


Spatial Analysis of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural (Study Case: Territorial Region 9)

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	Considering the importance of small businesses in the country's economy, clusters can provide a suitable platform for the sustainability of tourism destinations due to their many relative and competitive advantages. Therefore, the aim of the current research is to explain the spatial clustering of small businesses in tourist villages. This research has been done in a descriptive-survey method, which is based on a survey of experts and stakeholders. The statistical population of the study (including 128 villages with 189 ecotourism Ecolodges in the 9th Territorial Region (North, Razavi and South Khorasan). According to the personal estimation method, 20% of the volume of the statistical population was used as a basis, which finally determined the number of 26 villages. Data analysis was done using GIS software. The results of the multi-criteria analysis technique showed that the villages of Namagh, Mazinan, Zaferanieh, Arzeneh, Karimo have stronger potential than the other villages studied, and the results of the Gutman model showed that the villages of Kang, Zafaranieh, Khorashad, Firouze and Ruyin have They are at a high level in terms of wealth compared to other studied villages. Also, the characteristics of small rural business clusters were examined and the results showed that small rural tourism businesses in the region do not have geographical and sectoral concentration, in terms of internal and external linkages, horizontal communication was And the vertical between rural small businesses and other businesses has been excellent in most cases and poor in some cases
Article history: Received 18 March 2022 Received in revised form 10 June 2022 Accepted 16 June 2022 Published online 25 June 2022	
Keywords: <i>Small Businesses,</i> <i>Clusters,</i> <i>Gutman,</i> <i>Territorial Region 9.</i>	
Cite this article: Author, A. A., Author, B. B., & Author, C. C. (year). Article title. <i>Journal Title</i> , 56 (1), 1-20. DOI: http://doi.org/00000000000000000000	
© The Author(s). Press.  DOI: http://doi.org/000000000000000000000000	
Publisher: University of Tehran	

تحلیل فضایی خوشه‌های گردشگری با تاکید بر کسب و کارهای کوچک
روستایی (مورد مطالعه: منطقه 9 آمایش سرزمین)

اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

1400/10/20

تاریخ بازنگری:

1400/11/25

تاریخ پذیرش:

1400/11/28

تاریخ انتشار:

1401/1/25

با توجه به اهمیت کسب و کارهای کوچک در اقتصاد کشور، خوشه‌ها به دلیل برخورداری از مزایای متعدد نسبی و رقابتی می‌توانند بستر مناسبی را برای پایداری مقاصد گردشگری فراهم آورند. از این رو، هدف از پژوهش حاضر تبیین فضایی خوشه‌های کسب و کارهای کوچک در روستاهای گردشگری است. این پژوهش به شیوه توصیفی-پیمایشی انجام شده است و بر پایه نظرخواهی از خبرگان و ذی‌نفعان استوار است. جامعه آماری پژوهش (شامل 128 روستا در منطقه 9 آمایش سرزمین (استان‌های خراسان شمالی، رضوی و جنوبی)) می‌باشد. براساس روش تخمین شخصی، 20 درصد از حجم جامعه آماری مینا قرار گرفت که در نهایت تعداد 26 روستا تعیین شد. تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار GIS صورت گرفت. نتایج حاصل از تکنیک حاصل ضرب تحلیل چند معیاره نشان داد روستاهای نامق، مزینان، زعفرانیه، ارزنه، کریمو دارای پتانسیل قوی‌تری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه هستند و نتایج حاصل از مدل گاتمن نشان داد روستاهای کنگ، زعفرانیه، خراشاد، فیروزه و رویین به لحاظ برخورداری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارند. همچنین به بررسی مشخصات خوشه‌های کسب و کارهای کوچک روستایی پرداخته شد و نتایج در این مورد نشان داد، کسب و کارهای کوچک گردشگری روستایی در منطقه از تمرکز جغرافیایی و بخشی برخوردار نیستند، به لحاظ پیوندهای درونی و بیرونی به این صورت بود که ارتباطات افقی و عمودی میان کسب و کارهای کوچک روستایی با هم و سایر کسب و کارها در بیشتر موارد عالی و در برخی موارد نیز ضعیف بوده است.

کلیدواژه‌ها: کسب و کارهای کوچک، خوشه‌ها، گاتمن، منطقه 9 آمایش

استناد: نام خانوادگی، نام، نام خانوادگی، نام (سال). عنوان مقاله، عنوان مجله، 2 (4)، 1-20.

DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

© نویسندگان.



DOI: <http://doi.org/00000000000000000000000000000000>

بیان مسئله

امروزه جهت توسعه صنعت گردشگری که نقش آفرینان آن بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند، رهیافت جدیدی با عنوان رهیافت خوشه‌ای به اجرا گذاشته شده است که رقابت‌پذیری هر چه بیشتر بنگاه‌ها را از طریق ساماندهی روابط بنگاه‌های کوچک و متوسط و حتی بزرگ هدف‌گذاری نموده است (سلطانی و همکاران، 1395: 2). در نتیجه این ساماندهی، کسب و کارهای کوچک علاوه بر نوآوری و انعطاف‌پذیری، توانسته‌اند توان رقابتی خود را بالا برده و محیط خلاق و پویایی را برای کسب و کار فراهم سازد (ضرغام و امینی، 1390: 96). به‌طوریکه مبتنی بر این سازماندهی، سازمان‌های بین‌الملل نظیر بانک جهانی و سازمان ملل متحد، طرح‌های متعددی را در کشورهای مختلف (آفریقای جنوبی، کوبا، آریزونا و...) چارچوب خوشه‌سازی، اجراء و مورد حمایت همه جانبه قرار داده‌اند. از این‌رو، با توجه به ویژگی‌های گردشگری روستایی، توجه به خوشه‌بندی فضایی گردشگری برای دستیابی به تعادل پایدار، ضرورت دارد (مرادی و همکاران، 1401: 18). در این راستا متناسب با تغییرات تکنولوژیکی و ارزیابی مداوم نیازهای بازار و فناوری، توسعه خوشه‌سازی کسب و کارهای کوچک مورد توجه سیاست‌های اقتصادی و صنعتی مناطق به ویژه مناطق گردشگری قرار گرفته است (موحدی و همکاران، 1400: 68). افزون بر این، خوشه‌های کسب و کار با مزایای حاصل از همجواری و هم مکانی واحدهای کسب و کار، (داداش‌پور و همکاران، 1392: 94)، بستر مناسبی برای ترویج تولیدات محلی، نوآوری، یادگیری جمعی و دسترسی بهتر به بازارهای رقابتی (دسترسی به مهارت‌ها، خدمات مشترک، زیرساخت‌های فیزیکی و علمی، شبکه، بازاریابی، سیستم‌های تولید، نوآوری و منابع مالی) فراهم کرده است (موحدی و همکاران، 1400: 69).

