقه‌ای تاکید داشت (سعیدی، ۱۳۹۲: ۱۹). در اواسط دهه‌ی (۱۹۷۰ م) جان فریدمن و مایک داگلاس (۱۹۷۵) ایده‌ی متضاد خود را در زمینه‌ی توسعه‌ی روستا - شهری با نام توسعه‌ی آگروپلیتن، به عنوان بدیلی برای رویکردهای غالب برنامه‌ریزی منطقه‌ای در آن زمان، مطرح ساختند. در ادامه، دنیس راندینلی برای افزودن ابعاد مکانی و فضایی به

وتوانایی‌های موجود در نواحی روستایی باعث شده مسائل پایداری و توسعه‌ی اجتماعی-اقتصادی نواحی روستایی در منطقه مورد مطالعه واقع شده اندرا با مشکل مواجه کنند. این درحالی است که در صنعت گردشگری، ایجاد رضایت گردشگران، نیازمند تحلیل دقیق امکانات و خدمات و اداره‌ی مناسب (با کیفیت) آن است. بنابراین، توجه به امکانات، خدمات (به عنوان مهمترین کسب و کارهای گردشگری) و استقرار فضایی آن در مقصدهای گردشگری با سازمان فضایی کارآمد از اهمیت برخوردار است. و نقش‌پذیری این مراکز (خدمات گردشگری)، به عنوان فضایی برای استقرار و انتظام این نوع از خدمات در سازمان فضایی نواحی، در تأمین رفاه و آسایش گردشگران و توسعه‌ی اقتصادی آنها نقش مهمی ایفا می‌کنند.

بنابراین وجود برنامه ریزی فضایی با هدف سازمان‌یابی فضایی مقصدهای گردشگری با توجه به امکانات و خدمات گردشگری از وضعیت موجود می‌تواند نقش به‌سزایی در توسعه‌ی گردشگری (با هدف بسترسازی برای توسعه‌ی کارآفرینی) در سطح ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل (شهرستان علی‌آباد کتول) داشته باشد. در این راستا، الگوی فضایی شبکه‌ای (در چارچوب سازمانیابی فضایی) با خصایصش می‌تواند بستری مناسبی را برای توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری فراهم سازد. این در حالی است که برای شکل‌گیری این الگو، الزامات خاصی لازم است. در این ارتباط اگرچه از بعد نظری الزاماتی تعریف شده است، ولی شرایط خاص نواحی الزامات خاص خودش را می‌طلبد. برای دستیابی به این الزامات خاص، فهم خبرگان ساکن و متخصصان ناحیه در این میان می‌تواند، چارچوب مفهومی- عملی مناسب‌تری را برای تحقق این الگو فراهم سازد.

از این رو، برای درک عمیق‌تر کشف امکانات و محدودیت‌های شکل‌گیری الگوی فضایی شبکه‌ای سوال زیر مطرح شده است:

- جامعه‌ی محلی از امکانات و موانعی که در شکل‌پذیری سازمان فضایی شبکه‌ای ناحیه‌ی گردشگری مورد مطالعه - برای توسعه‌ی کارآفرینی روستایی- موثرند؛ چه درکی دارند؟ و چگونه آنرا تفسیر و ارزیابی می‌نمایند؟

برنامه ریزی های منطقه‌ای و فضایی- به عنوان مکمل دیگر انواع برنامه ریزی منطقه ای و نه جایگزین آنها رویکرد کارکردهای شهری در توسعه ی روستایی را مطرح ساخت(راندنیل، ۱۹۸۴: ۱۰-۴۸).

کاماگنی و سالون در زمره ی اولین پژوهشگرانی بودند که در پاسخ به کاستی های پارادایم سلسله مراتب اندازه ی مبنا، به ارائه ی رویکردی جدید برای توضیح واقعیات فضایی اهتمام ورزیدند(کاماگنی و سالون، ۱۹۹۳). آنها اظهار داشتند که اگر فرم سلسله مراتب شهری، توسط اثر متقابل بین نیروهایی مانند؛ صرفه های ناشی از مقیاس، حداقل اندازه ی تولید کارآمد، تراکم تقاضا و اندازه ی بازار از پیش مشخص شده آن گونه که در مورد مدل کریستالر مطرح است، به همان اندازه نیروهای تولیدی دیگر، که در مقیاس اقتصاد خرد و مقیاس محلی بنگاه ها، عاملیت دارد، می تواند به عنوان نیرو های پیش برنده ی پارادایم جدید «شبکه» در نظر گرفته شود. کاپینری و کامن (۱۹۹۸) از جمله پژوهشگرانی بودند که پیدایش و ظهور شبکه های شهری را با مفاهیم اقتصادی مرتبط دانسته و شبکه ها را به دو نوع کانونی و تار عنکبوتی دسته بندی کردند. کاپلو (۲۰۰۰) شبکه شهری را اساساً شامل سه عنصر شبکه، صرفه های خارجی ناشی از شبکه ای شدن و همکاری دانست. پس از او، میجرز متأثر از دستاوردهای کاپینری و کامن نشان داد که شهرها به واسطه ی تفاوت در نقش های اقتصادی، دارای روابطی مکمل و به واسطه ی سازماندهی منطقه ای ظرفیت ها یا چارچوب ها دارای روابط هم افزایی و همیاری هستند؛ به طوری که در شبکه های کانونی، هم افزایی افقی و در شبکه های تار عنکبوتی، هم افزایی عمودی قابل دستیابی است(داداش پورهمکار، ۱۳۹۵: ۴). در کنار این نظریه ها، پارادایم شبکه ای نگاهی متفاوت به مقوله ی جریان های فضایی و سازمان فضایی دارد. از منظر این پارادایم، سکونت گاه ها مانند شبکه به هم متصل هستند؛ زیرا جریان های فضایی، بین روستاها و شهرها، یک نظام شبکه ای در ناحیه، ایجاد می کنند که حاصل کنش های متقابل سکونت گاه های است(کاستلز، ۱۳۸۴: ۵۴۴). که نظام وابستگی ها و پیوند های ارتباطی داخلی و خارجی روستاها و شهرها را با یکدیگر نشان می دهد. (Klapka et al, ۲۰۱۰, ۵۴) مایک داگلاس(۱۹۹۸) رویکرد را هبرد شبکه ی منطقه ای را معرفی کرد. رویکردی که رشد و توسعه ی هماهنگ را از طریق روابط مکمل و

پیوندهای سازمان یافته ی روستایی- شهری در سطح مناطق توصیه می کند. در سالهای (۱۹۳۴-۱۷۷۶)، نظریه ی رشد اقتصادی مطرح شد. آدام اسمیت در نظریه ی رشد اقتصادی خود بر سه عامل؛ کار، زمین و سرمایه تاکید دارد، الگوی (رشد) توسعه ی آدام اسمیت بر اثرباشت سرمایه ای که منابع صنعت ایجاد می کند، به حرکت درمی آید (محمدزاده اصل، ۱۳۸۱: ۷۳). اقتصاددانانی چون؛ مالتوس و دیویدریکاردو دیدگاه های خود را بر "انباشت سرمایه"، باروری خاک و نوآوری های کارا نیاز بیان می کنند. این درحالی بود که "جان استوارت میل" نظریه ی رشد خود را بر اساس عواملی چون زمین، نیروی کار و سرمایه و میزان بازدهی آن ها و عوامل تاثیرگذاری بر توانایی تک تک آن ها مورد بحث و بررسی قرار می دهد. کارل مارکس، در عین حال مازاد سرمایه داری را سرچشمه ی انباشت و انگیزه ی اصلی رشد می دانست(قره باغیان، ۱۳۷۴: ۲). جوزف شومپیتر (۱۹۳۴) نگرش درونی به نظریه ی رشد می اندازد و با تاکید بر نوآوری و اختراع آن ها را از عوامل اصلی رشد اقتصادی به شماری آورد(قره باغیان، ۱۳۷۴: ۵). در سال (۱۹۵۶) مدل رشد نئو کلاسیک(رشد برون زا سولو) که یک مدل پایه برای تحلیل رشد اقتصادی است توسط سولو مطرح گردید. در سال (۱۹۹۰)، تئوریهای رشد جدید(رشد درونزا- رومرو لوکاس) که بر ایده های جدید از سوی بخش خصوصی ایجاد، منتشر و به کار گرفته شد. این نظریه در نهایت نقش سیاست گذاری عمومی در تشویق رفتار نوآورانه بخش خصوصی، توجه بسیاری را در نظریات رشد به خود جلب نمود، و این امر باعث ایجاد بازار رقابتی و غیر رقابتی را به وجود آورد. هاگراستراند در سال(۱۹۵۳) تئوری جغرافیایی نوآوری را مطرح نمود، به نظر وی نوآوری نتیجه فرآیندهای یادگیری و آموزش و یا ارتباطات است. در سال(۱۹۹۰) مایکل پورتر نظریه ی خوشه صنعتی را به عنوان نظریه ای در زمینه های تازه یادگیری و نوآوری شرکت ها و شکل گیری بازرگانی جدید، مطرح نمود، نظریه ی او بر آن است که کشورها نه در صنایع جدا از هم؛ بلکه در خوشه هایی از صنایع پیوسته به هم از راه روابط افقی و عمودی موفق می شوند. در راستای نظریه ی پورتر در سال(۱۹۹۱) کروگمن تئوری جغرافیای اقتصادی جدید را مطرح نمود؛ نظریه ی اقتصاد جدید، به توضیح چگونگی تجارت بین کشورهای صنعتی و سطح توسعه یافتگی مشابه می پردازد و به این جهت بر صرفه های ناشی از مقیاس، تفاوت در تولید و رقابت غیر کامل تاکید می کند.

اقتصادی- اجتماعی جهان (جهانی شدن، فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه ی فعالیت‌های اقتصادی انعطاف پذیرتر)، باعث گسترش تحقیقات برای دستیابی به روش‌هایی در راستای پیشبرد سیستم های سازمانی و برنامه ریزی شده اند. افزایش علاقه و مطالعات پژوهشی در زمینه ی شبکه، نظریه ی همکاری و مشارکت بیانگر حساس شدن دانشگاهیان نسبت به این موضوع است.

تعداد زیادی از دانشگاهیان و دست‌اندرکاران به اهمیت طراحی محیط درون و برون سازمانی به سازمان‌هایی سودآور، دارای کارایی و اثربخشی بر انگیزه ی کارکنان (و در نتیجه بهره‌وری) حساس شده‌اند. به‌عنوان نتیجه جهانی‌شدن، پیوندهای افقی و عمودی و باز کردن مرزهای جهانی، رقابت در بخش گردشگری را به طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش داده است. از این روی، تجارت و کسب و کار با افزایش آگاهی برای کارآمد ساختن عملیات همراه است. کارآفرینان می‌دانند که به منظور رقابت در سطح جهانی، می‌بایست پیوند های محکمی با محیط های محلی پیرامونی در جهت بهره‌وری بیشتر، کاهش هزینه ها، ترکیب مواد اولیه و استخدام منابع انسانی مناسب‌تر داشته باشند. به عبارت دیگر، افزایش رقابت در سطح جهانی مستلزم کارآمدی و تأثیرگذاری محلی بیشتر کسب و کارها است. محیط سازمانی برای موفقیت آن بسیار مهم است؛ زیرا وابستگی های درونی حاکم بر سازمان بر درک آن ها تأثیر اساسی دارد. افراد یک گروه، در بخش های درون سازمانی، همگی بر یکدیگر تأثیر دارند. حتی افرادی که به‌صورت مستقل کار می‌کنند، در کار خود به طور معمول به دیگران برای فراهم کردن اطلاعات و منابع جهت تکمیل کارهای خود نیاز دارند. روابط بین سازمان و محیط آن قدر مهم است که بعضی از نظریه‌پردازان معتقدند که وابستگی‌های درونی متقابل و تعاملات زیرمجموعه آن بین افراد و گروه‌ها، اساس سازمان‌ها را تشکیل می‌دهند. (Tjosvold, ۱۹۸۶: ۵۱۷)

همین روابط شبکه ای است که به صنعت گردشگری امکان می‌دهد تا محصول خود را ارائه دهد و بر مشکلات ناشی از پراکندگی غالب آید. به هر حال این بحث مطرح است که صنعت گردشگری زمینه ی مطلوبی را برای مطالعه شبکه ها فراهم می‌کند. در واقع گردشگری به عنوان سیستمی تعریف شده که در آن وابستگی های درونی ضروری بوده و همکاری در بین موسسات و سازمان

در این تئوری، بازده های فزاینده، محرکی برای تخصصی شدن و تجارت بین کشورها بر اساس مزیت نسبی مطرح می‌شود. آثار تجمع شهرنشینی، هزینه های حمل و نقل و صرفه های ناشی از مقیاس و تخصصی شدن بخشی از عوامل موثر بر رقابت پذیری مطرح در این تئوری هستند. (کروگمن، ۲۰۱۰).

