

اولویت بندی پیشران‌های توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع محور

عبدالباسط مرادزاده¹ - محمد قاسمی*² - حبیب‌الله سالارزهی³

نورمحمد یعقوبی⁴ - جواد بذرافشان⁵

1. دانشجوی دکتراى مدیریت، دانشگاه سیستان و بلوچستان

2. دانشیار گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان

3. دانشیار گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان

4. استاد گروه مدیریت دانشگاه سیستان و بلوچستان

5. دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی دانشگاه سیستان و بلوچستان

تاریخ دریافت: 1396/11/23

تاریخ پذیرش: 1397/1/26

چکیده

برنامه‌های توسعه‌ای در جوامع محلی، بدون همراهی و مشارکت ساکنان، با چالش‌های متعددی در اجرا مواجه خواهند شد. توانمندسازی ساکنان قبل از اجرای این برنامه‌ها، ضمن کاهش آسیب‌ها و هدر رفت هزینه‌ها، منجر به تسهیل و تسریع در اجرا و بروز پیامدهای مثبت طرح‌های کارآفرینانه خواهد شد. مبتنی بر این رویکرد، هدف این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی مهم‌ترین شاخ‌های توانمندسازی اکوتوریسم کارآفرینانه در مناطق روستایی استان سیستان و بلوچستان بوده است. روش پژوهش از حیث هدف، کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، شامل کارشناسان مرتبط با حوزه گردشگری اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان سیستان و بلوچستان و برخی از اساتید دانشگاه به تعداد 26 نفر بود که سرشماری شدند. داده‌های پژوهش بر اساس پرسشنامه محقق ساخته ارجحیت‌بندی که مبتنی بر شاخص‌های شناسایی شده تدوین شده بود جمع‌آوری و به کمک نرم‌افزار Expert Choice تحلیل شد. نتایج پژوهش، نشان از شناسایی چهار شاخص اصلی بود که توانمندسازی روانشناختی با وزن 459/، در جایگاه نخست قرار گرفت. توانمندسازی سیاسی با وزن 226/، توانمندسازی اقتصادی با وزن 172/، و توانمندسازی اجتماعی با وزن 142/، در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. بنابراین به خط‌مشی‌گذاران حوزه اکوتوریسم کارآفرینانه توصیه می‌شود برای رشد و توسعه این صنعت، توانمندسازی ذهنی و روانی جوامع هدف را در اولویت برنامه‌های خود قرار دهند.

واژه‌های کلیدی: اکوتوریسم کارآفرینانه، توانمندسازی اجتماع محور، سیستان و بلوچستان، مناطق روستایی

مقدمه

کارآفرینی گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان است. در سال 2014، تقریباً 9 درصد به کل تولید ناخالص داخلی در دنیا کمک کرده و علاوه بر این، برآورد شده است که گردشگران بین‌المللی سراسر جهان، بین سال‌های 2010 تا 2030، به میزان 3/3 درصد در هر سال افزایش خواهند یافت تا به حدود یک میلیارد و هشتصد میلیون نفر برسد (UNWTO¹, 2015). در کشور ایران، توجه بیشتر دولت و مسئولان کشور به بخش گردشگری و سرمایه‌گذاری‌های لازم دولتی و خصوصی در جهت توسعه این صنعت، می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، کسب درآمد و تقویت زیرساخت‌ها بر جوانب مختلف زندگی مردم تأثیر گذاشته و موجب کاهش فقر و نابرابری و بهبود توزیع درآمد در کشور شود (رضاقلی‌زاده، 1395).

علی‌رغم نگاه ویژه دولت‌ها در ادوار مختلف به بسترهای توسعه‌ای استان سیستان و بلوچستان، متأسفانه به دلیل انباشت مسائل و چالش‌ها، روند بهبود شاخص‌های توسعه به کندی و با شتاب اندکی انجام می‌شود. از سویی در رویکردهای نوین توسعه‌ای، دیدگاه اجتماع‌محور جایگاه ویژه‌ای به خود اختصاص داده و بسیاری از نظریه‌پردازان اذعان کرده‌اند که بدون همراهی، مداخله و مشارکت جوامع محلی، طرح‌ها و پروژه‌ها با ناکامی مواجه خواهند شد. در سال‌های اخیر برای ارتقای شاخص‌های توسعه به‌ویژه در مناطق روستایی، تمرکز بر طرح‌های گردشگری کارآفرینانه مورد توجه فزاینده‌ای قرار گرفته است. استان سیستان و بلوچستان و به‌ویژه مناطق روستایی آن، برخلاف تصور عامیانه‌ای که از آن وجود دارد سرشار از توانایی‌ها و مزیت‌های متعدد برای اجرا و بهره‌برداری از طرح‌های کارآفرینانه گردشگری است. این مزیت‌ها در سه حوزه اساسی شامل: طبیعت، هنر و صنایع دستی و نیز آداب و رسوم و فرهنگ‌های محلی، توانایی‌های بی‌شماری به‌منظور سرمایه‌گذاری در حوزه اکوتوریسم استان دارد. بررسی آمارهای رسمی، مبین تمایل ساکنان جوامع روستایی برای ورود به حوزه کارآفرینی گردشگری و بهره‌برداری از این توانایی‌ها است. کما اینکه تا پایان نیمه اول سال

1396، تعداد 72 متقاضی ایجاد و تبدیل اقامتگاه به واحد بوم‌گردی در مناطق روستایی استان به معاونت گردشگری مراجعه که از این تعداد، 14 واحد، موفق به دریافت پروانه بهره‌برداری و مجوز فعالیت شده‌اند. رشد قابل قبول مجتمع‌های بوم‌گردی و کارآفرینی گردشگری روستایی در استان، اهمیت آسب شناسی و وضع موجود و برنامه‌ریزی برای آینده را دو چندان می‌کند. نظر به اینکه برای اجرای موفق برنامه‌های اجتماع‌محور، وجود پیش‌زمینه‌های قبلی و آمادگی نسبی در ساکنان ضرورت دارد، ارتقای توانمندی ذی‌نفعان، برای همراهی با پروژه‌ها اجتناب‌ناپذیر است. در همین راستا، این پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به سؤال‌های زیر خواهد بود:

1. مهم‌ترین شاخص‌های توانمندسازی اجتماع‌محور در حوزه اکوتوریسم کارآفرینانه کدامند؟
2. شاخص‌های توانمندسازی اجتماع‌محور در راستای توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه از چه اولویاتی برخوردارند؟

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

اکوتوریسم کارآفرینانه

اکوتوریسم کارآفرینانه¹ نوعی گردشگری بوده و هدف آن ایجاد مزایا برای افراد ساکن در روستاهاست. به‌عنوان مثال، امکان دارد روستاییان از گردشگران میزبانی کنند، طرح‌ها را خود مدیریت کرده و منافع را به اشتراک بگذارند. بنابراین، همه پروژه‌های گردشگری جامعه‌محور باید مردم محلی را هم در مزایای طرح و هم تصمیم‌گیری راجع به اداره آن، به‌طور منصفانه مشارکت دهند. این نوع گردشگری، برای گردشگران این امکان را فراهم می‌کند تا زیست‌گاه‌های محلی و حیات وحش را کشف کرده و فرهنگ‌های سنتی و آیین‌های محلی را مورد تمجید و احترام قرار دهند. جوامع محلی نیز با آگاهی نسبت به ارزش‌های تجاری و اجتماعی میراث طبیعی و فرهنگی خود، در حفاظت از این منابع، تقویت خواهند شد (Haring & Claudio, 2014). ضمن اینکه با این رویکرد، اعضای جامعه محلی، برای مشارکت در

برنامه‌ریزی، مدیریت و بهره‌برداری از منافع فردی و جمعی گردشگری، فرصت‌هایی به دست خواهند آورد (Hummel et al, 2013). چرا که اساساً توسعه اکوتوریسم جامعه‌محور با این دیدگاه که رشد مناسب آن باید با مشارکت جامعه و ذی‌نفعان همراه باشد، هماهنگ است (Murphy, 1985; Reed, 1997; Yang et al, 2013). گفتمان دولتی کارآفرینی که ماحصل ورود دولت به مبحث کارآفرینی است، ویژگی‌ها و تأثیرات زیر را دارد: تک‌وجهی بودن و تأثیرپذیری شدید از نظریه نوسازی با تکیه بر افزایش عملکرد، اقتصادی بودن که رفتار کارآفرینانه را از تشخیص فرصت به سوی رقابت بر سر توزیع فرصت سوق می‌دهد، مبتنی بودن بر دوگانه‌انگاری قدیمی همچون شهر/روستا به نحوی که فقط بر تولید روستایی به‌ویژه برای مصرف‌کننده شهری تمرکز دارد و هیچ‌گونه روشی در زمینه توسعه روستایی کارآفرینانه در شهرک‌های اقماری شهری، کشاورزی شهری، کشاورزی‌های اجتماع‌محور، کشاورزی فرامرزی و ... ندارد (شهرکی و همکاران، 1395). بر این اساس، نیاز است برای ترویج و توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه در مناطق روستایی، در کنار سیاست‌های دولت‌محور، رویکردهای مبتنی بر توانمندسازی جوامع محلی، نقش پررنگ‌تری داشته باشد.

توانمندسازهای مرتبط با اکوتوریسم

بسیاری از مطالعات، مسائل مربوط به قدرت و فرایندهای توانمندسازی در حوزه اکوتوریسم جامعه‌محور را ارزیابی کرده‌اند (Ramos & Prideaux, 2014). دو چارچوبی که از سال 1990 به‌طور فزاینده‌ای در پژوهش‌های گردشگری استفاده شده است، دیدگاه سین (1985) مبتنی بر کاهش فقر از طریق ارتقای مالکیت (Croes et al, 2013) و دیدگاه فریدمن (1992)، که توسعه را به‌عنوان فرایند روانشناختی، اجتماعی و توانمندسازی سیاسی در نظر گرفته است، می‌باشند (Boley et al, 2014; Scheyvens, 2011). همچنین چارچوب «گردشگری ضد فقر» ژائو و ریتیچی (2007)، توانمندسازی را به‌عنوان یک عنصر ضروری برای کاهش فقر، با هدف کلیدی کمک به افراد برای توسعه قابلیت‌هایشان، داشتن احساس کنترل بر رفاه و رسیدن به یک زندگی ایده‌آل معرفی کرده است (Scheyvens, & Russell, 2012).

در رویکرد دیگری، آرنستین¹ (1969)، تأکید کرده است که مشارکت شهروندی باید با توزیع مجدد قدرت همراه باشد. او نردبان مشارکت شهروندی² را برای توضیح مراحل لازم، به سه سطح تدریجی تقسیم کرد: عدم مشارکت³، مشارکت ظاهری⁴ و درجه قدرت شهروندی⁵. نردبان مشارکت آرنستین، نه تنها برای تعیین سطح فعلی مشارکت جامعه، بلکه برای تعیین مراحل مورد نیاز، به منظور مداخله بیشتر، مفید است. هاوود (1988) و رید (2003)، کاربرد این مفهوم را در توسعه گردشگری مورد ملاحظه قرار دادند. نردبان، به درک وضعیت جوامع هدف گردشگری⁶ و وضعیت فعلی مشارکت محلی⁷ در توسعه گردشگری کمک می‌کند (Okazaki, 2008).