از آنجایی که کسب و کارها عمدتاً با مشکلاتی نظیر نبود همکاری بین بنگاه‌ها، فقدان توانایی در ارائه خدمات جدید و بهتر، شناخت ناکافی از مشتریان، فقدان نوآوری، کمبود زیرساخت‌های مناسب تبلیغاتی و... روبه‌رو هستند (حاجی محمد امینی و همکاران، 1390: 3). برون‌داد این مسئله به لحاظ پیامدها می‌تواند سبب ناپایداری مقاصد، بی‌عدالتی، نارضایتی، کاهش گردشگران و... شود (عزیزی و همکاران، 1402: 35). بنابراین ویژگی‌های چون تمرکز، همکاری و رقابت در خوشه باعث می‌شود شاکله زنجیره ارزش گردشگری شکل گرفته و متعاقباً اثرات آن در توسعه منطقه‌ای منعکس شود.

خوشه‌های گردشگری در برگیرنده واحدهای گردشگری هستند که از نظر جغرافیایی در سطوح مختلف روستا، شهر و شهرستان پراکنده‌اند. گردشگری روستایی نیز همانند دیگر بخش‌های ملی منطقه‌ای، یکی از مهمترین سطوح گردشگری در پهنه‌های روستایی است (اوتار و همکاران¹، 2017: 344).

نواحی روستایی در منطقه 9 آمایش به دلیل پیشینه تاریخی، شرایط اقلیمی، انواع جاذبه‌ها به مکانی مناسب جهت جذب گردشگران داخلی و خارجی تبدیل شده است. به عبارت دیگر گسترش صنعت گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند سبب اشتغال‌زایی و ماندگاری جمعیت روستایی شود. اما با وجود این شرایط، تبلیغات ضعیف جهت معرفی روستاهای گردشگری و عدم توازن و تعادل در توزیع زیرساخت گردشگری سبب عدم توسعه گردشگری می‌شود. در همین راستا، در مقیاس منطقه ما شاهد بی‌نظمی‌های فضایی در پراکندگی منابع، جاذبه‌ها، محصولات و به ویژه خدمات پشتیبانی گردشگری و در نهایت شبکه‌ای سازمانی یافته از مقصدهای گردشگری هستیم که مانعی بزرگ بر سر راه توسعه گردشگری پایدار است.

مرور ادبیات نظری و تجربی پیرامون خوشه‌های گردشگری نشان داده است که یک خوشه توسعه‌یافته می‌تواند بستر مشارکت بین ذینفعان محلی، تنوعی از محصولات و خدمات منحصر به فرد گردشگری توسط بخش‌ها و نهادهای مختلف، افزایش درآمد و اشتغال، مشارکت جوامع محلی در تصمیم‌گیری و عرضه محصولات و خدمات گردشگری فراهم کند.

از مشخصات خوشه‌های گردشگری می‌توان به تمرکز جغرافیایی و بخشی، همکاری در ارائه خدمات مکمل برای گردشگران و چالش و فرصت‌های مشترک نام برد (معرفی و همکاران، 1401: 154).

بر این اساس هدف از پژوهش حاضر تبیین فضایی خوشه‌های کسب و کارهای کوچک در روستاهای گردشگری است. در این راستا سوالات پژوهش به این صورت است که ابتدا توزیع فضایی خوشه‌های گردشگری در سطح منطقه چگونه است؟ ثانیاً در محدوده مورد مطالعه، خوشه‌های گردشگری وجود دارد؟ یا به عبارت دیگر، آیا کسب و کارهای کوچک گردشگری دارای تمرکز جغرافیایی و بخشی هستند و روابط همکاری میان آنها چگونه است و چه چالش‌هایی وجود دارد؟

¹ - Otar et al

پیشینه نظری و تجربی پژوهش

راهبرد خوشه‌ای یکی از الگوهای موفق سازماندهی کسب و کارهای کوچک و متوسط است که نزدیک به سه دهه بیشترین نقش را در توسعه منطقه‌ای داشته است. اولین بار در ارتباط با صنایع توسط مارشال با تأکید بر اهمیت تعاون و تشریک مساعی و پس از آن مایکل پورتر در سال 1990 در دانشگاه هاروارد مطرح کرد که در نهایت نظریه به نام او به رسمیت شناخته شد.

در ایران نیز اجرای پروژه‌های مختلف توسعه خوشه‌های کسب و کار، ابتدا در بخش صنعت (سال 1382¹) و پس از آن در بخش گردشگری (سال 1390) توسط معاونت صنایع کوچک وزارت صنایع و معدن ایران تصویب شده است. در حوزه توسعه ادبیات نظری نیز کتاب و مقالاتی تألیف گردیده است² (مفاخری و قادرمرزی، 1400: 247). بنابراین اگرچه تا مدت‌ها خوشه‌های گردشگری در مرحله جنینی بودند، اکنون در فرآیند برنامه‌ریزی گردشگری به کانون مباحث تبدیل شده‌اند و کارهای ارزنده‌ای در این زمینه صورت گرفته است.

طبق تعریف پورتر، خوشه به معنای شکل‌گیری یک سیستم کار جمعی در بین بازیگران مختلف است که سبب ارزش افزوده برای تمامی مقاصد گردشگری می‌شود (تایسونگ³، 2016: 28-29).

همانطور که پورتر می‌گوید، از آنجا که اعضای خوشه به یکدیگر وابسته هستند، عملکرد بهتر یک بنگاه سبب موفقیت جمعی آنها می‌شود. تأکید بر درک چگونگی تأثیر عملکرد ذینفعان، منابع و سرمایه اجتماعی موجود در تشکیل خوشه‌های گردشگری موثر است. بنابراین، درک روابط متقابل و شبکه‌های موجود بین ذینفعان گردشگری بسیار مهم است و این امکان را برای ایجاد خوشه‌هایی فراهم می‌آورد که هویت یک مکان، عملکرد اقتصادی و تعاملات بین بازیگران، فعالیت‌ها و منابع را شکل می‌دهد (همان، 28-29).