۲٫۱ ادبیات موضوع

گردشگری در مناطق روستایی اغلب به صورت کسب و کارهای کوچک یا متوسط (SMES) است که اغلب آن‌ها در قالب کسب و کار خانوادگی هستند. این نوع از کسب و کارها در اقتصاد کشورها و به ویژه در رشد و توسعه ی مقصدهای گردشگری نقش مهمی بازی می‌کنند که این امر ناشی از عدم توانایی آن‌ها در ایجاد مشاغل جدید، تحریک رقابت و اثرات چندگانه می‌باشد. جهانی شدن فشار فرآیندهای را بر این نوع از کسب و کارهای گردشگری داشته است که برای تشکیل یک مقصد خاص و توزیع گسترده ی محصولات خود با مشکل مواجه اند. مقصدها سنتی گردشگری نیز با رقابت شدیدی مواجه اند. طبق نظر چندین نویسنده (Inskeep, ۱۹۹۱; Mill & Morrison, ۱۹۹۲; Murphy, ۱۹۸۵)، سیاست های گردشگری باید با توجه به ویژگی های اجتماعی، اقتصادی و فیزیکی مقصدها انتخاب شوند. در واقع بر اساس همین ویژگی های بعضاً مخصوص مقصدها است که خوشه ها، محصولات و اشکال دیگری از گردشگری را در مقصدها ایجاد می‌کنند.

از سوی دیگر، جهانی شدن نیز می‌تواند به عنوان فرصتی برای بهره مندی از بازار آزاد جهانی تلقی شود. مقصدهای گردشگری برای مقابله با تهدید های رقابت جهانی و توسعه ی موقعیت استراتژیک، باید شکل گیری شبکه های گردشگری را تشویق کرده و به ایجاد شبکه ها و مشارکت قوی در بین کارگزاران بخش خصوصی به ویژه بین بخش خصوصی و دولتی اقدام کنند.

در واقع پارادایم های جدیدی که در زمینه ی گردشگری ارائه شده، بیانگر این است که کارایی و اثر بخشی برنامه ریزی گردشگری نه تنها ناشی از پیشرفت نظری و عملی برنامه ریزی گردشگری است؛ بلکه نتیجه توسعه ی چارچوب سازمانی نیز می‌باشد که در آن تصمیمات برنامه ریزی و اجرا می‌شوند (Costa, ۲۰۰۱: ۴۳۶). تغییرات



آسیب‌رسانی به محیط کمک می‌کند. (Lordkipanidze, ۲۰۰۲: ۵۰)

در واقع، توسعه‌ی کارآفرینی تنها استراتژی موفق جهت تحقق توسعه‌ی اقتصادی روستایی نیست؛ اما نسبت به سایر راهبرد ها و استراتژی‌ها دلیل استفاده از فرصت‌های موجود مناسب‌تر است. تجارب کشورهای توسعه‌یافته نشان می‌دهد که کارآفرینان با ارائه‌ی روش‌ها و نوآوری‌ها و همچنین خلاقیت خود توانسته‌اند، حرکت عظیمی به‌طورکمی و کیفی در شتاب اقتصادی آن‌ها ایجاد کنند؛ زیرا این گروه با شناسایی و ایجاد فرصت‌ها که بیانگر موقعیتی مطلوب درآیند و قابل دسترس است (Barringer and Ireland, ۲۰۰۶) و یا فرصت‌ها به عنوان نیاز بازار که به‌طور کامل تعریف نشده و یا منابع ظرفیت‌هایی است که در ایجاد اشتغال به‌طور کامل مورد شناسایی قرار نگرفته است. (Koen et al, ۲۰۰۵:۱)

بنابراین، اهمیت تعامل بهره‌وران متنوع در مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری از مشروعیت رو به رشدی برخوردار است. این امر به افزایش توجه مشارکت‌کنندگانی منجر شده که مجموعه‌ای از سرمایه‌ها را گرد هم آورده تا سیاست‌های گردشگری را توسعه دهند و در برخی موارد نیز اجرا کنند. دلیل اصلی افزایش گرایش به مشارکت در توسعه‌ی گردشگری، اعتقاد به این مسئله است که سازمان‌ها و نواحی مقصدگردشگری می‌توانند از طریق کنار هم قرار دادن دانش، تجارب، سرمایه و سایر منابع بهره‌وران به مزیت رقابتی دست یابند (Kotler et al., ۱۹۹۳, p. ۲). (cited in Bramwell & Lane, ۲۰۰۰, p. ۲)

با توجه به این دیدگاه در سال‌های اخیر، پژوهش‌هایی در زمینه‌ی نقش شبکه‌های گردشگری مبتنی بر کارآفرینی در توسعه‌ی مناطق روستایی مبتنی بر رویکرد زمینه‌ای پرداخته شده است که خلاصه‌ای از مسائل، اهداف و دستاوردهای پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است.

های مختلف تولیدکننده محصولات گردشگری، مهم می‌باشد. گردشگری از نظر جغرافیایی اغلب در مناطق دور افتاده که بازارهای هدف فاصله دارند، واقع شده و بیشتر نیز شامل کسب و کارهای مستقل و کوچک با گردش مالی پایین در محیط کاری نه‌چندان منظم است. در چنین شرایطی بقاء و دوام تازه‌واردان بستگی به اقدام‌های جمعی آن‌ها دارد. به همین دلیل پیدایش ساختارهای شبکه‌ای از خواسته‌های جمعی از فعالان بخش گردشگری است. بنابراین از آنجاکه تعداد نسبتاً زیادی از کسب و کارهای کوچک با منابع محدود به‌ویژه در مناطق روستایی نمی‌توانند در انزوای مسیر توسعه‌ی پایدار را دنبال کنند، داشتن رویکرد شبکه‌ای نسبت به پایداری در صنعتی مانند گردشگری بسیار ضروری است (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱-۱۲).

به عبارت دیگر، کارآفرینی مبتنی بر استفاده از منابع طبیعی به‌ویژه توریسم ابزاری برای حل و فصل مسائل و چالش‌های داخلی جوامع روستایی بوده و راهی برای حفاظت از سرمایه‌های روستایی و همچنین نیروی محرکه‌ی مهمی در انباشت سرمایه‌ی روستایی به‌شمار می‌آید (Meccheri and Pelloni, ۲۰۰۶)؛ زیرا فعالیت‌های مرتبط با گردشگری در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصاد روستایی توانایی بالایی در تنوع بخشی به اقتصاد روستایی و افزایش جذب سرمایه‌های کوچک دارد، که براساس تجارب کشورهای در حال توسعه، پیامد آن در مناطق روستایی دارای جاذبه‌های گردشگری را در قالب توسعه‌ی فعالیت‌های زیرساختی توسط دولت و به تبع آن شتاب بخشیدن به توسعه‌ی اشتغال و درآمد جایگزین و ارتقای سطح رفاه و استاندارد‌های زندگی است (Dinis, ۲۰۱۱:۱) و با تقویت فرهنگ و هویت محلی، تنوع بخشی به فعالیت‌های اقتصادی در زمینه‌های کشاورزی، صنعت و خدمات روستایی به حفظ جمعیت روستایی با کمترین

جدول ۱ بررسی سوابق تحقیق

عنوان تحقیق	نویسنده و سال انتشار	نتایج تحقیق
ارزیابی توسعه ی پایدارگردشگری درمناطق روستایی حاشیه ی کلان شهرتهران (مورد مطالعه:روستای آهار)	رضوانی وهمکاران(۱۳۹۵)	نتایج تحقیق نشان دادگردشگری در روستای آهار در هر سه بُعد اقتصادی و اجتماعی، فرهنگی وزیست‌محیطی پایداری لازم را نداشت؛ به‌طوری‌که ارتباط و تعادلی بین ابعاد سه‌گانه توسعه ی پایدار گردشگری در روستای بررسی‌شده یافت نشد. به‌نظر می‌رسد ناپایداری فعالیت‌های گردشگری در روستای مطالعه‌شده به این علل باشد: ضعف ساختاری، نبود درک صحیح بهره‌وران از توسعه ی پایدار، فقدان آموزش‌های لازم، موانع قانونی بسیار و برقرارنکردن تعادل بهینه بین منافع بهره‌وران.
آسیب‌شناسی توسعه کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان	شریف زاده وهمکاران(۱۳۹۳)	نتایج تحقیق نشان داد که مسائل عمده ی توسعه ی کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی شامل؛ مساعدنبودن محیط کسب‌وکار در مناطق روستایی؛ توسعه‌نیافتگی بازار؛ گذار و شکاف بین‌نسلی در انتقال ارزش‌ها، مهارت‌ها و فرهنگ کسب‌وکارهای خانوادگی روستایی؛ نبود پشتیبانی رسمی نهادمند؛ ناکارآمدی مدیریت تولید و کارکردهای کسب‌وکار؛ و فشارهای اجتماعی نیزمی باشد
شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال وبختیاری با استفاده ازتکنیک تئوری بنیانی	کرمی دهکردی وهمکار(۱۳۹۰)	نتایج تحقیق نشان داداین استان با مشکلات زیرساختی، بازاریابی، بهداشت سلامت، کم‌رنگ شدن جاذبه های فرهنگی، عدم درک صحیح ازگردشگری، فقدان انگیزه درمسئولان محلی، تعصبات قومی- قبیله ای، فقدان برنامه ریزی وهمچنین پژوهش ونظارت، مشکلات مربوط به منابع انسانی، مشکلات گردشگری ومقوله ی دولت ومشکلات مربوط به صنایع دستی همراه است.
عوامل مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی روستایی (موردمطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان	حسینی نیا وهمکار(۱۳۹۶)	نتایج تحقیق نشان دادکه، عوامل مؤثر بر توسعه ی کارآفرینی روستایی در سطح شهرستان منوجان را در قالب این‌تُه مقوله اصلی طبقه‌بندی کرد: عوامل فردی، فرهنگی‌اجتماعی، زیرساختی، طبیعی و بوم‌شناختی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی. افزون‌براین، سازوکار تعاملی ایشان را منطبق‌بر الگوی ساختارگرایی نظریه داده‌بنیان، ذیل شش مؤلفه نظری منعکس کرد.
شبکه کسب وکارهای کوچک گردشگری وتوسعه مقصدها	تاینسلی وهمکار (۲۰۰۱)	شبکه ی کسب وکارهای کوچک گردشگری وسهم آن درتوسعه ی مقصددرمحیط های روستایی است که درنهایت به نقش آن درتوسعه ی مقصدهای پردازد.
کارآفرینی، گردشگری و توسعه ی منطقه ای درمناطق روستایی مورد مطالعه : دوروستا درجنوب فرانسه	پائول دانا وهمکاران(۲۰۱۴)	نتایج تحقیق نشان دادمناطق روستایی با داشتن پتانسیلهای فراوان درزمینه ی گردشگری می تواند به عنوان یک فرصت مناسب برای کارآفرینی باشد.
کارآفرینی درگردشگری وتوسعه ی منطقه ای مورد مطالعه : نیوزلند	آتلجیویس(۲۰۰۹)	نتایج تحقیق نشان داد که شناسایی معیارهای مهم عامل مؤثربرای تعامل بین بخش های خصوصی ودولتی سبب می شود که مالکان کسب وکارهای کوچک با چالش های پیش روی خود به طورآگاهانه روبه رو شوند وآنها را به صورت منطقی حل نمایند.
تجزیه و تحلیل توسعه ی استراتژی های بازاریابی توسط کسب و کارهای گردشگری روستایی مورد مطالعه: جنوب غرب ایرلند	دارراق(۲۰۱۴)	نتایج تحقیق نشان دادکه زمینه های کسب و کارهای کوچک گردشگری روستایی در غرب ایرلند، با چالش هایی مواجه هست واین نیازمند بهبود وتقویت می باشد.

منبع: تحقیقات اسنادی نگارندگان



۳ روش تحقیق

کدگذاری باز^۲، محوری^۳ و گزینشی^۴ استفاده شد. در مرحله ی کدگذاری باز مفاهیم و در مرحله ی کدگذاری محوری مقولات استخراج شدند. این مقولات بر اساس پیوستار و منطق معنایی در قالب خط داستان با یکدیگر در ارتباط قرار گرفتند و در نهایت، در مرحله کدگذاری گزینشی به استخراج مقوله هسته ای (یا گزینشی) منتهی شد. با کد گذاری، ۲۹ مفهوم، ۱۰ مقوله ی محوری و یک مقوله هسته ای (یا گزینشی) استخراج شد. از بین مقوله های محوری، ۴ مقوله به عنوان فرصت و ۶ مقوله به عنوان موانع شکل گیری شبکه ای شدن سازمان فضایی ناحیه ی گردشگری انتزاع یافتند.