در حالی که بسیاری از محققان بر توانمندسازی به عنوان یک رویکرد «قدرت سیاسی» دو جانبه متمرکز شده‌اند، روند اخیر پژوهش‌های اکوتوریسم، به طور فزاینده‌ای، توانمندسازی را به عنوان یک ساختار چند بعدی، با ابعاد روانشناختی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در نظر می‌گیرند (Boley et al, 2014; Strzelecka et al, 2017). در همین راستا، شیونز (1999)، چهار بُعد توانمندسازی اجتماع‌محور را شامل توانمندسازی اقتصادی، روانشناختی، اجتماعی و سیاسی معرفی کرده است (Dangi & Jamal, 2016). در حوزه گردشگری و به ویژه در مناطقی که در ابتدای مسیر توسعه این صنعت هستند، به کارگیری و نهادینه‌سازی این چارچوب توانمندسازی می‌تواند به عنوان یک الگوی پیشران، منجر به ارتقای تمایل، انگیزه و مشارکت جامعه محلی در برنامه‌های کارآفرینانه گردشگری شده و زمینه بلوغ و تکامل این صنعت در مناطق روستایی را فراهم کند.

-
1. Arnstein
 2. Ladder of Citizen Participation
 3. Non-Participation
 4. Degrees of Tokenism
 5. Degrees of Citizen Power
 6. Tourist Destination Communities
 7. Local Involvement

جدول 1. شاخص‌های توانمندسازی اجتماع‌محور در حوزه اکوتوریسم کارآفرینانه

محققان	عوامل موفقیت	شاخص‌ها
Scheyvens, 1999; Lucchetti, 2012; Manyara & Jones, 2007; Vajirakachorn, 2011; Sharpley, 2007; Poitras & Donald, 2006; UNEP, 2016; Russell, 2000; Haring & Claudio, 2014.	مالکیت محلی شرکت‌های کوچک و متوسط حمایت از بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری ارائه خدمات مالی به کسب و کارهای محلی شبکه‌سازی اقتصادی ظرفیت‌سازی و توسعه مهارت‌های کارآفرینی توزیع برابر زمین در میان ساکنان	توانمندسازی اقتصادی ¹
Scheyvens, 1999; Jamal & Getz, 1995; Vajirakachorn, 2011; Mbaiwa & Stronza, 2010; Boley et al, 2014; Russell, 2000; Jamal & Stronza, 2009; Croes et al, 2013.	ارتقای آگاهی از توانایی‌ها و قابلیت‌های محلی ارتقای عزت نفس و مباهات به جامعه ایجاد رضایت در ساکنان و گردشگران حمایت و پشتیبانی از هویت محلی حفظ سنت‌های بومی و منابع فرهنگی	توانمندسازی روانشناختی ²
Scheyvens, 1999; Butler et al, 2013; Manyara & Jones, 2007; Vajirakachorn, 2011; Billington et al, 2008; Simmons, 1994; Li, 2004; Tosun, 2000; Boley et al, 2014; Russell, 2000; Armstein 1969; Sebele, 2010; Brown & Cave, 2010.	تقویت انسجام اجتماعی ارتقای مشارکت و همکاری ساکنان شبکه‌سازی محلی و حفاظت گروهی از منابع تقویت حس مثبت نسبت به جامعه ایجاد تعامل بین ذی‌نفعان ارتقای کیفیت زندگی ساکنان مشارکت زنان در فرایند توسعه	توانمندسازی اجتماعی ³
Scheyvens, 1999; Manyara & Jones, 2007; Vajirakachorn, 2011; Billington et al, 2008; Boley et al, 2014; Armstein, 1969; Mitchell & Reid, 2002; Haring & Claudio, 2014; Park et al, 2012.	تغییر در توازن قدرت پشتیبانی از سازمان‌های محلی شناسایی رهبران محلی مدیریت تعارضات ساکنان محلی مشارکت جامعه محلی در تصمیم‌گیری	توانمندسازی سیاسی ⁴

1. Economic Empowerment

2. Psychological Empowerment

3. Social Empowerment

4. Political Empowerment

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

توانمندسازی اجتماع‌محور در حوزه اکوتوریسم کارآفرینانه به‌طور معمول از دو زاویه بررسی می‌شود. «توانمندسازی برای توسعه اکوتوریسم» و «توانمندسازی در اثر توسعه اکوتوریسم». در جوامعی که در ابتدای مسیر توسعه این صنعت هستند، بیشتر مطالعات بر چگونگی توانمندسازی جامعه محلی برای مشارکت بیشتر در این حوزه متمرکز هستند و در جوامعی که اکوتوریسم و گردشگری جامعه‌محور به مرحله بلوغ و تکامل رسیده‌اند، مطالعات به‌طور عمده به بررسی آثار توسعه این نوع گردشگری بر توانمندسازی بهره‌برداران و ساکنان بومی پرداخته‌اند. با توجه به اینکه این پژوهش از رویکرد اول تبعیت می‌کند در ادامه، برخی از مطالعات مرتبط، در جدول (2) مورد اشاره قرار گرفته‌اند.

جدول 2. برخی از پژوهش‌های مرتبط

نویسندگان	سال	نتیجه‌ی پژوهش
اسماعیل‌زاده و همکاران	1390	مشارکت اقتصادی جامعه محلی، توانمندسازی مردم محلی، شکل‌گیری هیات امنای محلی و تقویت سرمایه اجتماعی در راستای توسعه اکوتوریسم اهمیت دارند.
حاجی‌نژاد و همکاران	1394	توسعه کسب‌وکارهای محلی گردشگری، حفاظت از منابع محیطی، فرهنگی و جاذبه‌های روستایی و توانمندسازی جوامع مقصد گردشگری، برخی از سیاست‌های راهبردی توسعه گردشگری روستایی در افق برنامه ششم هستند.
شهرکی و همکاران	1395	گفتمان کارآفرینی روستایی موجود، زمانی که از تجربه زیسته افراد و هویت‌های برخاسته آن‌ها ناشی می‌شود نقشی مثبت در عاملیت کارآفرینان دارد، اما زمانی که خصلت دولتی و فقط اقتصادی به‌خود می‌گیرد به نگرش‌ها و رویه‌های غیر کارآفرینانه منجر می‌شود.
کوبینا	2015	اصول توسعه اکوتوریسم شامل حفاظت محیطی، تقویت فرهنگ‌های محلی، مشارکت جامعه محلی، تسهیم مزایای اقتصادی و توانمندسازی گروه‌های ذینفع معرفی شده است.
آرسیک و همکاران	2017	مهم‌ترین راهبردهای توسعه اکوتوریسم، شامل ارتقای استانداردهای اتحادیه اروپا و مشارکت دانشگاه‌ها، سازمان‌های غیر دولتی و توانمندسازی جامعه محلی در توسعه اکوتوریسم هستند.
پروف و همکاران	2017	مدیران گردشگری باید محدودیت‌های توانمندسازی و مشارکت، به‌ویژه در مناطق روستایی که بازاریابی برای توسعه اکوتوریسم اقتصادی قوی نیست را مورد ارزیابی مداوم قرار دهند.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نوع توصیفی - پیمایشی است که با روش تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) تجزیه و تحلیل شد. جامعه آماری تحقیق، تعداد 17 نفر از کارشناسان حوزه گردشگری اداره کل میراث فرهنگی و 9 نفر از اساتید حوزه مدیریت و برنامه‌ریزی روستایی بود که مورد بررسی قرار گرفتند. انتخاب جامعه آماری پژوهش، مبتنی بر سه معیار اصلی بود: سابقه اجرایی و برنامه‌ریزی در حوزه گردشگری استان (کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری)، تخصص و تحصیلات دانشگاهی مرتبط (اساتید دانشگاه) و آشنایی با بافت فرهنگی و اجتماعی منطقه مورد مطالعه (هر دو گروه).

ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته ارجحیت‌بندی بود که با معیارهای شناسایی شده با 9 گزینه از اهمیت یکسان تا کاملاً مهم‌تر، مطابق جدول 3 تهیه شد. بدین صورت که در مرحله اول، پس از مرور ادبیات موضوع و بررسی مدل‌ها و پژوهش‌های مرتبط، چهار شاخص توانمندسازی اقتصادی، توانمندسازی روانشناختی، توانمندسازی سیاسی و توانمندسازی اجتماعی به همراه شاخص‌های آن‌ها شناسایی شد. در مرحله دوم، مبادرت به ساخت پرسشنامه ارجحیت‌بندی برای اولویت‌بندی شاخص‌های آن‌ها از دیدگاه کارشناسان و اساتید حوزه مدیریت و گردشگری شد که شامل 4 معیار اصلی و 23 زیر معیار بود (نمونه‌ای از سؤالات پرسشنامه: ظرفیت‌سازی، یادگیری و توسعه مهارت‌های کارآفرینی تا چه میزان در توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه اثرگذار است؟). روایی پرسشنامه به تأیید 4 نفر از اساتید متخصص در حوزه کارآفرینی، گردشگری و برنامه‌ریزی روستایی و همچنین 3 نفر از کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (شامل معاونت گردشگری و دو نفر از کارشناسان این حوزه) رسید. پایایی پرسشنامه AHP نیز از طریق نرخ ناسازگاری، مورد سنجش قرار گرفت. در صورتی که این نرخ کمتر از 0/1 باشد بیانگر پایایی مناسب است. در این تحقیق، نرخ ناسازگاری کلیه شاخص‌ها و زیرشاخص‌های پرسشنامه کمتر از 0/1 به دست آمد (شاخص توانمندسازی اجتماعی: 0/02؛ توانمندسازی اقتصادی: 0/01؛ توانمندسازی روانشناختی: 0/01؛ توانمندسازی روانشناختی: 0/02 و نرخ ناسازگاری مجموع پرسشنامه: 0/02). داده‌های

به دست آمده از تکمیل پرسشنامه‌ها، به شرحی که در ادامه می‌آید به کمک نرم‌افزار Expert Choice تحلیل شد.

جدول 3. ضرایب مقایسه‌های زوجی (برتری گزینه‌ها)

امتیاز	تعریف	توضیح
1	اهمیت مساوی	در تحقق هدف، دو شاخص اهمیت مساوی دارند.
3	اهمیت اندکی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق هدف، اهمیت اندکی بیشتر از زاست.
5	اهمیت بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق هدف، اهمیت بیشتر از زاست.
7	اهمیت خیلی بیشتر	تجربه نشان می‌دهد که برای تحقق هدف، اهمیت خیلی بیشتر از زاست.
9	اهمیت مطلق	اهمیت خیلی بیشتر نسبت به زبه‌طور قطعی به اثبات رسیده است.
2 و 4 و 6 و 8	ترجیحات بینابین	هنگامی که حالت میانه وجود دارد.

یافته‌ها

توصیف جمعیت شناختی

42 درصد از پاسخ‌دهندگان زن و 58 درصد مرد بودند. تمامی پاسخ‌دهندگان بالاتر از 30 سال سن داشتند که 27 درصد 31 تا 40 سال، 42 درصد 41 تا 50 سال و 31 درصد بیش از 50 سال بودند. 12 درصد از پاسخ‌دهندگان دارای مدرک کارشناسی، 50 درصد مدرک کارشناسی ارشد و 38 درصد نیز دارای مدرک دکترا بودند. از نظر سنوات خدمت، 35 درصد بین 5 تا 10 سال، 46 درصد بین 11 تا 20 سال و 19 درصد نیز بیش از 20 سال سابقه خدمت داشتند.

فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP)

اولین قدم در فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی، ایجاد یک نمایش گرافیکی از مسئله است که در آن هدف، معیارها و گزینه‌ها نشان داده می‌شوند. سطح صفر در سلسله‌مراتب، هدف را نشان داده و سطح یک، معیارهای مسئله را مطرح می‌کند و در سطح آخر، گزینه‌ها نشان داده می‌شوند. در مرحله دوم، مقایسه‌های زوجی، بین معیارها و زیرمعیارهای تصمیم‌گیری از طریق تخصیص امتیازات عددی براساس جدول 9 کمّیتی از اهمیت مساوی تا اهمیت مطلق انجام

می شود. سپس تعیین وزن «عناصر تصمیم» نسبت به هم از طریق مجموعه‌ای از محاسبه‌های عددی و در نهایت، محاسبه نرخ ناسازگاری از طریق تقسیم شاخص سازگاری بر شاخص تصادفی انجام می شود.