¹ - شناسایی 192 خوشه صنعتی در 17 استان کشور

² - چاپ کتاب ارزشمند "خوشه گردشگری، رهیافتی نوین در صنعت گردشگری توسط یآوری در سال 1385 و پایان نامه چون الگو خوشه‌ای گردشگری پزشکی ایران

³ - Thaithong

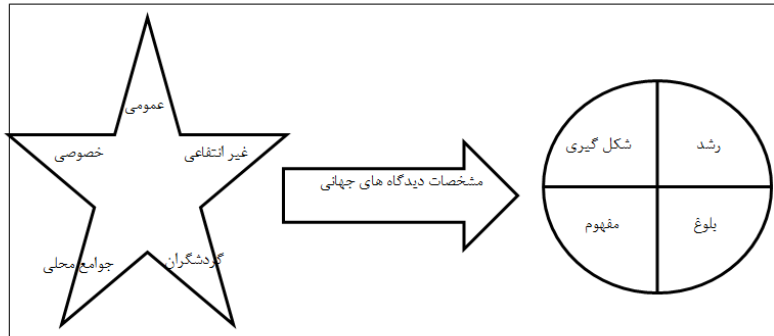
خوشه‌ها بسته به عمق و پیچیدگی‌شان، شکل‌های متنوعی دارند و شامل خوشه‌های طبیعی یا خودجوش^۱ و ایجادي^۲ هستند. به عبارتی مانند یک کیک چند لایه از تعاملات اقتصادی محسوب می‌شوند که شامل نهادهای اقتصادی پایه (زیرساخت‌ها، منابع انسانی، سرمایه و محیط کسب و کار)، عرضه (آموزش، توزیع و بازاریابی و...) و بازار نهایی (مصرف‌کننده) است. اردن، لبنان، ارمنستان، ترکیه و... کشورهایی هستند که از طریق راهبرد خوشه‌سازی، بر چالش‌های موجود کسب و کارهای گردشگری خود غلبه کردند (حاجی محمد امینی و همکاران، 1390: 3).

کسب و کارهای کوچک در حال حاضر نیز به دلیل مقیاس کوچک تولید، دوری از بازارهای عمده مصرف و... توان رقابت خود را از دست داده‌اند. اما با این وجود آنها نقش مهمی در توسعه اقتصاد محلی و کمک به توسعه مناطق حاشیه‌ای دارند. بنا به نظر پورتر مناطق بایستی از توسعه اقتصادی انباشته سنتی فرارفته و خوشه‌های رقابتی ایجاد کنند تا به یک مقصد بسیار رقابتی بدل شوند (فاضلی، 1395: 1).

بر مبنای مدل الماس پورتر فرآیند ایجاد خوشه گردشگری دولت، بخش خصوصی و جوامع محلی و گردشگران هستند که بر اساس فاکتورهای شرایط عوامل رقابتی، وجود صنایع مهم و حمایت‌کننده، شرایط تقاضا، ملاحظات محیط‌زیستی مقصد و استراتژی کسب و کار و رقابت، خوشه‌های گردشگری در منطقه را شکل می‌دهند (شکل 1 و 2).

1 - خوشه طبیعی در مقابل خوشه ایجادي است و منظور از آن خوشه‌هایی است که به طور خودجوش طی سالیان گذشته شکل گرفته است

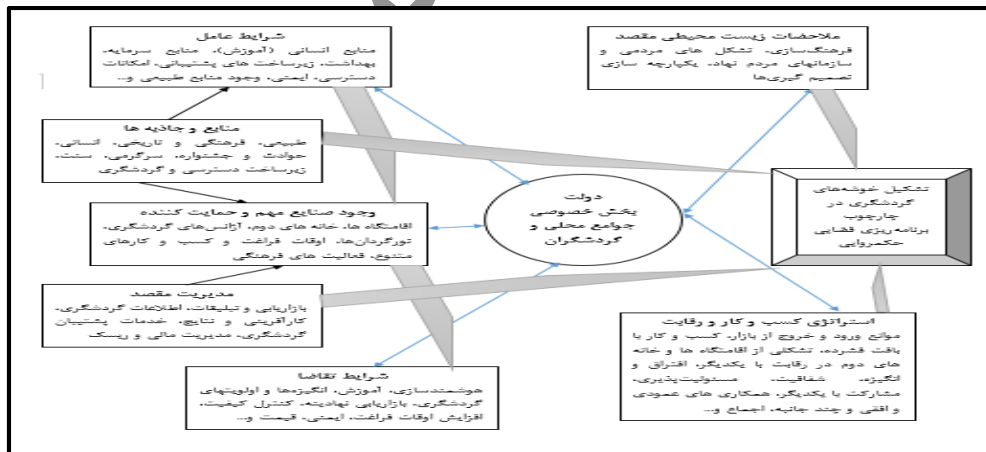
2 - معمولاً سیاست عمومی کشورها، ایجاد خوشه نیست، بلکه شناسایی خوشه‌های موجود و خودجوش و کمک به آنها برای توسعه و پایداری است



65

شکل 1. مراحل خوشه بندی گردشگری ماخذ: (تایسونگ، 2016: 110)

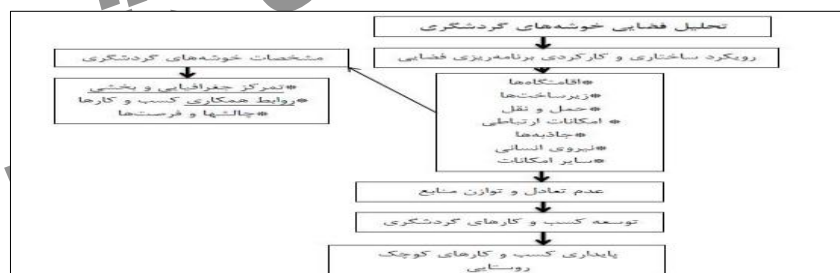
این عوامل هر یک با بخش های مختص به خود با بدنه دولت مرتبط هستند (اصل پیوند افقی) و بر اساس سیاست های کلی در نظر گرفته شده کنترل و پایش می شوند (اصل پیوند عمودی) همچنین این عوامل در ارتباط متقابل با بخش های خصوصی و جوامع محلی و گردشگران هستند (اصل پیوند افقی) که این ارتباط باعث ارائه استراتژی های مختلف برای محصولات گردشگری و نوآوری شده و آموزش هر چه بهتر نیروی انسانی را در پی دارد (آستا، 1395: 69).



شکل 2. فرآیند تشکیل خوشه گردشگری ماخذ: (آستا، 1395: 68)

بنابراین پیوندها در خوشه‌ها می‌توانند درونی یا بیرونی بین بازیگران باشند. پیوند درونی نیز خود به دو رابطه افقی و عمودی قابل تفکیک است. روابط عمودی و افقی اصلی‌ترین پیوندهای درون خوشه محسوب می‌شوند که نقش بسیار موثری در رقابت‌پذیری کسب و کارها ایفاء می‌کنند (پرومیری و همکاران¹، 2017: 543).