این تحقیق در چارچوب پارادایم برساختی-تفسیری، روش شناسی کیفی و رویکرد نظریه ی زمینه ای^۱، انجام شده است. مشارکت کنندگان تحقیق، خبرگان ادارات و سازمان های دولتی، خبرگان روستایی ساکن و افراد فعال در گردشگری در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل بودند. از بین آنها، با استفاده از نمونه گیری نظری، ۲۹ نفر در تحقیق مشارکت داشتند (جدول ۲). فنون و ابزار گردآوری اطلاعات به ترتیب فن مصاحبه نیمه ساختارمند و چک لیست مصاحبه نیمه ساختارمند بود. برای تجزیه و تحلیل نیز از

جدول ۲ مشخصات مشارکت کنندگان در مصاحبه های فردی

ردیف	مشارکت کننده	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل یا پست سازمانی	سازمان
۱	کدا	زن	۳۵	کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی	کارشناس نظارت بر دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری اداره ی کل میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری استان گلستان	اداره کل میراث فرهنگی و صنایع دستی استان گلستان
۲	کد۲	مرد	۳۸	کارشناسی مدیریت جهانگردی	رئیس اداره ی میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری شهرگران	اداره ی میراث فرهنگی و صنایع دستی شهرگران
۳	کد۳	مرد	۳۷	کارشناسی مدیریت جهانگردی	کارشناس گردشگری اداره ی میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری شهرگران	اداره ی میراث فرهنگی و صنایع دستی شهرگران
۴	کد۴	مرد	۴۳	دکتری مدیریت استراتژیک	رئیس شورای های شهر شهرستان علی آبادکتول	شهرداری علی آبادکتول
۵	کد۵	مرد	۳۷	کارشناسی ارشد مدیریت دولتی	معاون فرماندار شهرستان علی آبادکتول	فرمانداری شهرستان علی آبادکتول
۶	کد۶	مرد	۳۷	کارشناسی	کارشناس خدمات فنی بنیادمسکن	اداره ی بنیادمسکن شهرستان علی آبادکتول
۷	کد۷	مرد	۴۷	دکتری کسب و کار	مسئول حوزه ی ریاست و روابط عمومی	سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان گلستان
۸	کد۸	مرد	۳۲	کارشناسی	آزاد (فعال گردشگری)	دفاتر خدمات مسافرتی- NGO ها
۹	کد۹	مرد	۳۰	دیپلم	آزاد (فعال گردشگری)	دفاتر خدمات مسافرتی- NGO ها
۱۰	کد۱۰	مرد	۳۶	کارشناسی ارشد	کارشناس بخش سرمایه گذاری گردشگری میراث فرهنگی شهر علی آباد- دهیار روستای ماهیان	اداره ی میراث فرهنگی و صنایع دستی شهرستان علی آبادکتول- بخشدار بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول

³ Axial Coding

⁴ Selective Coding

¹ Grounded Theory

² Open Coding

ردیف	مشارکت کننده	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل یا پست سازمانی	سازمان
۱۱	کد ۱۱	مرد	۳۰	کارشناسی	دبیر آموزش و پرورش-و دهیار روستای زرین گل	اداره ی آموزش و پرورش شهرستان علی آبادکتول- بخشدار ی بخش مرکزی شهرستان علی آبادکتول
۱۲	کد ۱۲	مرد	۲۷	کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری	دهیار روستای شیرین آباد	بخشدار ی بخش مرکزی شهرستان علی آبادکتول
۱۳	کد ۱۳	مرد	۳۹	کارشناسی	دهیار روستای میان رستاق	بخشدار ی بخش مرکزی شهرستان علی آبادکتول
۱۴	کد ۱۴	مرد	۴۰	کارشناسی	دهیار روستای سیاه رودبار	بخشدار ی بخش مرکزی شهرستان علی آبادکتول
۱۵	کد ۱۵	مرد	۴۸	کارشناسی	شورای روستای ریگ چشمه	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۱۶	کد ۱۶	مرد	۴۱	کارشناسی	دهیار روستای الستان	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۱۷	کد ۱۷	مرد	۴۸	دیپلم	کارمند بازنشسته ی سپاه استان گلستان- و شورای روستای سیاه مرکز کوه	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۱۸	کد ۱۸	مرد	۵۲	کارشناسی	دبیر بازنشسته ی آموزش و پرورش- و شورای روستای وسیعسر	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۱۹	کد ۱۹	مرد	۳۷	کارشناسی	دهیار روستای افراخته	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۲۰	کد ۲۰	مرد	۵۹	دیپلم	شورای روستای غریب آباد	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۲۱	کد ۲۱	مرد	۴۸	دیپلم	دهیار روستای چینو	بخشدار ی بخش مرکزی شهرستان علی آبادکتول
۲۲	کد ۲۲	مرد	۳۹	دیپلم	دهیار روستای خاک پیرزن	بخشدار ی بخش مرکزی شهرستان علی آبادکتول
۲۳	کد ۲۳	مرد	۶۴	فوق دیپلم	دبیر بازنشسته آموزش و پرورش- و شورای روستای طاویر	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۲۴	کد ۲۴	مرد	۴۲	دیپلم	شورای روستای چلی علیا	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۲۵	کد ۲۵	مرد	۳۷	دیپلم	شورای روستای چلی سفلی	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۲۶	کد ۲۶	مرد	۳۲	دیپلم	شورای روستای خولین دره	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۲۷	کد ۲۷	مرد	۳۱	کارشناسی	مهندس پروژه های ساختمانی- و شورای روستای نرسو	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول
۲۸	کد ۲۸	مرد	۳۷	کارشناسی	شورای روستای گنو	بخشدار ی بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول

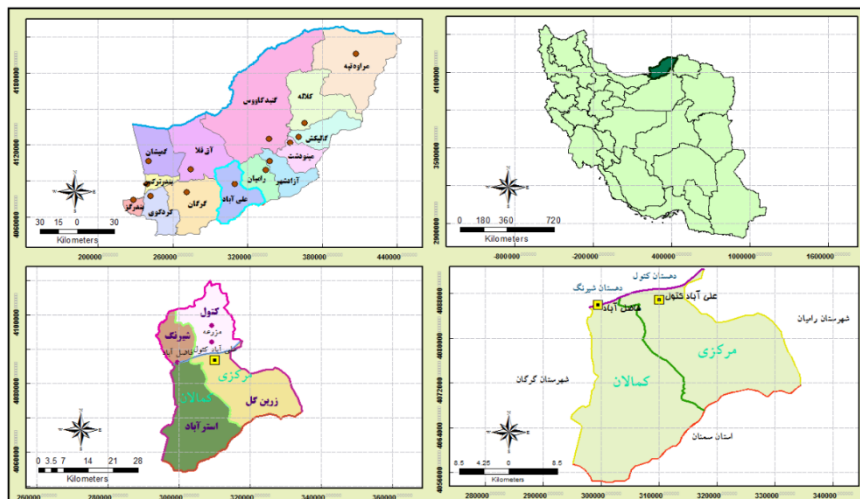
ردیف	مشارکت کننده	جنسیت	سن	تحصیلات	شغل یا پست سازمانی	سازمان
۲۹	۲۹ کد	مرد	۵۲	دیپلم	شورای روستای چه جا	بخشداری بخش کمالان شهرستان علی آبادکتول

منبع: مطالعات میدانی، ۱۳۹۸-۱۳۹۷

۳/۱ قلمرو جغرافیایی مورد مطالعه

ناحیه ی محمدآباد- زرین گل (به عنوان بخشی از شهرستان علی آبادکتول) در ۵۴ درجه و ۴۶ دقیقه و ۲۰ ثانیه و ۵۴ درجه و ۵۷ دقیقه و ۲۰ ثانیه طول شرقی تا ۳۶ درجه و ۵۲ دقیقه و ۳۲ ثانیه و ۳۶ درجه و ۵۲ دقیقه و ۰۸ ثانیه عرض شمالی قرار دارد، ارتفاع این ناحیه ی تقریبی بین ۳۰۰ تا ۱۹۰۰ متر از سطح دریا است. ناحیه ی محمدآباد- زرین گل

از شمال به دهستان شیرنگ و دهستان کتول، از جنوب به استان سمنان، از شرق به شهر علی آباد و رامیان و از غرب به شهر فاضل آباد و شهرستان گرگان محدود شده است. این ناحیه از ۲۰ روستای کوهستانی تشکیل شده است که همگی به عنوان مقصدهای گردشگری روستایی شناخته شده اند. (مرکز آمار و اطلاعات فرمانداری شهرستان علی آبادکتول، ۱۳۹۶).



شکل ۱ موقعیت محدوده ی مورد مطالعه (منبع: مزیدی، ۱۳۹۹: ۱۹۰)

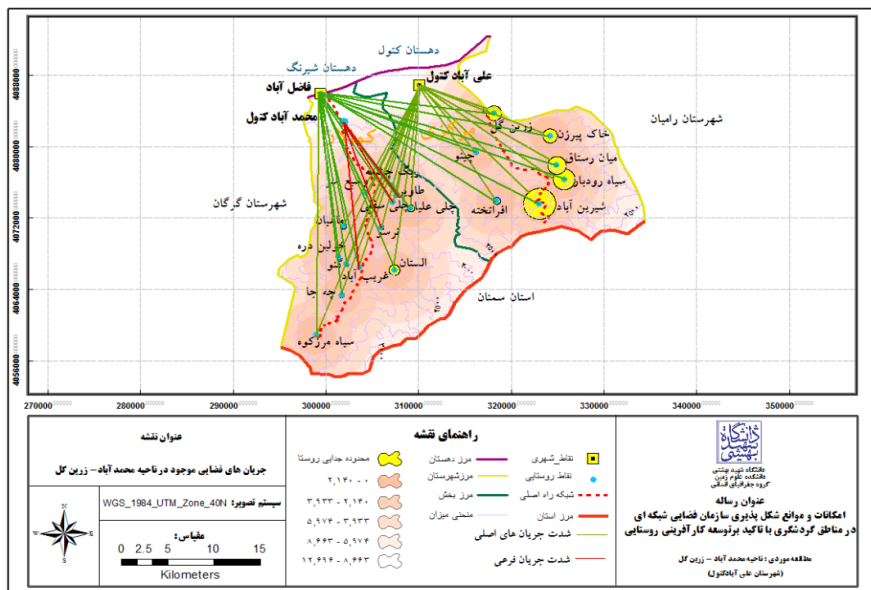
تعاملی میان نواحی و مقاصد گردشگری، توزیع نامتعادل زیرساخت های توسعه ی گردشگری، ناکافی بودن منابع تولیدی در جهت اشتغال، عدم تعادل و نابسامانی در عملکردهای فضایی مبتنی بر تعاملات فضایی مقصدهای گردشگری، مسائل پایداری و توسعه ی اجتماعی- اقتصادی روستاها با مشکلات بسیار زیادی روبه رو شده است.

امروزه به علت گسترش و تغییر در تعاملات فضایی (جریان مردم، سرمایه، خدمات، ...)، حرکت های روزانه و مهاجرت روستاییان از نواحی روستایی به سمت

در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل شهرستان علی آبادکتول، مهمترین عوامل سکونت گزینی (روستایی) وجود منابع آب سطحی (رودخانه های محمدآباد و زرین گل) و همچنین اراضی حاصلخیز کشاورزی در اطراف آن بوده است. تعدد، کوچک بودن، همجواری با یکدیگر، فعالیت مبتنی بر کشاورزی، دامداری، دامنه روابط عملکردی محدود باروستاها و زیاد با شهرهای علی آباد و فاضل آباد، و دسترسی به منابع آب و اراضی حاصلخیز، ویژگی های ساختاری و کارکردی روستاهای این ناحیه است. در سالهای اخیر به علت عدم توازن و ضعف وجود رابطه ی

بیشتری برخوردار شده است. ولی، هنوز ساختار جریان‌ها با نقش‌پذیری شهرها و روستاهای بزرگ به جای ماهیت دوسویه و مکمل، از ماهیتی یکسویه تبعیت نموده است. این ویژگی سبب شده تا پیوند بین سکونت‌گاهی شکل‌نگرفته بستر را برای قطبی شدن سازمان فضایی (با نقش غالب دو نقطه‌ی شهری فاضل آباد و علی آباد) فراهم سازد.

شهرهای (فاضل آباد و علی آباد) در حال افزایش است. در ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل تعاملات فضایی در سطح ناحیه بیشتر بر ساختارهای محیطی مبتنی بر فعالیت‌های بخش کشاورزی شکل گرفته است. ولی در دهه‌ی اخیر به علت تحول در بسترهای اجتماعی- اقتصادی و امکان محیطی، (چشم انداز طبیعی) مبتنی بر فعالیت‌های گردشگری، جریان‌های فضایی در ناحیه از تعدد و تنوع



شکل ۲. سازمان فضایی موجود در ناحیه محمدآباد- زرین گل
 منبع (مزیدی، ۱۳۹۹: ۲۴۱)

مشارکت کنندگان در میان گذاشته شد و اعتبار این یافته‌ها به روش کنترل عضو مورد تایید قرار گرفت. در ادامه محتوای مقولات اصلی و مقوله‌ی هسته (پدیده محوری) تشریح و مستندسازی شد. پس از شکل‌گیری مقولات هسته‌ای و بر مبنای ساختار نظریه‌ی بنیانی، خط سیر داستان موضوع تحقیق تحلیل شده است.