یافته‌ها و تعیین اولویت عناصر مدل

1- تعیین اولویت شاخص‌های اصلی بر اساس هدف

چون در مقایسه مراحل اصلی، چهار معیار وجود دارد، تعداد مقایسه‌های انجام شده برابر

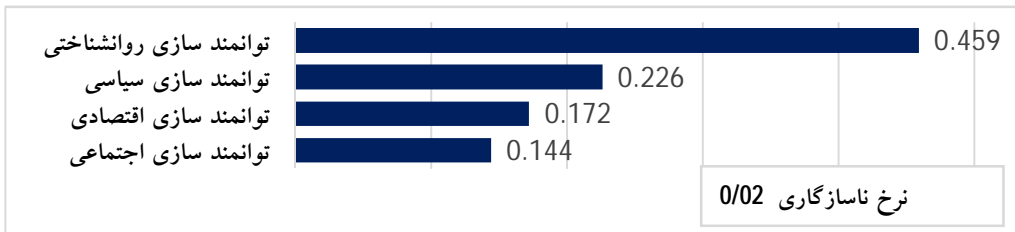
است با:

$$\frac{n(n-1)}{2} = \frac{4(4-1)}{2} = 6$$

بنابراین 4 مقایسه زوجی انجام شده که با استفاده از روش میانگین هندسی، تجمیع و برای محاسبه وزن نهایی معیارها استفاده شده است.

جدول 4. تعیین اولویت شاخص‌های اصلی

هدف: تعیین مهم‌ترین بُعد در مؤلفه‌های اصلی				
ابعاد	توانمندسازی روانشناختی	توانمندسازی سیاسی	توانمندسازی اقتصادی	توانمندسازی اجتماعی
وزن	0/459	0/226	0/172	0/144
نرخ ناسازگاری = 0/02				



شکل 1. نمایش گرافیکی اولویت مؤلفه‌های اصلی

بر اساس بردار ویژه به دست آمده، شاخص توانمندسازی روانشناختی با وزن 0/459 بیشترین اولویت را دارد. توانمندسازی سیاسی با وزن 0/226، توانمندسازی اقتصادی با وزن 0/172 و

توانمندسازی اجتماعی با وزن 0/144 به ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. نرخ ناسازگاری مقایسه‌های انجام شده، 0/02 به دست آمده است که کوچک‌تر از 0/1 می‌باشد و بنابراین می‌توان به مقایسه‌های انجام شده اعتماد کرد.

2- تعیین اولویت زیرشاخص‌ها

در جدول 5، اولویت معیارهای هر شاخص و نیز مدل نهایی تحقیق ارائه شده است. جدول شماره 5، رتبه هر کدام از زیرشاخص‌های پژوهش را نشان می‌دهد. این اولویت‌بندی نشان می‌دهد که در بین معیارهای شاخص توانمندسازی روانشناختی، ارتقای آگاهی از نیازها و توانایی‌های محلی با وزن 323/، بیشترین اهمیت را دارد. شاخص شناسایی رهبران محلی با وزن 309/، در شاخص توانمندسازی سیاسی، اهمیت بیشتری دارد. از میان معیارهای شاخص توانمندسازی اقتصادی، حمایت از بخش خصوصی به منظور سرمایه‌گذاری با وزن 232/، و در بین معیارهای شاخص توانمندسازی اجتماعی، ارتقای کیفیت زندگی ساکنان با وزن 221/، بیشترین اهمیت و اولویت نسبت به سایر شاخص‌ها را دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

یکی از توانایی‌های مولد برای ارتقای شاخص‌های توسعه جوامع محلی در ایران، گردشگری روستایی است که در ادبیات مدیریت گردشگری در ذیل عنوان «اکوتوریسم کارآفرینانه» قرار می‌گیرد. این نوع از گردشگری به دلیل اینکه نیازمند مداخله و مشارکت مستقیم ساکنان جوامع محلی است، در رویکرد توانمندسازی، نیازمند در نظر گرفتن ظرافت‌هایی است که بدون توجه به آنها، در عمل با پروژه‌های مرتبط با ناکامی مواجه خواهند شد. در همین راستا، این پژوهش به شناسایی شاخص‌های توانمندسازی اجتماع‌محور مبتنی بر ادبیات نظری موجود و سپس اولویت‌بندی آنها از دیدگاه خبرگان این عرصه پرداخته است. در سطح شاخص‌های اصلی، نتایج نشان داد که شاخص توانمندسازی روانشناختی با وزن 459/، در جایگاه اول، توانمندسازی سیاسی با وزن 226/، رتبه دوم، توانمندسازی اقتصادی با وزن 172/، در رتبه سوم و توانمندسازی اجتماعی با وزن 144/، در جایگاه چهارم قرار دارند.

جدول 5. تعیین اولویت زیرشاخص‌ها و مدل نهایی تحقیق

وزن شاخص	رتبه شاخص	شاخص‌ها	وزن شاخص	اولویت شاخص‌های اصلی	
.323	1	ارتقای آگاهی از نیازها و توانایی‌های محلی	.459	توانمندسازی روانشناختی	اول
.262	2	حمایت و پشتیبانی از هویت محلی			
.185	3	حفظ سنت‌های بومی و منابع فرهنگی			
.128	4	ایجاد رضایت در ساکنان و گردشگران			
.102	5	ارتقای عزت نفس و مباحثات به جامعه			
.309	1	شناسایی رهبران محلی	.226	توانمندسازی سیاسی	دوم
.251	2	مدیریت تعارضات ساکنان محلی			
.166	3	مشارکت جامعه محلی در فرایندهای تصمیم‌گیری			
.142	4	تغییر در توازن قدرت			
.132	5	پشتیبانی از سازمان‌های محلی			
.232	1	حمایت از بخش خصوصی به منظور سرمایه‌گذاری	.172	توانمندسازی اقتصادی	سوم
.232	2	مالکیت محلی شرکت‌های کوچک و متوسط			
.209	3	ارتقای یادگیری و توسعه مهارت‌های کارآفرینی			
.139	4	ارائه منابع مالی به کسب‌وکارهای کوچک			
.109	5	شبکه‌سازی اقتصادی محلی			
.079	6	توزیع برابر زمین به ساکنان			
.221	1	ارتقاء کیفیت زندگی	.144	توانمندسازی اجتماعی	چهارم
.197	2	ارتقاء مشارکت و همکاری			
.184	3	تقویت حس مثبت به جامعه			
.150	4	ایجاد تعامل بین ذی‌نفعان			
.113	5	انسجام اجتماعی			
.077	6	مشارکت زنان در توسعه			
.057	7	شبکه‌سازی محلی			