بنابراین خوشه‌های گردشگری و شناسایی آنها در منطقه و مکان زمینه‌های بروز کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای کوچک را فراهم می‌آورد و کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک ابزار نیرومند در جهت توسعه اقتصادی، اجتماعی مناطق روستایی مورد توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان این حوزه قرار گیرد. بهبود شرایط مناسب در نهادهای ذینفع کارآفرینی روستایی و توجه بیشتر آنها نسبت به این موضوع، تأمین منابع مالی، آموزش‌های لازم در بخش‌های مختلف، فرهنگسازی جامعه روستایی و بالا بردن ریسک‌پذیری آنان، نقش نظارت و حمایتی دولت از جامعه روستایی و... نمونه مواردی هستند که برای توسعه خوشه‌های گردشگری نیاز است (مرادی، 1401: 21). بنابراین می‌توان گفت، در تحلیل فضایی خوشه‌های گردشگری، دو رویکرد ساختاری و کارکردی مطرح است که به بررسی اقامتگاه‌ها، زیرساخت‌ها، حمل و نقل و... به عنوان پتانسیل‌های گردشگری می‌پردازد. عدم تعادل و توازن پتانسیل‌ها در منطقه سبب می‌شوند تا خوشه‌ها با مشکل روبرو شوند. به عبارت دیگر، کوچک بودن کسب و کارهای گردشگری در کنار پراکندگی آنها، ضرورت همکاری‌های بیشتر در جهت توسعه کسب و کارها را می‌رساند (شکل 3).



شکل 3. چارچوب نظری ماخذ: (یافته‌های نظری پژوهش، 1400)

در این راستا به برخی از مطالعات داخلی و خارجی پرداخته شده است.

¹ - Pomeroy et al

مرادی و همکاران (1401) در پژوهشی به بررسی تبیین فضایی خوشه‌ای گردشگری با تأکید بر کسب و کارهای کوچک روستایی در ناحیه طبس پرداختند. نتایج حاصل از تکنیک آراس و گاتمن نشان می‌دهد که روستاهای هودر، جوخواه و... دارای پتانسیل قوی برای جذب گردشگری و ایجاد خوشه‌های گردشگری هستند و روستاهای خروعلیا، مرغوب و... دارای پتانسیل کمتری برای جذب گردشگر هستند.

حاجی محمد امینی و همکاران (1390) در پژوهشی به شناسایی خوشه گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل بسط‌یافته پورتر پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که کسب و کارها دارای چالش و فرصت‌های یکسان هستند، اما روابط همکاری بین بنگاهی نسبتاً ضعیف است.

فافریدا و همکاران¹ (2023) به بررسی نقشه‌برداری قابلیت‌های خوشه گردشگری روستایی با استفاده از سیستم تصمیم‌گیری فضایی به عنوان پایه‌ی برنامه‌ریزی گردشگری پایدار پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه روستاهای توریستی در مناطقی است که دارای تعداد کافی روستا، جاذبه‌های گردشگری و زیرساخت‌های مناسب باشند. در منطقه مورد مطالعه دو خوشه قوی وجود دارد که در آن دسترسی، امکانات رفاهی و خدمات جانبی موثر است.

لینگ و لوئیس² (2017) به بررسی شناسایی خوشه‌های گردشگری به عنوان استراتژی‌های توسعه در ترینیداد پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که توسعه مقصد در جوامع روستایی مانند لابریا بایستی بر توسعه دارایی‌های و ظرفیت جوامع محلی متمرکز شود. همچنین رویکرد توسعه خوشه‌ای مبتنی بر شرایط خاصی (دیدگاه مشترک، جاذبه‌ها، برند منطقه‌ای) است.

تایسونگ³ (2016) به بررسی خوشه و شبکه پایدار ذی‌نفعان گردشگری در جزیره سامویی، تایلند پرداخت. نتایج پژوهش نشانگر همکاری شبکه‌های موجود بین بخش‌های دولتی، خصوصی و سازمان‌های غیرانتفاعی و وجود شبکه‌های رسمی و روابط قوی و ضعیف است.

مالگورزاتا⁴ (2015) به بررسی خوشه‌های گردشگری در شرق لهستان پرداخت. نتایج نشان می‌دهد، محلی‌سازی ساختار خوشه‌ها و همکاری بین خوشه‌ای گردشگری در این محدوده بسیار قوی است و سازمان‌های غیردولتی در این همکاری بین خوشه‌ها نقش مؤثری بر عهده دارند.

¹- Fafurida et al

²- Laing and Lewis

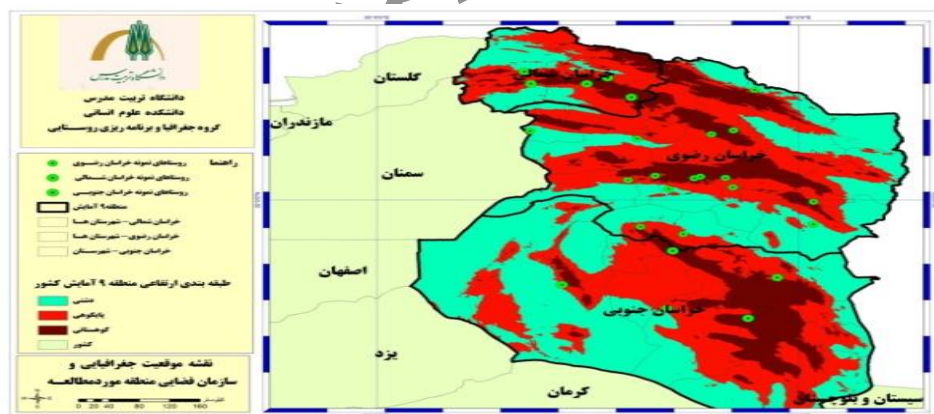
³- Thaithong

⁴-Malgorzata

بررسی مطالعات انجام شده نشان داده است که تاکنون پژوهشی در ارتباط با موضوع مورد مطالعه در منطقه مورد مطالعه انجام نشده است. از طرفی روش‌شناسی پژوهش‌ها آنها صرفاً کمی بود است و ذی‌نفعان محدودی در کسب و کار گردشگری بررسی شده‌اند. بنابراین از آنجایی که در زمینه موضوع مورد مطالعه خلاء مطالعاتی وجود دارد، با استناد و الزام به کارگیری، مبانی نظری و اندیشه‌ای آمایشی-فضایی، اهمیت پژوهش را از جنبه مبانی نظری و اندیشه‌ای مورد تاکید و توجه است. از این رو، انجام پژوهش حاضر در راستای تحلیل فضایی خوشه‌های گردشگری با دیدگاه توسعه پایدار در راستای کاهش معضلات فراروی سکونتگاه‌های روستایی مورد مطالعه (غنی نبودن آموزش ذی‌نفعان، ناهماهنگی و تمایل به سود شخصی به جای سود جمعی) با توجه به توزیع و پراکنش فضایی کسب و کارهای کوچک و اهمیت و نقش آنها در توسعه پایدار گردشگری، در تعادل بخشی به نظام سرزمینی ضرورتی اجتناب ناپذیر است.