بنابراین و با توجه به فرآیند کدگذاری انجام گرفته، مبتنی بر پیوستار و منطق معنایی در قالب خط داستان مقوله‌ها در ارتباط با یکدیگر به شرح زیر ارزیابی و تفسیر شدند (جدول ۳).

۴ شرح و تفسیر نتایج

در این تحقیق داده‌های متنی و مصاحبه‌ای گردآوری شده، جهت استخراج مفاهیم اولیه کدگذاری باز شدند که حاصل، ۲۹ مقوله سطح یک بود. در مرحله‌ی بعد و کدگذاری محوری به استخراج مقوله‌ها و مضامین اصلی اقدام گردید. که نتیجه این مرحله، استخراج ۱۰ مقوله اصلی (محوری) بود. این مقولات در کدگذاری گزینشی با دو مضمون، شامل (امکان‌ات شکل‌گیری کارآفرینی گردشگری، موانع شکل‌گیری شبکه‌ای شدن کارآفرینی گردشگری) انتزاع یافتند. در نهایت، این مفاهیم و مقولات با برخی از



جدول ۳ مفاهیم، مقولات عمده، و مقوله ی محوری هسته استخراج شده از داده های کیفی

ردیف	مفاهیم	مقولات عمده	مقوله ی هسته
۱	- وجود جاذبه های طبیعی؛ - وجود جاذبه های تاریخی؛ - وجود جاذبه های مذهبی.	وجود جاذبه های گردشگری	امکانات شکل گیری کارآفرینی گردشگری
۲	- محوطه سازی واحداث کمپینگ در مسیر روستاهای گردشگری در ناحیه ؛ - ساخت واحداث اقامتگاه های بوم گردی؛ - ساخت ومرمت خانه های اجاره ای؛ - پرورش زنبور عسل، احداث استخر و پرورش ماهی قزل آلاوردک؛ - پرورش زنبور عسل، دامپروری، زراعت، باغداری، صنایع دستی.	توسعه ی نسبی سرمایه گذاری محلی	
۳	- کانال تلگرام؛ - سایت؛ - تبلیغات کاغذی (بروشور، کاتالوگ)؛ - چاپ کتاب در سطح ملی و بین المللی در زمینه بافت تاریخی روستاها.	گسترش استفاده از ابزارهای تبلیغات و بازاریابی	
۴	- اداره میراث فرهنگی و صنایع دستی و گردشگری	وجود پشتیبانی نهادی	
۱	- شیب زیاد؛ - ناهمواری زمین؛ - ارتفاع زیاد.	ساختار توپوگرافیکی کوهستانی	موانع شکل گیری شبکه ای شدن کارآفرینی گردشگری
۲	- ضعف خدمات زیرساختی و رفاهی؛ - ضعف دسترسی به خدمات.	ضعف خدمات و دسترسی به آن	
۳	- تفاوت نداشتن در زمینه ی ارتباطات فرهنگی روستاها با یکدیگر - در تضاد بودن در زمینه ی ارتباطات فرهنگی روستاها با شهرها از نظر (نوع لباس، گویش و . . .)، - مراجعه کردن جمعیت بیشتر روستاهای ناحیه به جهت تحصیل، کار به شهرها - ارتباط کمتر روستاها با روستاهای همجوار از نظر اقتصادی در زمینه فروش محصولات کشاورزی و باغی و . . . - فروش محصولات کشاورزی و باغی و . . . در شهرهای ناحیه؛ - فقدان امکان آموزش و بهداشتی و . . . در ناحیه و مراجعه به شهرهای ناحیه و درمقیاس وسیع تر مراجعه به مرکز استان؛	روابط یک سویه درون و برون منطقه ای	

ردیف	مفاهیم	مقولات عمده	مقوله ی هسته
	- فقدان ایستگاه مربوط به وسایل نقلیه برای خدمات رسانی به روستاها و گردشگران؛ - ضعیف بودن و یا فقدان زیرساختهای فناوری و اطلاعات و مخابراتی در روستاها و مراجعه ساکنان و گردشگران به شهرهای ناحیه .		
۴	- ضعف نقش پذیری روستاهای ناحیه؛ - نقش پذیری نسبی شهرهای ناحیه.	مرکزیت شهری	
۵	- نبود یک بلد محلی یا تولیدمحلی؛ - تشکیل انجمن ها و یا NGO ها متعدد که می تواند در زمینه تبلیغات و بازاریابی و بستن توره های گردشگری با دفاتر خدمات مسافرتی نقش به سزایی داشته باشند؛ - نداشتن یک محصول گردشگری در زمینه ی پتانسیلهای گردشگری، محصولات کشاورزی و باغی و صنایع دستی؛ - کمبود امکانات خدماتی- رفاهی در روستاهای گردشگری؛ - عدم شناسایی پتانسیلهای گردشگری؛ - نگاه یکسویه به گردشگری؛ - کاهش ضریب ماندگاری گردشگران.	ضعف وجود زنجیره تامین و ارزش گردشگری	
۶	- نیروی کار محلی متخصص؛ - فصلی بودن نیروی کار.	ضعف بازار کار	

منبع: مطالعات میدانی، ۱۳۹۸-۱۳۹۷

وجود منابع و پتانسیل های طبیعی (آبشار، چشمه، یخچال های طبیعی، غار، کوه)، تاریخی (حمام، قلعه، قبرستان و تپه های قدیمی)، مذهبی (امامزاده)، نزدیکی به مراکز شهری و راه های اصلی، وجود کارگاه های صنایع دستی موجود در روستاها، وجود محصولات کشاورزی، زمینه ساز جذب گردشگران شده است.

یکی از اهالی ناحیه می گوید:

» روستاهای ناحیه ی محمدآباد- زرین گل دارای جاذبه های گردشگری فراوانی به ویژه در زمینه جاذبه طبیعی نیز می باشد، و می توان این ناحیه را به عنوان بهشت اکو

۴٫۱ امکانات شکل گیری سازمان فضایی شبکه ای در ناحیه ی گردشگری مورد مطالعه

۴٫۱٫۱ وجود جاذبه های گردشگری

محیط به عنوان رکن اصلی جریان گردشگری در تیلور فضایی برای جذب گردشگر نقش مهمی ایفا می کند و ابزارهای متنوعی را در اختیار می نهد. از این رو، گردشگری و محیط (در ابعاد انسانی و طبیعی) به طور متقابل به هم وابسته اند (جوان و سقایی، ۱۳۸۴: ۸). ناحیه ی محمدآباد- زرین گل (شهرستان علی آبادکتول) از مهمترین و قویترین عنصر برخوردار است که همان جاذبه های مقصد می باشد.



احداث کمپینک در مسیر روستاهای مقصد گردشگری نیز است. که زمینه ساز جذب گردشگران شده است. یکی از کارشناسان.... تاکید دارد:

«... سرمایه گذاری در بخش گردشگری در ناحیه ی بسیار کم و در حد سرمایه گذاری های کوچک محلی است و در حد کلان فقط در حد احداث کمپینک و محوطه سازی اون هم فقط در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل صورت گرفته است. با توجه به پتانسیل های فراوان ناحیه که می تواند نقش مهمی در جذب گردشگرداشته باشد سرمایه گذاری در بخش امکانات و خدمات به طور نسبی است» (کد ۱۰).

یکی از فعالان گردشگری در ناحیه می گوید:

«... در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل با توجه به پتانسیل های فراوانی که برای جذب گردشگر وجود دارد، سرمایه گذاری در زمینه ی امکانات و خدمات برای توسعه ی گردشگری به طور نسبی وجود دارد و فقط در حد محوطه سازی و احداث کمپینک اون هم فقط در مسیر روستاهای گردشگری ناحیه هست که این مورد برای توسعه ی گردشگری در ابتدا مناسب ولی کافی نیست» (کد ۸).

توسعه ی نسبی سرمایه گذاری محلی، زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش های مکمل در آنها خواهد بود. ویژگی که، برخی از روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده اند.

۴،۱،۳ گسترش استفاده از ابزارهای تبلیغات و بازاریابی

تبلیغات و بازاریابی در صنعت گردشگری از جایگاه ویژه ای برخوردار است. تبلیغات به منظور ایجاد حداکثر تاثیر

توریسم شهرستان علی آباد لقب داد؛ به طوری که این ناحیه هرساله قابلیت جذب گردشگردر سطح ملی و حتی بین المللی را می تواند ایفا کنه « (کد ۱۲).

ویا یکی از کارشناسان تاکید دارد:

«... همه ی روستاهای مقصد گردشگری در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل از قابلیت و پتانسیل جاذبه های طبیعی، تاریخی، مذهبی و به ویژه جاذبه طبیعی برخوردار می باشند که در فصول مختلف سال قابلیت جذب گردشگران بسیار زیادی را دارند، به طوری که عامل جاذبه ها در ناحیه ی مورد مطالعه می تواند نقش مهمی برای جذب گردشگر به ویژه در سطح ملی و بین المللی محسوب بشه « (کد ۱).

وجود این جاذبه ها، زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش های مکمل در آنها خواهد بود. ویژگی که، برخی از روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده اند.

۴،۱،۲ توسعه ی نسبی سرمایه گذاری محلی

سرمایه گذاری در روستاهایی که دارای مکان های تفریحی و گردشگری متنوع هستند، موجب گسترش روابط بین بخشی و سایر فعالیت های اقتصادی می شود (تقوایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۹). سرمایه گذاری در روستاها اثراتی هم چون گسترش امنیت، رفاه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی را برای مردم منطقه در پی خواهد داشت که در نهایت موجب توسعه ی این مناطق خواهد شد. سرمایه گذاری در روستاهای ناحیه ی محمدآباد- زرین گل (شهرستان علی آبادکتول) در قالب پرورش زنبورعسل، پرورش ماهی قزل آلا و اردک، دامپروری، زراعت، باغداری، صنایع دستی و ساخت و مرمت خانه های اجاره ای و ساخت و احداث اقامتگاه های بوم گردی، محوطه سازی و

۱. شماره های ذکر شده در مقابل نقل قول ها، کد مشارکت کنندگان در پژوهش است (جدول ۱).

ویژه در سطح ملی و حتی بین‌المللی گردد، این امر زمینه ساز نقش‌پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش‌های مکمل در آنها خواهد بود. ویژگی که، برخی از روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده‌اند

۴/۱/۴ وجودپشتیبانی نهادی

عناصر نهادی و سازمانی با عنوان «پشتیبانی نهادی» است که بیشتر به قوانین و مدیریت به همراه چارچوب‌های حقوقی اشاره می‌کند. مدیریت می‌تواند قوانین و چارچوب‌های حقوقی را برای شکل‌گیری و توسعه‌ی گردشگری روستایی فراهم نماید. مدیریت در زمینه‌ی بهره‌وری گردشگری در نواحی روستایی در انطباق با یک نگرش سیستمی می‌تواند تعادل لازم را در عرضه و تقاضای گردشگری شکل داده و بستر مناسبی را برای گردشگری روستایی پایدار فراهم آورد (سقای و علیزاده، ۱۳۹۲: ۷). در ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل، ادارات بسیاری به عنوان پشتیبانی نهادی وجود دارد که در امر توسعه‌ی گردشگری دخیل هستند، ولی اداره‌ی میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به عنوان یک واحد پشتیبانی نهادی بیشترین نقش را در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری برعهده دارد.

یکی از اهالی ناحیه می‌گوید:

«... در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری اداره‌ی میراث فرهنگی نقش به‌سزایی دارد، به طوری که با دادن وام‌های کم‌بهره به ویژه در زمینه ساخت اقامتگاه‌های بوم‌گردی در روستاها زمینه اشتغال‌زایی افراد بومی روستا فراهم می‌شود و این مانع از مهاجرت روستائیان می‌شود» (کد ۱۴).

یکی از کارشناسان تاکید... دارد:

«... اداره‌ی میراث فرهنگی به عنوان یک نهاد پشتیبان کننده نقش بسیار مهمی در توسعه‌ی گردشگری دارد، به طوری که با دادن وام‌های کم‌بهره در زمینه‌ی گردشگری در روستاها زمینه‌ی اشتغال روستائیان رو فراهم می‌کند و این خودش

گذاری و تناسب با پیشرفت‌های فناورانه، شکل‌ها و صورت‌های جدیدی (سایت، کانال‌های اجتماعی، کاتولوگ، کتاب و...) یافته است. ابزارهای جدید ارتباطی در تبلیغات، دارای مزایای بسیاری است که سرمایه‌ی چند برابر اولیه را می‌تواند به ارمغان بیاورد. ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل (شهرستان علی‌آبادکتول) برای تبلیغات و بازاریابی از ابزارهای جدید ارتباطی مانند؛ کانال تلگرام، سایت‌های اینترنتی، تبلیغات کاغذی مانند؛ بروشور، کاتولوگ، چاپ کتاب در سطح ملی و بین‌المللی استفاده می‌کند. که این امر زمینه ساز جذب گردشگران در سطح ملی و حتی بین‌المللی شده است.