در پژوهش‌های دیگری نیز توانمندسازی ساکنان محلی به‌عنوان پیش‌نیاز حیاتی توسعه کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی مورد تأکید قرار گرفته است. از آن جمله، ژانو و

ریتیچی (2007)، با ارائه چارچوبی با عنوان «گردشگری ضد فقر»، مهم‌ترین ابزار موفقیت این چارچوب را توانمندسازی جامعه محلی بیان کرده‌اند. هاگرت (2009) در پژوهشی با محوریت بررسی پایداری اجتماعی و فرهنگی گردشگری جامعه‌محور روستایی، استدلال کرده است که توسعه گردشگری پایدار روستایی، بدون تحقق عدالت اجتماعی و مشارکت فعال جامعه محلی امکان‌پذیر نیست. شیونز (1999)، بولی و همکاران (2014)، دنگی و جمال (2016) و استرزلکا و همکاران (2017) نیز در پژوهش‌های خود، مهم‌ترین شاخص‌های توانمندسازی در حوزه اکوتوریسم را شامل توانمندسازی روانشناختی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی معرفی کرده‌اند. ضمن اینکه هم‌راستا با نتایج این پژوهش، شیونز (1999) و بولی و همکاران (2014) نیز در پژوهش‌های خود، توانمندسازی روانشناختی را به‌عنوان مهم‌ترین عنصر موفقیت اکوتوریسم معرفی کرده‌اند.

در تحلیل این نتیجه می‌توان این‌گونه استدلال کرد که آنچه برای توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه در مراحل اولیه لازم است، تأکید بر فرایندها و توانمندسازی ذهنی و روانی است تا محرک‌های مادی و مالی. بدین معنا که توانایی‌های توسعه اکوتوریسم در استان سیستان و بلوچستان بسیار فراوان هستند. در گام اول، جامعه محلی باید با این توانایی‌های بالقوه و مزیت‌های نسبی آن‌ها آشنایی پیدا کند. مزیت‌هایی که در نگاه ظاهری شاید چندان به چشم نمی‌آیند اما با نگاه عمقی و تیزبینانه، بسیاری از مناطقی که توانایی‌های ظاهری (طبیعی-جغرافیایی) برای گردشگری ندارند امکان دارد در شاخص‌های فرهنگی، آداب و رسوم، صنایع دستی، غذاهای محلی و... دارای ظرفیت‌های بالقوه بسیاری برای جذب گردشگران باشند. بنابراین، شناخت عمیق جامعه محلی از این توانایی‌ها و باور به اینکه امکان اقتصادی و مولد کردن آن‌ها وجود دارد، بسیار اساسی است. رتبه‌بندی معیارهای شاخص توانمندسازی روانشناختی نیز از اهمیت آگاه‌سازی جامعه محلی از قابلیت‌ها و توانایی‌های محیط پیرامونی‌اش حکایت دارد. ضمن اینکه اولویت‌بندی معیارهای این شاخص نشان می‌دهد که با توجه به بافت سنتی و فرهنگی استان، در فرایند توانمندسازی روانشناختی، جامعه محلی باید به این باور و

اطمینان برسد که با توسعه گرد شگری، هویت محلی و بافت فرهنگی جامعه مورد نظر، آسیبی نخواهد دید.

پس از توانمندسازی روانشناختی، در گام دوم، تأکید بر توانمندسازی سیاسی، اولویت بیشتری دارد. اولویت بندی معیارهای این شاخص نیز نشان دهنده اهمیت بیشتر شناسایی رهبران محلی با وزن 0/309 است. شاخص های مدیریت تعارضات ساکنان محلی، مشارکت جامعه محلی در فرایندهای تصمیم گیری، تغییر در توازن قدرت و پشتیبانی از سازمان های محلی به ترتیب در رتبه های بعدی قرار دارند. استان سیستان و بلوچستان و به ویژه جامعه روستایی آن، دارای ساختاری قومی بوده که به طور معمول اعضای ساکن در هر روستا، به طور عمده از یک طایفه بوده و نقش افراد تأثیرگذار محلی، به ویژه ریش سفیدان و معتمدان در مدیریت آنها بسیار اثرگذار می باشد. از این رو، نیاز است در فرایند توانمندسازی سیاسی، معتمدان محلی، شناسایی شده، در رابطه با اثرات مثبت طرح های کارآفرینانه توجیه شده و از این طریق، زمینه همراهی آنها با ساکنان محلی در نقش اهرم و محرک قابل اتکاء، فراهم شود. ضمن اینکه به طور معمول در جوامع روستایی به دلیل اختلاف های طایفه ای، مالکیت زمین و... امکان دارد تعارضاتی وجود داشته باشد که در توانمندسازی سیاسی نیاز است به مدیریت این تعارضات پرداخته شده و از این طریق، ضمن هم سوئی ساکنان محلی، زمینه مشارکت بیشتر آنها در فرایندهای تصمیم گیری فراهم شود.