محدوده و قلمروی مورد مطالعه

منطقه 9 آمایش دارای سه استان خراسان شمالی، رضوی و جنوبی است که در شکل ذیل وضعیت روستاهای مورد مطالعه در منطقه آمده است (شکل 4).



شکل 4. موقعیت روستاهای نمونه در تقسیمات سیاسی ماخذ: (نگارندگان، 1402)

روش و ابزار تحقیق

پژوهش حاضر از نظر فلسفی و رویکرد توسعه نظری در قلمروی پست پوزیتیویسم و قیاسی است و از لحاظ ماهیت کمی و تا حدودی کیفی (ترکیبی) به روش توصیفی و تحلیلی است. روش گردآوری داده‌های پژوهش نیز به صورت اسنادی (شامل: کتاب‌ها، مقالات پژوهشی و ...) و نیز میدانی (شامل: تکمیل انواع پرسشنامه، مصاحبه) در افق زمانی 1402 بوده است. جامعه آماری پژوهش (شامل 128 روستا در منطقه 9 آمایش سرزمین: استان‌های خراسان شمالی، خراسان رضوی و خراسان جنوبی) می‌باشد. به نحوی که استان خراسان شمالی دارای 25 روستا (که 3 روستا جزء روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت هستند)؛ خراسان رضوی 77 روستا (که 4 روستای آن جزء روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت هستند) و خراسان جنوبی 26 روستا (که 3 روستای آن جزء روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت می‌باشند. برای تعیین حجم نمونه (تعداد روستاها) به روش تخمین شخصی، 20 درصد از حجم جامعه آماری (128 روستا) مبنا قرار گرفت که در نهایت 26 روستا به عنوان نمونه انتخاب شدند. قابل ذکر است روستاهای نمونه به روش نمونه‌گیری منطقه‌ای یا ناحیه‌ای براساس موقعیت جغرافیایی، اقلیم، روستاهای هدف گردشگری با اولویت) انتخاب شدند. بر این اساس 10 روستای هدف گردشگری دارای اولویت در 3 استان مورد مطالعه و به علاوه 16 روستای غیرهدف در سه استان مورد مطالعه انتخاب شدند (جدول 1).

جدول 1. مشخصات روستاهای نمونه

نام استان	شماره	نام شهرستان	نام روستا	روستاهای هدف گردشگری دارای اولویت	موقعیت جغرافیایی	نوع اقلیم	فاصله تا شهر (کیلومتر)
خراسان شمالی	1	اسفراین	رویین	*	پایکوهی	خشک	31
	2						28.4
	3						30.5
	4	مانه و سملقان	درکش	*	دشتی	خشک	67.3
	5	شیروان	زوارم	*	پایکوهی	نیمه خشک	28.8
	6	بجنورد	فیروزه		پایکوهی	نیمه خشک	19.2
	7	فاروج	خرق		کوهستانی	نیمه خشک	63
		جمع کل روستاها	5	3	-	-	-

9.8	خشک	پایکوهی		ریاب	گناباد	8	خراسان رضوی
6.9						9	
9.1						10	
9						11	
27	نیمه خشک	کوهستانی	*	کنگ	بینالود	12	
27.2						13	
15	نیمه خشک	کوهستانی	*	بوژان	نیشابور	15	
15	خشک	دشتی		قوژد	کاشمر	16	
60	خشک	کوهستانی		نامق	کوهسرخ	17	
55.9	خشک	پایکوهی		کریز		18	
14.2	خشک	پایکوهی		ارزنه	باخرز	19	
19.4	خشک	دشتی	*	مزینان	داور زن	20	
53.8	خشک	دشتی	*	زعفرانیه	سبزوار	21	
20.2	خشک	پایکوهی		مزار	بجستان	22	
20	خشک	پایکوهی		کیودان	بردسکن	23	
18						24	
18						25	
13.8	نیمه خشک	کوهستانی		صنوبر	ترت حیدریه	26	
2	نیمه خشک	پایکوهی		بیسقفیزن		27	
48	نیمه خشک	کوهستانی		رود معجن			
5	خشک	دشتی		خرگرد	خواف	28	
150	نیمه خشک	دشتی		رباط	کلات	29	
-	-	-	4	16	جمع کل روستاها		
22	خشک	کوهستانی		خراشاد	بیرجند	30	
25						31	
43.9	خشک	دشتی		اصفهک	طبس	32	
45						33	
40						34	
40						35	
40	فرا خشک	پایکوهی	*	خور	خوسف	35	
31	نیمه خشک	کوهستانی	*	کریمو	سرایان	36	
37	خشک	پایکوهی	*	افین	زیرکوه	37	
37.4						38	
-	-	-	3	5	جمع کل		

			جمع کل روستاهای هدف گردشگری: 10	26	جمع کل روستاهای نمونه		
--	--	--	--	----	-----------------------------	--	--

واحد تحلیل در این پژوهش روستاهای گردشگری هستند و سطح تحلیل پژوهش شامل دو گروه خبرگان (علمی-اجرایی) و ذی‌نفعان هستند. خبرگان شامل (اعضای هیئت علمی در رشته‌های گردشگری، برنامه‌ریزی روستایی-شهری، دانشجویان دوره دکتری گردشگری، برنامه‌ریزی روستایی و...) است. ذی‌نفعان: شامل مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستایی، آژانس مسافرتی-جهانگردی، رستوران سنتی و مجتمع پذیرایی بین‌راهی، صنعت‌گران روستایی، تعاونی روستایی، سفره‌خانه‌ها، راهنمایان تور، کارآفرینان و مشاوران، استارت‌آپ، دفاتر یا پایگاه توسعه محلی و تسهیل‌گری، خانه‌های دوم، چای‌خانه، مهمان‌پذیر/ هتل‌های سنتی، مراکز حمل‌ونقل درون‌روستایی است. در این سطح از تحلیل در برخی موارد که تعداد افراد جامعه آماری محدود بوده از روش تمام‌شماری استفاده شده است و در مورد سایر ذی‌نفعان نیز 80 درصد جامعه آماری مورد پرسش و نمونه‌گیری قرار گرفته‌اند.