یکی از فعالان گردشگری در ناحیه می‌گوید:

«... همان‌طور که میدونید تبلیغات و بازاریابی حرف اول رو در توسعه‌ی هر کار و یا صنعتی می‌زنه، به خصوص گردشگری، ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل با توجه به پتانسیل‌های فراوان برای جذب گردشگر، از ابزارهای نوین ارتباطی مانند؛ اینترنت و تبلیغات کاغذی استفاده می‌کنه، و حتی در زمینه‌ی تبلیغات کاغذی تونسته به چاپ کتاب در حد بین‌المللی دست پیدا کنه که این می‌تونه به توسعه‌ی گردشگری ناحیه کمک شایانی کنه» (کد ۹).

یکی از اهالی ناحیه می‌گوید:

«... تبلیغات در زمینه‌ی شناسایی پتانسیل‌های فراوان گردشگری به منظور جذب گردشگر در ناحیه تا حدودی انجام شده، به طوری که این تبلیغات بیشتر از طریق سایت‌های اینترنتی و چاپ بروشورها و کاتولوگ‌ها و همچنین چاپ کتاب نیز اتفاق افتاده و این برای توسعه‌ی گردشگری ناحیه می‌تونه خیلی مهم و با رزش باشه» (کد ۱۳).

تبلیغات و بازاریابی، می‌تواند زمینه ساز توسعه‌ی گردشگری در مقصدهای گردشگری و جذب گردشگران به



یکی از کارشناسان تاکید دارد:

«... ساختار توپوگرافیکی کوهستانی در برخی از روستاهای ناحیه ی مورد مطالعه باعث شده، که گردشگر کمتری جذب بشه و شاید یکی از دلایلش مسیر دشواری است که به دلیل ارتفاع زیاد، شیب زمین و ناهمواری دسترسی به جاذبه های گردشگری به ویژه جاذبه های طبیعی رو مشکل می کنه ولی نمی تونه عامل اصلی و مهم توسعه ی گردشگری منطقه باشه» (کد ۱۰).

یکی از اهالی ناحیه می گوید:

«... ساختار توپوگرافیکی کوهستانی در برخی از روستاهای ناحیه ی مورد مطالعه به دلیل عواملی هم چون ارتفاع زیاد، شیب زمین و ناهمواری دسترسی گردشگران حتی مردم بومی روستاهای مقصدهای گردشگری را به جاذبه ها به ویژه جاذبه های طبیعی و گاهی مذهبی رو با مشکل روبه رو می کنه» (کد ۱۲).

ساختار توپوگرافیکی کوهستانی، زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش های مکمل در آنها نخواهد بود. ویژگی که، برخی از روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده اند.

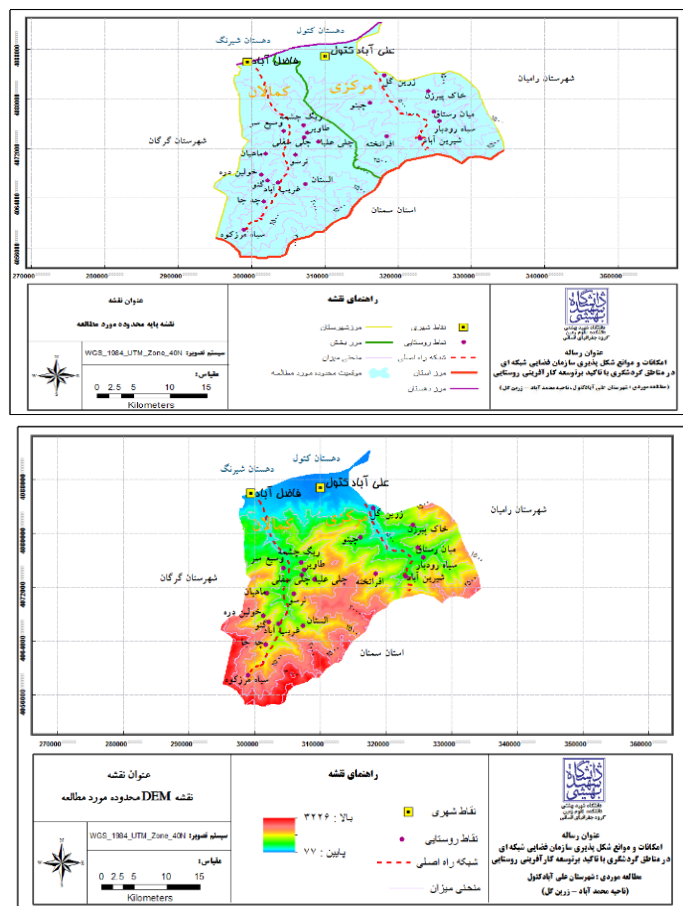
مانع از مهاجرت روستائیان و به ویژه جوانان به منظور بیکاری همیشه» (کد ۱۰).

عنصرپشتیبانی نهادی، می تواند بستر سازی مناسبی را برای توسعه ی گردشگری به ویژه در روستاها فراهم نماید که این زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش های مکمل در آنها را افزایش می دهد. ویژگی که، برخی از روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده اند.

۴،۲ موانع شکل گیری سازمان فضایی شبکه ای در ناحیه ی گردشگری مورد مطالعه

۴،۲،۱ ساختار توپوگرافیکی کوهستانی

گردشگری به عنوان يك هماهنگ کننده بین توسعه و حفاظت در کوهستان است. مردم، وجود منابع، حفاظت از مناطق کوهستانی از جمله نقاط قوت کوهستان است که توسعه ی آن از طریق گردشگری می تواند صورت بپذیرد. بهره برداری پایدار، حفاظت و عملکرد صحیح اکوسیستم کوهستان و بهره برداری تفرج گاهی از آن را امکان پذیر می کند. ساختار توپوگرافیکی کوهستانی در یک ناحیه به دلیل همجواری با انواع فعالیت ها به ویژه گردشگری، سکونت گاه های روستایی را تحت تاثیر قرار می دهد. در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل ساختار توپوگرافیکی کوهستانی به دلیل شیب زیاد، ناهمواری زمین و ارتفاع زیاد، گردشگری در برخی از روستاها را با مشکلات روبه رو کرده است. که این جذب گردشگران را تا حدودی با محدودیت روبه رو کرده است.



شکل ۳ طبقه بندی توپوگرافیکی ناحیه ی مورد مطالعه، منبع: سازمان نقشه برداری کشور، داده های رقومی با مقیاس (۱:۱۳۸۷، ۲۵۰۰۰)

۴،۲،۲ ضعف خدمات و دسترسی به آن

دسترسی مناسب به خدمات گردشگری، یکی از مهم ترین پارامترهایی است که نقش مهم و تعیین کننده ای در رفاه اجتماعی گردشگران و به طور کلی در عرصه ی حیات گردشگری دارد. باتوجه به اینکه دسترسی به خدمات، حلقه ی ارتباط میان دو عنصر (تقاضا گردشگران/عرضه) مراکز ارائه کننده است. خدمات گردشگری کارآ و مطلوب و توزیع بهینه و متناسب آن برای گردشگران و سایر استفاده کنندگان، به توازن و تعادل سایر کارکردهای گردشگری کمک شایان توجهی می کند؛ بنابراین توسعه ی فعالیت های گردشگری بدون خدمات گردشگری مناسب، امکان پذیر نخواهد شد؛ بی توجهی به این مهم، سبب ضعف خدمات و دسترسی به آن را در برمی گیرد که باعث جلوگیری از رونق گردشگری منطقه می شود در گردشگران نارضایتی به وجود می آورد (بهنام مرشدی، ۱۳۹۱). که علاوه بر ایجاد نارضایتی در گردشگران،

هزینه های مالی، روانی و حسی مانند؛ خستگی، ناراحتی و نگرانی نیز به آن ها تحمیل می شود (طالقانی و فتاحی، ۱۳۸۴: ۵۶ - ۶۳). در ناحیه ی محمد آباد- زرین گل به دلیل دسترسی نامناسب به خدمات و همچنین توزیع نامتعادل آن با ضعف خدمات و دسترسی به آن روبه رو هستند که این جذب گردشگران را تا حدودی با محدودیت روبه رو کرده است.

یکی از کارشناسان تاکید.... دارد:

«... متأسفانه یکی از دلایل ضعف خدمات و دسترسی به آن، توزیع نامتعادل زیر ساخت های گردشگری نیز می باشد؛ همه روستا های مقصد گردشگری ناحیه ی مورد مطالعه از نظر خدمات پذیرایی اقامتی، تجاری و... فاقد این گونه خدمات



عنصر جاذبه رادارند و خدمات گردشگری مانند؛ تسهیلات پذیرایی (هتل ها، مهمان پذیرها، رستوران ها و کافی شاپ ها) تسهیلات سرگرمی و ورزشی و... راندارند، امکاناتشون در حد معمولی مانند خانه های اجاره ای و اقامتگاه بوم گردی هستند. اون هم فقط تعداد محدودی از روستاها این امکانات رادارند و گاهی رسیدن به این خدمات به دلیل شیب زمین و ناهمواری زمین که بتونیم به خود روستا برسیم، ارائه ی این نوع خدمات را با مشکلات بسیاری روبه رو میکنه». (کد ۲۵، کد ۱۹).

ضعف خدمات و دسترسی به آن، به دلیل دسترسی نامناسب و همچنین توزیع نامتعادل آن، زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش های مکمل در آنها نخواهد بود. ویژگی که، برخی از روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده اند.

هستند. فقط برخی از روستاهای ناحیه ی مورد مطالعه دارای خدماتی در حد معمولی هستند خدمات اقامتی و پذیرایی (خانه های اجاره ای، اقامتگاه های بوم گردی) که می توانند به گردشگران ارائه خدمات دهند و این در حالی است که برخی از روستاها با توجه به داشتن عنصر جاذبه علاوه بر این که فاقد این نوع خدمات معمولی هستند، راه ها و محورهای ارتباطی برای رسیدن به این خدمات به دلیل شیب زیاد و یا ناهمواری زمین مناسب نمی باشند» (کد ۱۰).

دو نفر از اهالی ناحیه می گویند:

«... متأسفانه روستاهای مقصد گردشگری ناحیه ی مورد مطالعه با ضعف خدمات و دسترسی به آن روبه رو هستند، چون همه ی روستاهای ناحیه ی فقط

جدول ۴ ضعف خدمات و دسترسی به آن در روستاهای مقصدهای گردشگری ناحیه ی مورد مطالعه

ضعف شبکه راه	خدمات پذیرایی	خدمات اقامتی	خدمات ارتباطی	پشتیبانی- اداری
- ایمن سازی راه ارتباطی برخی از روستاها	- کافه سنتی	- هتل	- دفتر مخابرات	- مرکز خدمات کشاورزی
- سهولت دسترسی	- رستوران ها	- مهمان پذیر	- دفتر پست	- تعمیرگاه وسایل کشاورزی
- تنوع ناوگان حمل و نقل عمومی	- کافی شاپ		- دفتر فناوری	- کمپ بنزین
	- فست فود		- اطلاعات	- شورای حل اختلاف
				- شرکت تعاونی روستایی
تفریح و سرگرمی	امکانات خرید	مراکز اطلاع رسانی	خدمات بهداشتی	تجاری- اقتصادی- رفاهی
- مراکز فرهنگی (بازارها و پاساژ ها، پارک ها و پلاژهای تفریحی)	- خرید محصولات محلی	- کیوسک و مرکز اطلاع رسانی گردشگری	- خانه بهداشت	- فروشگاه تعاونی
	- صنایع دستی	- بروشور، نقشه ی توریستی و کتابچه ی راهنما	- مرکز بهداشت	- بانک
		- علایم راهنما برای گردشگران		- سایر فروشگاه ها (خرده فروشی- عمده فروشی)
		- درمسیر منتهی به مقاصد گردشگری		
		- دفتر خدمات مسافرتی		

مهمترین نقطه ضعف محسوب گرددو زمینه ی جذب گردشگران را تا حدودی با محدودیت روبه رو کند. یکی از کارشناسان تاکیددارد:

«... متأسفانه عامل اصلی این ضعف رو می‌تونیم در جمع شدن امکانات متعدد و متنوع در شهرهای فاضل آبادو علی آباد در ناحیه دانست و این امر برخی از سکونتگاه‌ها به ویژه روستاهای نواحی مورد مطالعه را از نظرکارکردی تحت تاثیر قرارداده و باعث شده که جریان‌های موجود در ناحیه به صورت طبیعی نباشه و بیشتر روابط در درون و برون ناحیه به صورت یکسویه باشه» (کد ۳).