در گام سوم و پس از توانمندسازی روانشناختی و سیاسی، توانمندسازی اقتصادی در رتبه سوم قرار دارد. حتی اگر جامعه محلی توانایی اقتصادی مناسبی نیز داشته باشند، اما شاخص های توانمندسازی روانشناختی و سیاسی در سطح جامعه، دارای ضریب پایینی باشد، امکان استفاده مطلوب از منابع اقتصادی در راستای برنامه های کارآفرینانه فراهم نخواهد بود. بنابراین ضرورت دارد در گام سوم، زمینه حضور سرمایه گذاران بخش خصوصی، بیشتر فراهم شده، شرکت های کوچک و متوسط با مالکیت محلی گسترش پیدا کرده، برنامه های آموزشی و ترویجی اثرگذاری برای ارتقای ظرفیت یادگیری و توسعه مهارت های کارآفرینی ساکنان انجام شود. در رابطه با توانمندسازی اقتصادی، رویکرد دیگری که می تواند به تأمین مالی پروژه ها ختم

شود، شبکه‌سازی اقتصادی در سطح جامعه محلی است. ایجاد صندوق‌های مالی و تعاونی محلی می‌تواند به نحو اثرگذاری پس‌اندازهای خرد افراد را تجمع و در قالب یک شبکه اقتصادی با بنیۀ مالی قوی عمل کند.

در اولویت‌بندی شاخص‌های توانمندسازی اجتماع‌محور در حوزه اکوتوریسم، توانمندسازی اجتماعی در جایگاه چهارم قرار گرفته است. در رابطه با قرار گرفتن این شاخص در رتبه چهارم، نکته مهمی باید یادآوری شود و آن اینکه ساختار اجتماعی در مناطق روستایی استان سیستان و بلوچستان، به‌طور عمده مبتنی بر مناسبت‌های قومی، طایفه‌ای و متأثر از بافت فرهنگی و باورهای محلی است. بدین مفهوم که اکثریت معیارهای این شاخص، به‌طور طبیعی در میان ساکنان مناطق روستایی وجود دارد. مشارکت و همکاری، به‌طور عمده در میان مردم محلی در عرصه‌های مختلف از قبیل کشاورزی، ازدواج جوانان، ساخت منزل و... وجود دارد. از سویی دیگر، قرار گرفتن افراد هر روستا در ذیل پایگاه اجتماعی «قوم» منجر به انسجام اجتماعی بیشتر در این مناطق شده است. بنابراین، قرار گرفتن این شاخص در رتبه آخر این اولویت‌بندی، به مفهوم کم‌اهمیت بودن شاخص‌های آن نیست، بلکه توانایی‌های اجتماعی بالقوه‌ای که در این مناطق وجود دارد، باعث شده است تا خیرگان مشارکت‌کننده در پژوهش، برای ایجاد و نهادینه‌سازی سایر شاخص‌ها اهمیت بیشتری قائل شوند.

پیشنادهای کاربردی

« تدوین سند جامع توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه و شناسایی توانایی‌های منحصر به فرد روستاهای هدف. مبتنی بر این سند، برگزاری دوره‌های آموزشی آشنایی با ظرفیت‌های محلی برای گردشگری می‌تواند به آگاه‌سازی جامعه محلی از این استعدادها کمک شایانی کند.

« با توجه به بافت فرهنگی، به‌ویژه در مناطق روستایی استان و حساسیت ساکنان به حفظ هویت بومی و فرهنگ‌های محلی، نیاز است با بهره‌گیری از متخصصان روانشناسی و جامعه‌شناسی آگاه به بافت اجتماعی منطقه، دوره‌های توجیه‌سازی با رویکرد اطمینان

ساکنان از مصونیت و حتی تقویت آداب و رسومشان در برابر ورود گردشگران برگزار شود.

◀ فرایند برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری در نظام اداری، یک طرفه و دولت‌محور نباشد و حتی‌المقدور در جلسات مرتبط و کمیسیون‌ها و کارگروه‌های اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، از بهره‌برداران طرح‌های گردشگری و ذی‌نفعان محلی استفاده شود.

◀ با توجه به اندک بودن سواد کارآفرینی در جامعه به‌طور کلی و مناطق روستایی به‌طور خاص، ضرورت دارد دوره‌ها و کارگاه‌های آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار (شناسایی، راه‌اندازی، بازاریابی، تبلیغات، توسعه و...) به‌طور مداوم و با رویکرد تلفیقی تئوری - تجربی برای بهره‌برداران طرح‌های گردشگری روستایی، برگزار شود.

◀ در رابطه با حمایت‌های مالی از کارآفرینان این حوزه، اگرچه تمایل اندکی به دریافت تسهیلات بانکی در منطقه وجود دارد، اما با توجه به اینکه توسعه گردشگری روستایی در استان در آغاز راه است، ضرورت دارد تسهیلات مالی با رویکرد حمایتی - انگیزشی، به‌طور گسترده‌تری در اختیار متقاضیان طرح‌های توسعه گردشگری قرار گیرد.

◀ در پایان باید به این نکته اذعان کرد که مدل توانمندسازی ارائه شده، برای مناطقی که در آغاز راه توسعه اکوتوریسم جامعه‌محور هستند، قابلیت کاربرد بیشتری دارد. چرا که وقتی در جامعه‌ای مدیریت گردشگری به مرحله بلوغ و تکامل برسد، خود می‌تواند منجر به ارتقای شاخص‌های توانمندی در حوزه‌های مختلف شود. بنابراین، به محققان آتی پیشنهاد می‌شود ضمن ارزیابی شاخص‌های توانمندسازی در سایر مناطق، به بررسی آثار اکوتوریسم کارآفرینانه بر توانمندسازی جوامع محلی در ابعاد مختلف پرداخته شود.