جدول 2. تعداد نمونه در سطوح 3 گانه در منطقه 9 آمایش

منطقه	استان‌ها			وضعیت کلی
	خراسان جنوبی	خراسان رضوی	خراسان شمالی	استان‌ها
مجموع				خبرگان (علمی-اجرایی)
30	10	10	10	ذی‌نفعان
488	99	279	110	

ماخذ: (یافته‌های پژوهش، 1402)

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای رتبه‌بندی پتانسیل‌های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه و خوشه‌بندی نیز از تکنیک حاصل ضرب تحلیل چند معیاره^{۱۲} و مدل گاتمن استفاده شد و از فرمول نسبت مکانی نیز برای

¹²MMMCA

ارزیابی تمرکز جغرافیایی و بخشی واحدهای کسب و کار بهره گرفته شد. همچنین پیوندهای درونی از طریق ماتریس گلوب و همکاران^{۱۳} (2007) مورد سنجش قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

-رتبه‌بندی پتانسیل‌های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه برای رتبه‌بندی پتانسیل‌های گردشگری در روستاهای مورد مطالعه نیز از تکنیک حاصل ضرب تحلیل چند معیاره^{۱۴} استفاده شده است. از این تکنیک برای انتخاب گزینه برتر بر اساس تعدادی معیار استفاده می‌شود. مراحل مدل حاصل ضرب تحلیل چند معیاره به شرح ذیل است:

- تشکیل ماتریس تصمیم مرکب از تعدادی معیار و گزینه متناسب با اهداف تصمیم‌گیری
- تشکیل ماتریس اوزان که حاصل تخصیص وزن به هر یک از معیارها می‌باشد
- استانداردسازی ماتریس تصمیم برای معیارهای سود، هزینه و نیز استانداردسازی وزن‌ها. قابل ذکر است در این مرحله، به روش خطی استانداردسازی انجام شده است و وزن نیز به روش آنترپی شانون محاسبه شده است.

$$z = \frac{x_{ij}}{\min(x_{ij})} \text{ معیار سود} \quad z = \frac{\max(x_{ij})}{x_{ij}} \text{ معیار هزینه} \quad V_{ij}$$

$$= \frac{x_{ij}}{\min(x_{ij})} \text{ استانداردسازی وزن}$$

- محاسبه امتیازهای توزین شده. در این رویکرد وجود روابط نمایی بین امتیاز عملکردهای استاندارد شده و وزن استاندارد شده فرض می‌شود. برای محاسبه وزن استاندارد شده از تابع زیر استفاده می‌شود.

$$IS_{ij} = z_{ij}^{v_j}$$

- بدست آمدن امتیاز نتیجه گزینه‌ها. امتیاز نتیجه برای هر گزینه برابر با میانگین هندسی امتیازات توزین شده هر یک از گزینه‌هاست. هر چه میزان امتیاز نتیجه بیشتر باشد، به منزله بهتر بودن آن گزینه است.

¹³ - Gollub and et al
¹⁴ MMMCA

$$RS_i = \left[\prod_{j=1}^n z_{ij}^{v_j} \right]^{1/n}$$

نتایج بررسی‌ها بیانگر این است که در روستاهای مورد مطالعه، شاخص‌های تعداد جمعیت، نوع راه ارتباطی، تعداد امکانات زیرساختی-رفاهی (آموزشی، فرهنگی، مذهبی و...) و تعداد گردشگر نسبت به سایر شاخص‌ها دارای امتیاز بیشتری هستند (جدول 4).

همچنین روستاهای مورد مطالعه در سه دسته پتانسیل قوی، متوسط و ضعیف تقسیم شدند. از این‌رو، روستاهای نامق، مزینان، زعفرانیه، ارزنه، کریمو دارای پتانسیل قوی‌تری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه هستند. در روستاهای ذکر شده می‌توان گفت شاخص‌های چون تعداد جمعیت، نوع راه ارتباطی و تعداد گردشگر در خوشه‌بندی روستاها به لحاظ پتانسیل گردشگری موثر بوده است (شکل 5).

جدول 3. ماتریس اولیه شاخص‌های پتانسیل گردشگری

روستا	تعداد جمعیت	فاصله از شهر	نوع راه ارتباطی ^{۱۵}	تعداد شاغلین در خدمات	تعداد امکانات زیرساختی	تعداد گردشگر (سالانه) (1400)	تعداد جاذبه گردشگری
رویبن	2123	30	1	111	42	1500	3
درکش	1027	30	1	26	18	1000	3
زوارم	1421	28	1	36	31	1000	5
فیروزه	204	16	1	13	16	500	4
خرق	1418	60	2	97	30	500	3
ریاب	874	3	1	5	3	1500	3
کنگ	1463	27	1	23	24	2000	5
بوژان	1371	13	1	31	32	1000	3
قوژد	4650	5	1	329	35	500	5
نامق	837	32	1	27	35	1500	9
کریز	689	22	1	15	29	500	4
ارزنه	1291	14	1	175	42	900	8
مزینان	1661	6	1	80	44	700	6
زعفرانیه	174	36	1	5	20	700	8
مزار	934	5	3	45	22	700	4

¹⁵ 1- آسفالت 2- شوسه 3- خاکی

2	1500	28	91	1	13	749	کبودان
2	500	19	27	1	12	2646	صنوبر
1	500	20	28	1	2	341	بیسقفین
2	500	33	28	1	48	662	رود معجن
4	500	41	175	1	5	1464	خرگرد
2	1000	13	7	1	70	364	رباط
2	1000	35	24	1	22	626	خرآشاد
3	500	12	5	3	40	763	اصفهبک
2	500	34	165	1	40	1010	خور
9	700	40	17	1	25	679	کریمو
5	700	10	6	3	37	1215	افین

مأخذ: (مرکز آمار ایران، 1395 و خبرگان محلی، 1402)