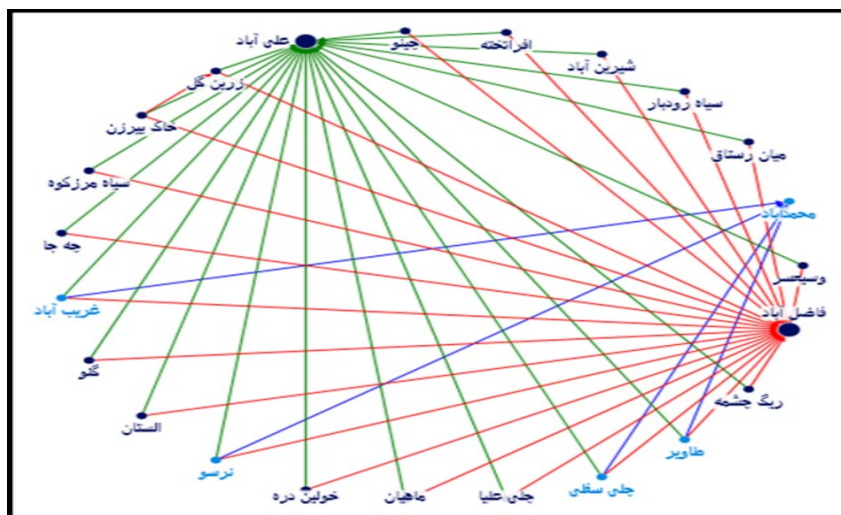
یکی از اهالی ناحیه می‌گوید:

«... به نظر من فقدان امکانات آموزشی-بهداشتی و ضعیف بودن زیرساخت‌های فناوری،اطلاعاتی، مخابراتی و نداشتن جمعیت دربرخی از روستاها در نیمی ازسال و همچنین جمع شدن امکانات درنواحی شهری می‌تونه به عنوان مهمترین عامل درزمینه یک سویه بودن روابط درون و برون ناحیه درناحیه ی محمدآباد- زرین گل باشه» (کد ۱۴).

وجود روابط یک سویه درون و برون منطقه ای، زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش‌های مکمل در آنهاخواهد بود. ویژگی که، همه روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده‌اند.

۴,۲,۳ روابط یک سویه درون و برون منطقه‌ای

پدیده‌های جغرافیایی اعم از؛ طبیعی- اکولوژیک و یا اجتماعی- اقتصادی دارای خصلت قانونمندی نظام‌ها (سیستم‌ها) هستند. ازاین رو، نظام وار عمل می‌کنند. هر نظام فضایی متشکل از مجموعه‌ای از ساختارها و کارکرد هاست(سعیدی، ۱۳۹۲: ۱۳-۱۲). با شکل‌گیری رویکرد سیستمی، و تعریف مجموعه‌ای از شهرها به مثابه یک سیستم، توجه زیادی به روابط متقابل بین شهرها و توسعه‌ی آن‌ها در سطح یک منطقه شد و پیوستگی و ارتباطات متقابل بین مکان‌ها در مطالعه‌ی ساختارهای فضایی مورد توجه قرار گرفت (تیلور وهمکاران، ۲۰۱۰). ساختار فضایی تجلی‌کنش متقابل بین جامعه‌ی انسانی و محیط فیزیکی پیرامون آن است(کائس، ۲۰۱۰: ۲۵۳). سکونت‌گاه‌های روستایی فضاهای جغرافیایی حاصل از برآیند مجموعه عوامل و نیروهای چشم‌انداز طبیعی و فرهنگی هستندو از عوامل تأثیرگذار در روندهای ناحیه‌ای به شمار می‌آیند و تعاملات این سکونت‌گاه‌ها با کانون‌های فراناحیه دائماً در حال تغییر و تحول است (افراخته وهمکاران، ۱۳۹۵: ۳۶). نقش‌پذیری جدید و تنوع کارکردی در برخی کانون‌ها، به ویژه شهرها، متأثر از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس بوده است و تجمیع امکانات، زمینه‌ی مرکزیت جریانی را برای شهرهای برتررا فراهم کرده است. در ناحیه‌ی محمدآباد- زرین گل به دلیل تجمیع امکانات در کانون‌های برتر شهری(علی‌آباد- فاضل‌آباد)، سبب مرکزیت جریانی این نواحی شده است. مرکزیت جریانی کانون‌های شهرهای در ناحیه سبب شده که هریک از کانون‌ها به صورت یک خوشه مجزا و جزیره‌ای عمل کنند. این عوامل سبب شد که روابط بین سکونت‌گاه‌های شهری- روستایی در قلمرو جغرافیایی دارای ماهیتی (روابط) یکسویه باشندکه این می‌تواند به عنوان



شکل ۴: دیاگرام تعاملات فضایی روستاهای مقصدگردشگری ناحیه ی مورد مطالعه
منبع: (مزیدی، ۱۳۹۹: ۲۴۰)

۴،۲،۴ مرکزیت شهری

شهر در سلسله مراتب شهری با کارکرد اقتصادی آن در نظام شهری مرتبط است، به طوری که مرکزیت مکانی شهرها از موقعیت نسبی قرارگیری آن‌ها در نسبت با دیگر شهرها ناشی می‌شود. این ویژگی از یک سو وسعت ناحیه ی پیرامونی و از سوی دیگر پیچیدگی کالاها و خدمات ارائه شده توسط آنها را افزایش داده و در نهایت به افزایش جمعیت شهری منجر می‌شود (داداش پور و همکاران، ۱۳۹۳). شبکه ی شهری این امکان را فراهم می‌آورد که کارکرد های مستقر در مراکز منفرد بدون اینکه لزوماً بخواهند اندازه ی جمعیتی خودشان را بالا ببرند، بتوانند برخی از مزیت های بالقوه قابل تصور را به واسطه ی مدیریت جابه جایی دنبال کنند. بر این اساس هرچه نیروهای سازمان دهنده ی فعالیت های اقتصاد شهری از مکان و اندازه به شبکه و مرکزیت تغییر می‌یابند، تفکر رشد شهری نیز تغییر می‌یابد. در چنین نظامی، شهرها در سلسله مراتب ثابتی از مکان های پایه ای با مراکز مسلط در راس هرم استوار نشده اند، زیرا اگرچه موقعیت مکانی شهرها ثابت است موقعیت فضایی آنها و اهمیت شان در سلسله مراتب دائماً در حال تغییر است (نیل، ۲۰۱۰). در ناحیه محمدآباد- زرین گل، جریان های فضایی به صورت روابط یکسویه است. این سبب شده که مرکزیت شهری در شهرهای فاضل آباد و علی آباد تمرکز یابد. این امر باعث شده که کانون های برتر (شهرهای

فاضل آباد و علی آباد) در مرکزیت جریانی با روستاهای ناحیه مکمل یکدیگر نبوده، و زمینه سازی برای هم افزایی شبکه ای را فراهم نکنند. این امر رقابت پذیری در ناحیه را به ویژه در زمینه ی گردشگری کاهش داده است.

یکی از اهالی ناحیه می گوید:

«... متأسفانه در ناحیه ی مورد مطالعه شبکه شهری به جای اینکه این امکان را فراهم کنه که کارکردهای مستقر را در مناطق روستایی با توجه به کم و یا زیاد بودن جمعیت شان بالا ببره و برخی از مزیت های بالقوه این نواحی را بالفعل در بیاره بیشتر به توسعه ی این عامل در شهرها توجه داره که همین امر مرکزیت جریانی در شهرها را افزایش میده» (کد ۱۳).

یکی از کارشناسان تاکید دارد:

«... به نظر بنده ما باید سعی کنیم کارکردهای مستقر در روستاها رو او نقدر تقویت کنیم که نواحی روستایی هم با داشتن جمعیت کم بتونند مزیت های بالقوه روستاهای خود را بالفعل تبدیل

گردشگری "ضعف وجود زنجیره تامین و ارزش گردشگری" نیز است. نبود یک بلد محلی؛ فقدان انجمن ها و یا NGO ها؛ نداشتن یک محصول گردشگری در زمینه ی معرفی پتانسیل های گردشگری، محصولات کشاورزی و باغی و صنایع دستی؛ کمبود امکانات خدماتی- رفاهی؛ عدم شناسایی پتانسیل های گردشگری؛ نگاه یکسویه به گردشگری از آن جمله چالش‌هایی است که ناحیه ی مزبور با آن روبه رو است. یکی از اهالی ناحیه می گوید:

«... به نظر من عوامل متعددی می تونه در این امر دخیل باشه، عواملی مانند؛ نبود یک تور لیدر محلی؛ فقدان انجمن ها و سازمان های مردم نهاد که بتونند به صورت خودجوش در زمینه ی تبلیغات و بازاریابی و همچنین بستن تورهای گردشگری با دفاتر خدمات مسافرتی و... باعث شده که بین عرضه کنندگان و تولیدکنندگان و یا حتی توزیع کنندگان خدمات گردشگری رابطه ی تعاملی وجود نداشته باشه که همین می تونه زنجیره تامین و ارزش گردشگری رو با ضعف بسیار زیادی روبه رو کنه» (کد ۱۵).

یکی از کارشناسان تاکید دارد:

«... من به نوبه ی خودم عامل اصلی رو در نداشتن یک محصول گردشگری واحد در زمینه ی شناسایی پتانسیل های گردشگری، محصولات باغی و کشاورزی و... و اینکه یک سازمان مردم نهادی که بتونه در زمینه ی اجرای تور با دفاتر خدمات مسافرتی این روستاها را بشناسانه می دانم، همین امر باعث میشه بین عامل عرضه و تقاضا و هم چنین با توزیع کنندگان خدمات گردشگری یک رابطه تعاملی وجود

کنند و این مرکزیت جریانی به جای تمرکز بیشتر بر نواحی شهری، نواحی روستایی را هم شامل بشه» (کد ۶).

وجود مرکزیت شهری، سبب ایجاد کانون های برتر شهری نیز می شود که این امر سبب می شود که کانون های شهری در مرکزیت جریانی با روستاها قرار گیرند و این زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری به ویژه نقش های مکمل در آنها خواهد بود. ویژگی که، همه روستاها در حال حاضر از آن برخوردار شده اند.

۴٫۲٫۵ ضعف وجود زنجیره ی تامین و ارزش گردشگری

تحولات اقتصادی، الزامات بازار، شدت رقابت، فناوری های جدید، تغییر سطح انتظارهای مشتریان و سازمان ها، تعدد و تنوع عوامل و منابع تامین و بسیاری مقوله های دیگر سبب شده است تا بازارهای مصرفی و تجاری دائما دستخوش تغییرات شوند، از طرفی زمینه را برای ارزش آفرینی در یک اقتصاد مبتنی بر شبکه فراهم آورده اند که از آن به عنوان زنجیره تامین یاد می کنند (شاهرودی و همکاران، ۱۳۹۱). زنجیره ی تامین گردشگری، شبکه ای از گره هایی است که وظایفی همچون تهیه و آماده سازی مواد خام، ایجاد بخش ها، گردآوری و مونتاژ اجزا، مونتاژ نهایی محصولات نهایی و ارائه ی محصولات نهایی به مراکز مشتریان، توزیع منطقه ای را پوشش می دهند. محیط گردشگری به محیط خرد (آژانس های مسافرتی، هتل ها، تور اپراتورها و...) و محیط کلان (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و...) تقسیم می شود که بر یکدیگر اثر می گذارند و می توانند باعث ایجاد مزیت رقابتی برای مقاصد شوند (رومرو و تاجا، ۲۰۱۰).

در این میان توجه به زنجیره ی تامین گردشگری به عنوان یک کل، می تواند با مدیریت تعاملات عرضه کنندگان، تولیدکنندگان و توزیع کنندگان خدمات گردشگری، بر رقابت موجود میان عرضه کنندگان، تولید محصول و ارائه ی خدمت نظارت داشته باشد. توجه به زنجیره تامین و مدیریت آن سبب اتخاذ اقدامات و سیاست های پایدارتر گردشگری می شود و منافع بسیاری را برای جوامع محلی و میزبان به ارمغان می آورد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۵). در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل یکی از تاثیرگذارترین عوامل مؤثر موانع شبکه ای شدن کارآفرینی



نداشته باشه و این زنجیره تامین گردشگری رو با ضعف روبه رومی کنه» (کد۵).

وجود ضعف زنجیره ی تامین گردشگری، سبب شده که بین عامل عرضه و تقاضا و همچنین بین عرضه کنندگان، تولیدکنندگان و حتی توزیع کنندگان خدمات گردشگری رابطه ی تعاملی وجود نداشته باشد و این زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری و به ویژه نقش های مکمل در آنها نخواهد بود. ویژگی که، همه ی روستاها درحال حاضر از آن برخوردار شده اند.