منابع

- اسماعیل‌زاده، حسن؛ صرافی، مظفر؛ توکلی‌نیا، جمیله (1390). تحلیلی بر رویکردهای توسعه گردشگری در اجتماعات محلی، نشریه علوم محیطی، 9(2): 119-142.
- حاجی‌نژاد، علی؛ پایدار، ابوذر؛ باقری، فاطمه؛ عبدی، ناصر (1394). تدوین برنامه راهبردی توسعه گردشگری روستایی ایران، فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان، 2(8): 111-135.
- رضاقلی‌زاده، مهدیه (1395). بررسی تأثیر گردشگری بر مثلث فقر، نابرابری و رشد اقتصادی، مطالعات مدیریت گردشگری، 11(4): 125-160.
- شهرکی، حسن؛ موحدی، رضا و یعقوبی‌فرانی، احمد (1395). واکاوی مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی روستایی: یک پژوهش کیفی، توسعه کارآفرینی، 9(4): 749-767.
- Arnstein, S.R. (1969). A ladder of citizen participation. *J. Am. Inst. Plan.* 35, 216–224.
- Arsic, S., Nolic, D., Zivcovic, Z. (2017). Hybrid SWOT - ANP - FANP model for prioritization strategies of sustainable development of ecotourism in National Park Djerdap, Serbia, *Forest Policy and Economics*, 80, 11–26.
- Billington, R.D.; Carter, N.; Kayamba, L. (2008). The practical application of sustainable tourism development principles: A case study of creating innovative place-making tourism strategies. *Tour. Hosp. Res.* 8, 37–43.
- Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49, 33–50.
- Brown, K. G., & Cave, J. (2010). Island tourism: Marketing culture and heritage – editorial introduction to the special issue. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 87–95.
- Butler, R.; Curran, R.; O’Gorman, K.D. (2013). Pro-poor tourism in a first world urban setting: Case study of Glasgow Govan. *Int. J. Tour. Res.* 15.
- Cobbinah, P. B. (2015). Contextualising the meaning of ecotourism, *Tourism Management Perspectives*, 16, 179–189.
- Croes, R., Lee, S. H., & Olson, E. D. (2013). Authenticity in tourism in small island destinations: A local perspective. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 11(1–2), 1–20.
- Dangi, T. B. & Jamal. T. (2016), An Integrated Approach to “Sustainable Community-Based Tourism”, *Sustainability*, vol. 8, issue 5, 1-32.
- Haring, L. S. & Claudio, M. (2014), Touring responsibility: The trouble with ‘going local’ in community-based tourism in Thailand, *Geoforum, Volume 51*, 96-106.
- Hockert, E. (2009). Sociocultural sustainability of rural community-based tourism : case study of local participation in fair trade coffee trail, Nicaragua, *Thesis for: MSc, Linnaeus University*, Department of Organization and Entrepreneurship.
- Hummel, J., Jong, H. d., & Dhiradityakul, K. (2013). Innovating CBT in ASEAN: Current Directions and New Horizons. Chiang Mai, Thailand: *Thailand Community Based Tourism Institute*.

- Jamal, T.; Stronza, A. (2009). Collaboration theory and tourism practice in protected areas: Stakeholders, structuring and sustainability. *Sustainable Tour.* 17, 169–189.
- Jamal, T.B.; Getz, D. (1995). Collaboration theory and community tourism planning. *Ann. Tour. Res.* 22, 186–204.
- Kaján, E. (2014). Community perceptions to place attachment and tourism development in Finnish Lapland. *Tourism Geographies*, 16(3), 490–511.
- Li, Y. (2004). Exploring community tourism in China: The case of Nanshan cultural tourism zone. *J. Sustainable Tour.* 12, 175–193.
- Manyara, G., & Jones, E. (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6), 628–644.
- Matarrita-Cascante, D. (2010). Changing communities, community satisfaction, and quality of life: A view of multiple perceived indicators. *Social Indicators Research*, 98(1), 105–127.
- Mbaiwa, J. E. Stronza, A. L. (2010). The effects of tourism development on rural livelihoods in the Okavango Delta, Botswana. *Sustain. Tour.* 18, 635.
- Mitchell, R., & Reid, D. G. (2001). Community integration: Island tourism in Peru. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 113–139.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach.* London: Routledge.
- Okazaki, E. (2008). A community-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5), 511–529.
- Park, D. B; Lee, K. W; Choi, H. S; Yoon, Y. (2012), Factors influencing social capital in rural tourism communities in South Korea. *Tourism Management*, No 33, 1511–1520.
- Peroff, D. M., Deason, G. G., Seekamp, E., Iyengar, J. (2017). Integrating frameworks for evaluating tourism partnerships: An exploration of success within the life cycle of a collaborative ecotourism development effort, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 100–111.
- Poitras, L.; Donald, G. (2006). Sustainable wine tourism: The host community perspective. *J. Sustain. Tour.* 14, 425–448.
- Ramos, A. M., & Prideaux, B. (2014). Indigenous ecotourism in the Mayan rainforest of Palenque: empowerment issues in sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 461–479.
- Reed, M. G. (1997). Power relations and community-based tourism planning. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 566–591.
- Russell, P. (2000). Community-based tourism. *Travel Tour. Anal.* 5, 89–116.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20, 245–249.
- Scheyvens, R. (2011). *Tourism and poverty.* London, UK: Routledge.
- Scheyvens, R., & Russell, M. (2012). Tourism and poverty alleviation in Fiji: Comparing the impacts of small- and large-scale tourism enterprises. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 417–436.
- Sebele, L. S. (2010). Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana, *Tourism Management*, No. 31, 136–146.
- Sharpley, R. (2007). Flagship attractions and sustainable rural tourism development: The case of the Alnwick Garden, UK. *J. Sustain. Tour.* 15, 125–143.

- Simmons, D.G. (1994). Community participation in tourism planning. *Tour. Management*, 15, 98–108.
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Woosnam, K., K. (2017), Place attachment and empowerment: Do residents need to be attached to be empowered? *Annals of Tourism Research*, No, 66, 61–73.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633.
- UNWTO Annual Report (2015), *Published by the World Tourism Organization (UNWTO)*, Madrid, Spain.
- Vajirakachorn, T. (2011). Determinants of Success for Community-Based Tourism: The Case of Floating Markets in Thailand. *Ph.D. Thesis, Texas A&M University, College Station, TX, USA*.
- Yang, J., Ryan, C., & Zhang, L. (2013). Social conflict in communities impacted by tourism. *Tourism Management*, 35, 82-93.
- Zhao, W., Ritchie, B. (2007), Tourism and Poverty Alleviation: An Integrative Research Framework, *Journal of Current Issues in Tourism*, [Issue 2-3](#), 119-143.