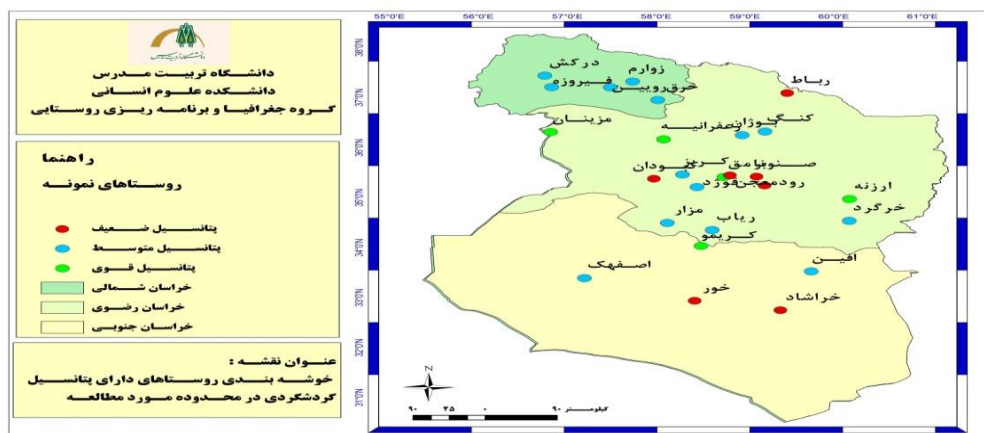
جدول 4. تعیین وزن و سنجش وضعیت شاخص‌های پتانسیل گردشگری در روستاهای مورد مطالعه از طریق آنتروپی شانون و مدل حاصل ضرب تحلیل چند معیاره

رتبه	rsi	vj	تعداد جاذبه گردشگ ری	تعداد گردشگر (سالانه) (1400)	تعداد امکانات زیرساختی- رفاهی (آموزشی، فرهنگی، مذهبی و...)	تعداد شاغلین در خدمات	نوع راه ارتباطی ^{۱۶}	فاصله از شهر	تعداد جمعیت	روستا
10	1.040	2.768	3	1500	42	111	1	30	2123	رویبن
11	1.039	2.688	3	1000	18	26	1	30	1027	درکش
5	1.054	3.924	5	1000	31	36	1	28	1421	زوارم
8	1.047	3.261	4	500	16	13	1	16	204	فیروزه
11	1.039	2.691	3	500	30	97	2	60	1418	خرق
12	1.037	2.576	3	1500	3	5	1	3	874	ریاب
5	1.054	3.915	5	2000	24	23	1	27	1463	کنگ
11	1.039	2.721	3	1000	32	31	1	13	1371	بوژان
5	1.054	3.972	5	500	35	329	1	5	4650	قوزد
1	1.071	5.999	9	1500	35	27	1	32	837	نامق
8	1.047	3.302	4	500	29	15	1	22	689	کریز
2	1.068	5.582	8	900	42	175	1	14	1291	ارزنه

¹⁶ 1- آسفالت 2- شوسه 3- خاکی

4	1.060	4.513	6	700	44	80	1	6	1661	مزینان
3	1.067	5.359	8	700	20	5	1	36	174	زعفرانیه
9	1.046	3.256	4	700	22	45	3	5	934	مزار
13	1.028	2.052	2	1500	28	91	1	13	749	کیودان
14	1.027	2.002	2	500	19	27	1	12	2646	صنوبر
15	1.008	1.220	1	500	20	28	1	2	341	بیسقفیزن
14	1.027	2.024	2	500	33	28	1	48	662	رود معجن
7	1.048	3.381	4	500	41	175	1	5	1464	خرگرد
14	1.027	1.980	2	1000	13	7	1	70	364	رباط
13	1.028	2.035	2	1000	35	24	1	22	626	خراشاد
12	1.037	2.573	3	500	12	5	3	40	763	اصفهک
13	1.028	2.050	2	500	34	165	1	40	1010	خور
1	1.071	5.959	9	700	40	17	1	25	679	کریمو
6	1.052	3.711	5	700	10	6	3	37	1215	افین
			0.716	0.008	0.019	0.007	0.017	0.040	0.040	وزن

ماخذ: (یافته‌های پژوهش، 1402)



شکل 5. خوشه‌بندی روستاهای دارای پتانسیل گردشگری ماخذ: (نگارنده، 1402)

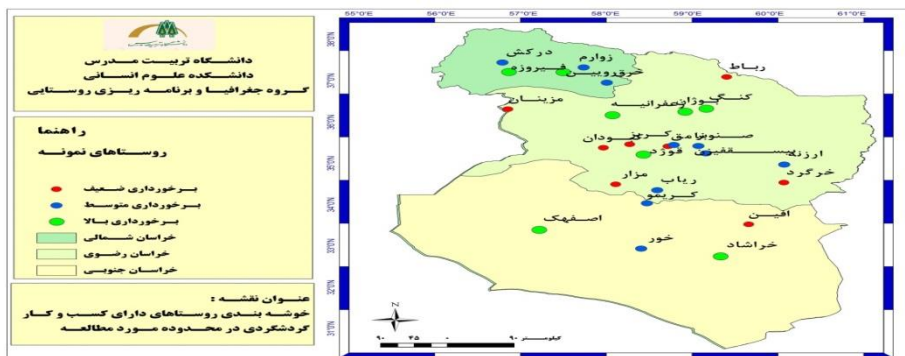
- نقش الگوی خوشه‌ای در توزیع کسب و کارهای گردشگری در روستاهای مورد مطالعه جهت بررسی نقش الگوی خوشه‌ای در توزیع کسب و کارهای گردشگری در روستاهای مورد مطالعه بر اساس شاخص‌های اقامتگاه بومگردی، خانه‌های دوم، تعاونی‌ها و... از مدل گاتمن

استفاده شده است. روستاهای مورد مطالعه در سه دسته برخورداری بالا، متوسط و ضعیف تقسیم شدند. مطابق جدول (5) و شکل (6)، روستاهای کنگ، زعفرانیه، خراشاد، فیروزه و رویین به لحاظ برخورداری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارند.