۴،۲،۶ ضعف بازارکار

یکی از ابعاد در ارتباط با بازارکار و گردشگری، اقتصاد پویا و توسعه یافته می باشد که از وجوه بسیار مهم این اقتصاد، اشتغال زایی برای ساکنان جوامع محلی است. نیروی انسانی مورد نیاز و شناسایی نیازها و پیچیدگی های مربوط به این بخش و تدوین برنامه های آموزشی از ارکان اصلی است که خود تحت تاثیر عرضه و تقاضا در صنعت گردشگری بوده است. در ناحیه ی محمد آباد- زرین گل نبود نیروی کار محلی و متخصص و فصلی بودن آن از مهمترین عوامل ضعف بازارکار است. این ناحیه در فصولی که گردشگری پذیر است و گردشگران از آن دیدن می کنند، از نظر نیروی کاری می توانند جوابگوی نیاز اهالی و گردشگران باشد. با اتمام فصل گردشگری، متاسفانه افراد شاغل در بخش گردشگری تا زمان بازگشت مجدد گردشگران به ناحیه بیکار می شوند و این به دلیل عدم تعادل مناسب بین عرضه (محصول گردشگری و . . .) با بازار تقاضای گردشگران است.

یکی از اهالی ناحیه می گوید:

« متاسفانه در ناحیه ی مورد نظر نیروی کار در زمینه ی گردشگری وجود داره، ولی جهت توسعه و اشتغال زایی

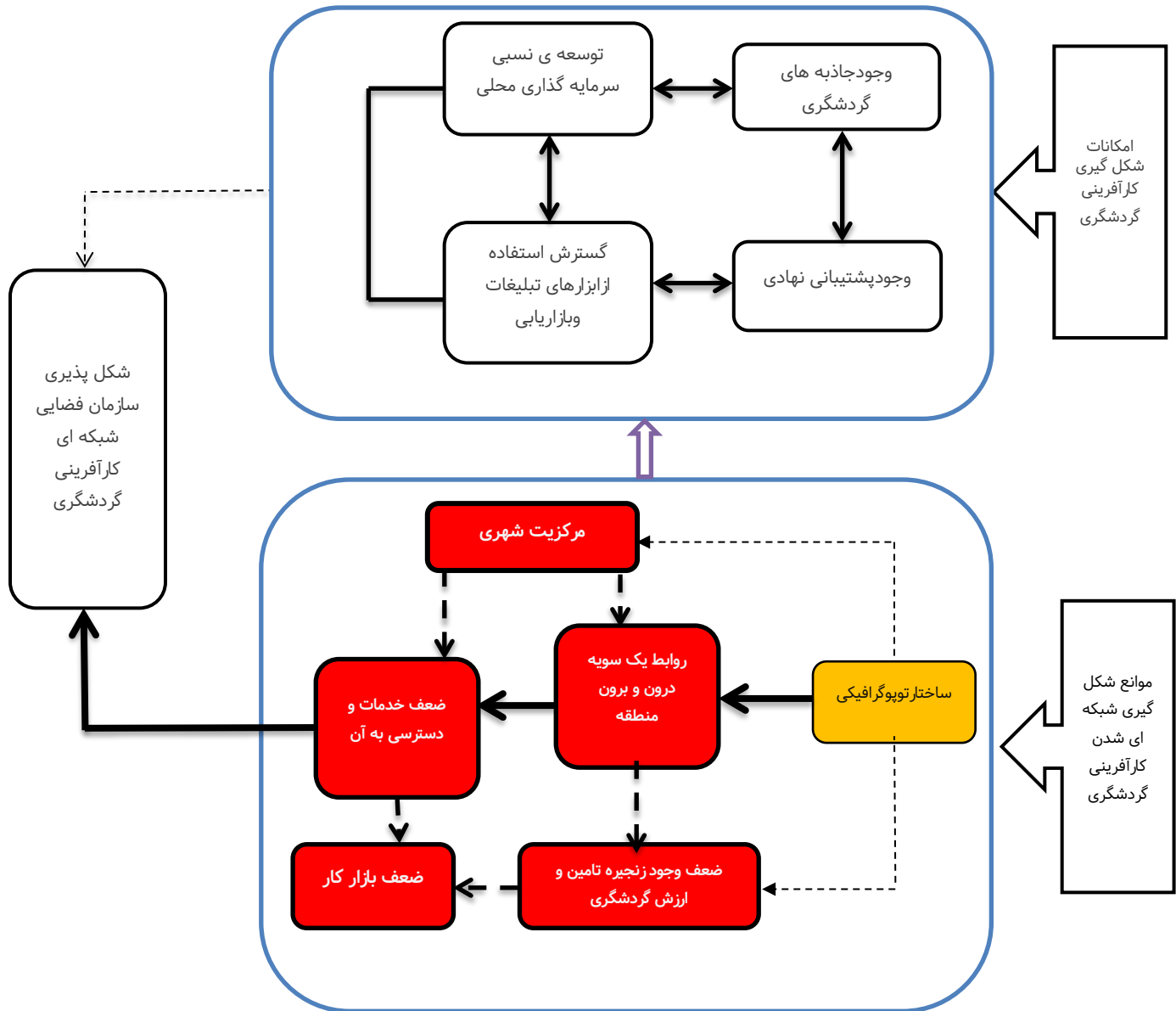
نیازمند آموزش در این زمینه هستند» (کد۲۱).

یکی از کارشناسان ... تاکید دارد:

« رو ستاهایی که به عنوان مقصد گردشگری هستند خود دارای نیروی کار خلاق و تاحدودی تحصیل کرده هستند؛ ولی این نیروی کار باید از طریق آموزش صحیح به صورت نیروی متخصص پرورش یابند و همچنین باید با به وجود آمدن بستر مناسب کارآفرینی گردشگری در روستاها جمعیت را به سوی این نواحی سرریز کرد تا از فصلی بودن نیروی کار جلوگیری نمود که این به نوبه ی خود ضعف بازارکار را در روستاها از بین می برد» (کد ۷).

وجود ضعف بازارکار، سبب شده که بین عامل عرضه و تقاضا تعادل برقرار نباشد و این امر متاسفانه باعث بیکاری افراد (به ویژه بخش گردشگری) می شود که این زمینه ساز نقش پذیری مقصدهای گردشگری و به ویژه نقش های مکمل در آنها نخواهد بود. ویژگی که، تقریباً همه ی روستاها درحال حاضر از آن برخوردار شده اند.

در این قسمت از تحقیق، به منظور شناسایی روابط بین امکانات و موانع شکل پذیری سازمان فضایی شبکه ای در ناحیه ی گردشگری محمدآباد- زرین گل برای توسعه ی کارآفرینی روستایی پرداخته شد. در این مرحله ارتباط بین مقوله های عمده حاصل از کدگذاری در قالب مدل مفهومی توسعه ی امکانات و موانع شکل گیری شبکه ای شدن کارآفرینی گردشگری در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل ارائه شده است.



شکل ۵ مدل مفهومی امکانات و موانع شکل پذیری سازمان فضایی شبکه ای برای توسعه ی کارآفرینی گردشگری در ناحیه ی محمدآباد- زرین گل

۵ نتیجه گیری

فراهم می سازد. ناحیه ی روستایی ناحیه ی محمدآباد- زرین گل هم از این قاعده مستثنی نیست. سازمان فضایی قطبی (مبتنی بر مرکزین نقاط شهری) بستری را فراهم ساخته است که توسعه ی گردشگری نتوانسته اثرات توسعه ی مطلوبی را (به ویژه در زمینه ی کارآفرینی) بدنبال داشته باشد. تحول این سازمان (به سمت الگویی شبکه

امروزه روستاها به عنوان یک نظام مکانی- فضایی پیوسته در حال تغییر و تحول هستند. این تغییرات متأثر از عوامل درونی و بیرونی در اجزای مختلف این نظام متأثر می شود. مبتنی بر اصل روابط متقابل بین اجزای نظام (اثرگذاری و اثرپذیر) تغییر در یک جزء زمینه را برای تغییرات سایر اجزاء



همچنین این پژوهش بر این نکته تاکید دارد که سازمان یابی فضایی شبکه ای، صرفاً متأثر از ساختارهای محیطی و کالبدی-فضایی نیست؛ بلکه عوامل اجتماعی - اقتصادی (به ویژه اقتصادی) از اهمیت برخوردار است. از این رو، نگاه به مفهوم فضا به عنوان یک پدیده ی صرفاً مکانی نیازمند تغییر است.

تطبیق این نتیجه نیز با اصول رویکردهای طرح شده، نشان داده است که نتیجه این پژوهش با جهت گیری مفهومی مایک داگلاس در تبیین عوامل موثر بر تقویت تعاملات (پیوندهای) فضایی تطبیق دارد.

مبتنی بر این نتایج نظام برنامه ریزی می تواند با توجه به آنها امکانات و محدودیت ها (که دارای ماهیت محیطی - کالبدی و اجتماعی - اقتصادی است)، و باتعدیل موانع بیان شده، سازمان فضایی شبکه ای را شکل دهد که بسترهای توسعه ی کارآفرینی روستایی در زمینه ی گردشگری را فراهم سازد. مبتنی بر این، سیاستگذاران و برنامه ریزان ناحیه برای توسعه ی سازمان فضایی قطبی به سمت الگوی شبکه ای، بایستی با تاکید بر اصل شبکه ای شدن فعالیت ها با توسعه ی زنجیره تامین و ارزش گردشگری (توسعه ی کارآفرینی گردشگری) بستر را برای نقش پذیری سکونت گاه های روستایی فراهم سازند. در این راستا، برخی اقدامات زیر می توان مورد توجه قرار داد:

- ✓ افزایش نقش عملکردی روستاهای مقصد گردشگری ناحیه در تعامل با مراکز شهری برای ارائه ی خدمات گردشگری بالا دستی به روستاهای ناحیه؛
- ✓ ایجاد و تقویت (به ویژه کیفی) خدمات گردشگری (خدمات پذیرایی، اقامتی و) در ناحیه؛
- ✓ تشویق مردم به مشارکت در جهت توسعه ی تجهیزات و تسهیلات مختلف گردشگری؛
- ✓ تقویت سرمایه ی انسانی در نواحی روستایی.

ایی) متأثر از تغییر در عواملی است که آن را (الگوی قطبی) به وجود آوردند.

سازمان فضایی قطبی ناحیه ی محمدآباد- زرین گل (شهرستان علی آبادکتول) (با نقش غالب دو نقطه ی شهری فاضل آباد و علی آباد) متأثر از عواملی همچون؛ ساختار توپوگرافیکی کوهستانی، ضعف خدمات و دسترسی به آن، روابط یک سویه درون و برون منطقه ای، مرکزیت شهری، ضعف وجود زنجیره ی تامین و ارزش گردشگری و ضعف بازارکار. ، نتوانسته با تغییر در ساختارها و کارکردها به سمت الگویی شبکه ای حرکت کند.. البته، این ناحیه دارای امکانات و ظرفیت هایی مانند؛ وجود جاذبه های گردشگری، توسعه ی نسبی سرمایه گذاری محلی، گسترش استفاده از ابزارهای تبلیغات و بازاریابی ، وجود پشتیبانی نهادی نیز است. که می تواند بستر ساز شکل گیری سازمان فضایی با الگوی شبکه ای شود.

تطبیق این نتیجه با اصول رویکردهای طرح شده، نشان داده است که نتیجه ی این پژوهش با جهت گیری مفهومی مایک داگلاس (۱۹۹۸) در قالب رویکرد شبکه ی منطقه ای، با نتایج تحقیق افراخته و همکاران (۱۳۹۵) همسو است.

همچنین، این نتیجه با نتایج تحقیقات رضوانی و همکاران (۱۳۹۵)، شریف زاده و همکاران (۱۳۹۳)، حسینی نیا و همکار (۱۳۹۶)، آتلجیویس (۲۰۰۹)، دارراق (۲۰۱۴)، پائول دانا و همکاران (۲۰۱۴) نیز همسو است؛

نتایج حاصل از این تحقیق همچنین با رویکرد جوزف شومپیتر (۱۹۳۴) که جهت گیری مفهومی با تاکید بر نوآوری و اختراع که از عوامل اصلی رشد اقتصادی (ایجاد بسترهای کارآفرینی مبتنی بر گردشگری در نواحی روستایی)، و همچنین با تئوریهای جدید رشد درون زا (رومرو لوکاس) که برابده های جدید ازسوی بخش خصوصی، که سبب ایجاد بازار رقابتی و غیررقابتی می شود تطبیق دارد.

منابع

منابع فارسی

- دانش پور، هاشم؛ ممدوحی، امیررضا؛ آفاق پور، آتوسا (۱۳۹۳)، «سازمان فضایی در نظام شهری ایران با استفاده از تحلیل جریان هوایی افراد»، فصلنامه پژوهش های جغرافیای انسانی، دوره ۴۶، شماره ۱: صص ۱۵۰-۱۲۵.
- دانش پور، هاشم؛ آفاق پور، آتوسا (۱۳۹۵)، «عقلانیت معرفتی و نظری نوین حاکم بر سازمان فضایی سیستم های شهری»، فصلنامه ی مطالعات میان رشته ای در علوم انسانی، دوره ۸، شماره ۲، صص ۱-۲۸.
- رضوانی، محمدرضا، حسام، مهدی، کریمی، سیدهدادی. ۱۳۹۳. تحلیل شبکه درگردشگری، تهران: انتشارات مهکامه.
- رضوانی، محمد رضا، بدری، سیدعلی، ترابی، ذبیح اله، ملکان، احمد، عسگری، علی (۱۳۹۵)، ارزیابی توسعه ی پایدار گردشگری در مناطق روستایی حاشیه کلان شهر تهران (مورد مطالعه: روستای آهار)، فصلنامه ی پژوهش های روستایی، دوره ۷، شماره ۲، صص ۲۸۶-۲۹۸.
- سعیدی عباس (۱۳۹۲)، «مفاهیم بنیادین در برنامه ریزی کالبدی - فضایی، فصلنامه ی علمی - پژوهشی برنامه ریزی توسعه ی کالبدی، سال اول - شما ره ی سوم، صص ۱۱-۲۴.
- سقای، مهدی و علیزاده، سید دانا. ۱۳۹۲. «امکانسنجی محصول گردشگری روستایی در شهرستان پاوه»، فصلنامه ی فضای جغرافیایی، شماره ۴: صص ۱-۲۰.
- شکوئی، حسین. (۱۳۷۵)، دیدگاه های نو در جغرافیای شهری، جلد اول، تهران، انتشارات سمت.
- شاهرودی، کامبیز و سلیمی چمکاکایی، اسماء، عوامل اثرگذار بر عملکرد زنجیره تامین. ۱۳۹۱. توسعه ی مهندسی بازارگستران آتی، وبگاه بانک مقالات بازاریابی ایران، <http://marketingarticles.ir>.
- افراخته، حسن؛ ریاحی، وحید؛ عزیزپور، فرهاد، قاسمی سیانی، محمد (۱۳۹۵)، «تحلیل شبکه ای جریان های فضایی در نواحی روستایی مورد مطالعه: بخش بن رود و جلگه (شهرستان اصفهان)»، فصلنامه ی توسعه ی پایدار محیط جغرافیایی، سال اول، شمار دوم، صص ۳۵-۴۸.
- بهنام مرشدی، حسن. ۱۳۹۱. برنامه ریزی فضایی خدمات گردشگری استان فارس (نمونه ی موردی: محورهای اصلی استان فارس)، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته ی جغرافیا و برنامه ریزی توریسم، دانشکده ی جغرافیا، دانشگاه تهران.
- پاپلی یزدی، محمدحسین، رجبی سناجردی، حسین (۱۳۸۹)، نظریه های شهر و پیرامون، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، تهران.
- پاسبان، فاطمه. ۱۳۸۳. «نقش زنان کارآفرین در توسعه ی روستایی کشورهای درحال توسعه»، مجموعه مقالات کنگره در توسعه ی روستایی چالش ها و چشم اندازها، تهران، موسسه آموزش عالی سازمان مدیریت و برنامه ریزی، صص ۳۰۰-۲۸۱.
- تقوایی، مسعود، تقی زاده، محمد مهدی، کیومرثی، حسین. ۱۳۹۰. «مکان یابی دهکده های گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل SWOT (نمونه ی موردی: ساحل دریاچه ی کافترا)»، مجله ی جغرافیا و برنامه ریزی محیطی، شماره ی پیاپی ۴۲، اصفهان.
- جوان، جعفر؛ سقای، مهدی (۱۳۸۴)، «نقش گردشگری روستایی در توسعه ی منطقه ای»، نشریه جهاد، شماره ۲۵۹.
- حسینی نیا، غلامحسین، فلاحی، هادی (۱۳۹۶)، عوامل موثر بر توسعه ی کارآفرینی روستایی (نمونه ی مطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان)، فصلنامه ی پژوهش های روستایی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۳۵-۲۵.



بنیانی، فصلنامه ی پژوهش های روستایی، سال دوم، شماره ی سوم، صص ۱-۳۰.
کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴)، عصر اطلاعات، ترجمه ی: حسن چاوشیان، جلد دوم، تهران، انتشارات طرح نو.
(مرکز آمار و اطلاعات فرمانداری شهرستان علی آبادکتول، ۱۳۹۶).

محمدزاده اصل، نازی. ۱۳۸۱. «آزمون نظریه ی رشد نئوکلاسیک»، پژوهشنامه ی رشد اقتصادی، دوره ی ۲، شماره ی ۳ (پیاپی ۶)، صص ۷۳-۱۰۰.

مزیدی، هاجر (۱۳۹۹)، امکانات و موانع شکل پذیری سازمان فضایی شبکه ای در مناطق گردشگری با تاکید بر توسعه ی کارآفرینی روستایی شهرستان علی آبادکتول (ناحیه محمدآباد-زرین گل)، رساله ی دکتری رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، دانشکده ی علوم زمین، گروه جغرافیای انسانی، دانشگاه شهید بهشتی.

هزارجریبی، جعفر. ۱۳۸۴. کارآفرینی، تهران: نشر پژوهشکده علوم اقتصادی.

هیلهورست، ژوزف (۱۳۷۰)، برنامه ریزی منطقه ای، ترجمه ی: غلامرضا شیرازیان و همکاران، انتشارات سازمان برنامه و بودجه، تهران.

شریف زاده، ابوالقاسم، خواجه شاهکویی، علیرضا، عبدالله زاده، غلامحسین، شریفی، مهنوش (۱۳۹۳)، آسیب شناسی توسعه ی کسب و کارهای خانوادگی روستایی در استان گلستان، فصلنامه ی پژوهش های روستایی، دوره ی ۵، شماره ی ۱، صص ۱-۲۴.

صرافی، مظفر (۱۳۷۹)، سیری در مباحث توسعه ی فضایی، انتشارات سازمان برنامه و بودجه.

طالقانی، محمد و سارا فتاحی. ۱۳۸۴. «کیفیت خدمات گردشگری و اهمیت آن در جلب رضایت گردشگر»، نشریه مدیریت، شماره ی ۹۹-۱۰۰، صص ۵۶-۶۳.

قدیری معصوم، مجتبی؛ حاتمی فر، پژمان و طباطبایی، سید مهدی. ۱۳۹۵. «ارزیابی زنجیره ی تأمین گردشگری روستایی روستای مصر»، فصلنامه ی مطالعات مدیریت گردشگری، (۳۵) ۱۱، صص ۴۱-۶۲.

قره باغیان، مرتضی. ۱۳۷۴. نظریه پردازان رشد اقتصادی، تهران، انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.

کرمی دهکردی، مهدی، کلانتری، خلیل (۱۳۹۰)، شناسایی مشکلات گردشگری روستایی استان چهارمحال و بختیاری با استفاده از تکنیک تئوری

منابع لاتین

Bramwell, B. and Lane B. (Eds) (2000) **Tourism Collaboration and Partnerships: Politics, Practices and Sustainability.** Clevedon UK: Channel View Publications.

Barringer, B. R. and Ireland, R. D. (2006): **Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures,** Prentice Hall: Jersey, USA.

Costa, C. (2001). **An emerging tourism planning paradigm?** A comparative analysis between town and tourism planning. *International Journal of Tourism Research*, 3(6), 425-441.

Capineri, C., Kamann, D. J. F. (1998). **Synergy in networks: Concepts.** In K. Button, P. Nijkamp, & H. Priemus (eds.), **Transport networks in Europe** (pp. 35-56). Cheltenham: Edward Elgar.

Catanese, S., P. De Meo, E. Ferrara, and G. Fiumara (2010). 'Analyzing the Facebook Friendship Graph', **Internaonal Workshop on Mining the Future Internet (MIFI '10).**

Capello, R., (2000), **The City Network Paradigm: Measuring Urban Network Externalities,** *Urban Studies* Vol. 37, No. 11, PP.1925-1945.

- Camagni, R. P., 1993, **From City Hierarchy to City Network: Reflections about an Emerging Paradigm**. In: Lakshmanan, T. R., Nijkamp, P. (eds.), **Structure and Change in the Space Economy: Festschrift in Honor of Martin J. Backmann**. New York: Springer-Verlag, PP.66-87.
- Cara Darraq (2014), **Analysis of the Development of Marketing Strategies by Rural Tourism Businesses Study: South West of Ireland**, Journal of Sustainable Tourism, Volume 16, Issue 2, Pages 150-167.
- Carroll, C. (2011). "The Rebelo AK Growth Model" (PDF). econ2.jhu.edu. Retrieved 11 October 2011. "the steady-state growth rate in a Rebelo economy is directly proportional to the saving rate."
- Dinis, A. (2011): **Tourism, niche strategy and networks as factors for both entrepreneurship and rural sustainability**, IX Rural Entrepreneurship Conference: A sustainable rural?, 23-24 June 2011- Nottingham Business School
- Heilig'K., and Gerhard, 20. M. (2002). **European Rural Development, International Institute for Applied Systems Analysis, .Luxemburg, Austria**.
- Hagerstrand, T. (1953). **Innovation Diffusion as a Spatial Process**, university of Chicago Press.
- Inskeep, E. (1991). **Tourism planning: An integrated and sustainable development approach**. Van New York: Nostrand Reinhold.
- Jovo Ateljevic(2009), **Entrepreneurship in Tourism and Regional Development Study: New Zealand**, International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research, Volume 15 Issue 3.
- Klapka, Pavel, Et All, (2010). **"Spatial Organization Development, Structure And Apporximation Of Geographical System"** Moraviam Geographical Reports, Vol.18.
- Koen, P. , Kleinschmidt, A. and Elko, J. (2005): **Opportunity Recognition, Idea Selection or Concept Definition: Which one Is the Most Important to the Corporate Entrepreneur?**, Frontiers of Entrepreneurship Research, Available at: <http://www.babson.edu/entrep/fer/2005FER/chapterxii/paperxii2.Html>.
- Krugman, P. (2010). **The new economic geography, now middle-aged**. Annual Conference of the Association of American Geographers, Washington.
- Kotler, P., Haider, D.H. and Rein, I. (1993) **Marketing Places: Attracting Investments, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations**. New York: Free Press.
- Lordkipanidze, Maia (2002), **Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: The Case of Söderslätt Region, Sweden**, the International Institute for Industrial Environmental Economics (IIIEE); International miljöö.
- Leo-Paul Dana, cailn Gurau, Frank Lasch(2014), **Entrepreneurship, tourism and regional development in rural areas: Dorosta in southern France**, Entrepreneurship & Regional Development, Volume 26, Issue 3-4, Pages 357-374.
- Meijers, E.,(2007), **From Central Place to Network Model: Theory and Evidence of Paradigm Change, Economic and Social Geography**, Vol. 98, No. 2, PP. 245-259.
- Mill, R.C., & Morrison, A.M. (1992). **The tourism system: An introductory text** (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.



- Murphy, P.E. (1985). **Tourism: A community approach**. New York: Methuen.
- Nicola Meccheri & Gianluigi Pelloni, 2006. "Rural entrepreneurs and institutional assistance: an empirical study from mountainous Italy," Entrepreneurship & Regional Development, Taylor & Francis Journals, vol. 18(5), pages 371-392, September.
- Neal, Z. P. (2010). **Refining the air traffic approach: An analysis of the US city network** *Urban Studies*, 47 (10), 2195-2215.
<http://dx.doi.org/10.1177/0042098009357352>
- Porter, M. E. , (1990), **Competitive advantage of Nations**, New York: Free Press.
- Rondinelli, Dennis (1984), " **Applied Methods of Regional Analysis: The spatial Dimensions of Development policy**, Boulder: Westview Press.
- Romero, I. and Tejada, P. (2010). "A Multi-Level Approach to the Study of Production Chains in the Tourism Sector", *Tourism Management*, 44(5), pp. 252-266.
- Romer, P. M. (1994). "The Origins of Endogenous Growth". *The Journal of Economic Perspectives*. 8 (1): 3-22. doi:10.1257/jep.8.1.3. JSTOR 2138148
- Schumpeter, J. A. (1934): **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**, Harvard University Press: Cambridge, USA.
- Solow R M (1959) "Investment and Technology progress". in Arrow K Karbin, P (Eds), **Mathematical Methods in the social Science**, Stanford University Press, Stanford.
- Taylor, P., Hoyler, M. & Verbruggen, R., (2010), **External Urban Relational Process: Introducing Central Flow Theory to Complement Central Place Theory**, *Urban Studies*, Vol. 47, No. 13, PP. 2803-2818.
- Tjosvold, D. (1986) **The dynamics of interdependence in organisations**. *Human Relations* 39 (6), 517-40.
- Tinsley, R., & Lynch, P. (2001). **Small tourism business networks and destination development**. *Journal of Hospitality Management*, 20(4), 367-378.
- Verhaar, (2002), **Modern Agricultural Entrepreneurship, Paper prepared for presentation at the 13th International Farm Management Congress, Wageningen, The Netherlands, July 7-12.**