جدول 5. کسب و کار گردشگری و رتبه‌بندی روستاها با مدل گاتمن

جمع	کسب و کار بیرونی		کسب و کار درونی					روستا	
	کسب و کار بیرونی (کارآفرین، استارت‌آپ‌ها و چاپخانه و...)	راهنمایان تور	دفاتر توسعه محلی	صنایع دستی	حمل و نقل	تعاونی‌ها	خانه‌های دوم		بومگردی
32	10	1	0	2	1	1	11	6	رویین
19	5	0	0	0	1	0	10	3	درکش
16	4	0	0	2	1	1	5	3	زوارم
33	21	2	2	2	0	0	5	1	فیروزه
11	4	0	0	0	0	0	5	2	خرق
22	10	0	1	2	1	0	4	4	ریاب
61	16	0	0	1	1	1	40	2	کنگ
30	15	2	1	0	1	1	8	2	بوژان
28	8	0	1	1	0	1	16	1	قوژد
5	3	1	0	0	0	0	0	1	نامق
5	3	1	0	0	0	0	0	1	کریز
15	6	0	0	0	0	0	8	1	ارزنه
3	2	0	0	0	0	0	0	1	مزینان
38	7	1	1	2	1	1	24	1	زعفرانیه
2	1	0	0	0	0	0	0	1	مزار
6	2	1	0	0	0	0	0	3	کبودان
17	2	1	1	2	1	1	8	1	صنوبر
14	1	1	0	1	1	1	8	1	بیسقفیزن
15	1	1	0	1	1	1	8	2	رود معجن
5	2	0	0	0	1	1	0	1	خرگرد
4	2	0	0	0	0	1	0	1	رباط
35	23	5	1	2	1	1	0	2	خراشاد
27	15	0	0	2	1	1	5	3	اصفهبک
11	5	0	0	1	1	0	3	1	خور

13	4	0	0	1	0	1	6	1	کریمو
6	1	0	0	1	0	0	2	2	افین



شکل 6. خوشه بندی روستاهای دارای کسب و کار گردشگری ماخذ: (نگارنده، 1402)

-کسب و کارهای گردشگری روستایی از تمرکز جغرافیایی و بخشی برخوردارند
تمرکز جغرافیایی کسب و کارها، رابطه مستقیمی با تمرکز اشتغال دارد و مبنایی برای پایه بودن یک بخش اقتصادی است. از فرمول نسبت مکانی برای ارزیابی تمرکز جغرافیایی واحدهای کسب و کار بهره گرفته شد. به این اعتبار ابتدا به بررسی و جمع بندی شاخص های اشتغال یعنی اشتغال گردشگری کسب و کارهای روستایی در منطقه 9 آمایش، کل شاغلین روستایی منطقه 9 آمایش، شاغلین گردشگری کشور و مجموع شاغلین کشور پرداخته شد. یافته ها نشان می دهد، جمع کل واحدهای کسب و کارهای گردشگری روستایی در محدوده، مشتمل بر 449 واحد و حجم کل شاغلین این مجموعه فعالیت بالغ بر 133573 نفر می باشد. علاوه بر اطلاعات مکتوب و رسمی، مصاحبه با خبرگان محلی نیز انجام شد. همچنین برای بدست آوردن ضریب مکانی اشتغال گردشگری از فرمول زیر استفاده شده است.
مطابق نتایج جدول (7)، حاصل تقسیم دو عدد فوق به همدیگر عدد کمتر از یک است، بنابراین کسب و کارهای گردشگری روستایی در منطقه 9 آمایش از تمرکز جغرافیایی برخوردار نیستند.

جدول 6. ضریب مکانی اشتغال گردشگری

جمع	مهمان پذیر	چای خانه	استارت آپ	کار آفرینان روستا	سفره خانه‌ها	رستوران سنتی	آژانس مسافرتی	راهنمایان تفریح روستایی	دفاتر توسعه محلی	صایع دستساز روستایی	حمل و نقل روستایی	تعاونی‌های روستایی	خانه‌های دوم روستایی	بومگردی روستایی	تعداد واحد و تعداد شاغلین	
99	10	8	1	-	8	5	8	-	2	-	3	2	45	7	واحد	خراسان
243	25	14	-	4	8	20	30	3	5	6	9	3	90	26	شاغلین	شمالی
274	10	19	1	-	10	16	19	-	5	-	8	9	155	22	واحد	رضوی
606	26	40	-	6	15	70	50	9	15	10	20	12	230	103	شاغلین	
76	9	2	1	-	6	16	10	-	1	-	3	3	16	9	واحد	خراسان
194	29	2	-	4	8	45	30	6	2	7	6	3	25	27	شاغلین	جنوبی
449	29	29	3	-	24	37	37	-	8	5	14	14	216	38	واحد	منطقه
<u>104</u> <u>3</u>	80	56	-	14	31	135	110	18	22	23	35	18	345	156	شاغلین	

ماخذ: (میراث فرهنگی کشور، چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار مرکز آمار ایران و ذی نفعان، 1400)

جدول 7. ضریب مکانی اشتغال گردشگری

Location Quotient=	Regional Employment in Industry I in Year T	/	National Employment in Industry I in Year T
	Total Regional Employment in Year T		Total National Employment in Year T

ماخذ: (دانشگاه ایالت فلوریدا، دپارتمان برنامه‌ریزی منطقه‌ای و شهری¹⁷، 2009)

نتیجه حاصله از رابطه فوق، به سه شکل زیر است¹⁸:

LQ<1.0	LQ=1.0	LQ>1.0
--------	--------	--------

¹⁷ - Florida State University, Department of Regional and Urban Planning

¹⁸ - عدد کمتر از 1 نشان دهنده این است که تمام بخش‌های اشتغال‌زا غیر پایه‌اند، بخش‌های اقتصادی دارای عدد کمتر از صفر حتی قابلیت پاسخگویی به تقاضای محلی را ندارند. عدد مساوی یک نشان دهنده این است که تمام بخش‌های اشتغال غیر پایه‌اند. بدین معنی که اقتصاد محلی تنها پاسخگوی تقاضای محلی برای حد معقولی از کیفیت و کمیت محصولات است. در این صورت هم اقتصاد غیر پایه است. زیرا هنوز محدوده یاد شده دارای قدرت صادرات نیست. عدد بالاتر از یک نشان دهنده پایه بودن بخش اقتصادی مورد نظر است و بدین معنی است که اقتصاد بخش یاد شده بزرگتر از نیاز تقاضای محلی است و دارای روند صادراتی است.

بنابراین:

= نسبت مکانی	1043 نفر	/	11687583 نفر
	1081481 نفر		23444267 نفر

با توجه به عدم تمرکز جغرافیایی و بررسی پراکنش فضایی کسب و کارهای گردشگری روستایی، می توان گفت تمامی واحدهای کسب و کار از تمرکز بخشی هم برخوردار نیستند.

-روابط همکاری در کسب و کارهای گردشگری روستایی

با توجه به راهنمای تحلیل داده‌های میدانی^{۱۹} می‌توان گفت به لحاظ پیوندهای درونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب و کارهای کوچک روستایی (به جز تعاونی‌ها، دفاتر توسعه محلی، سفره‌خانه‌ها) بیشتر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است و ارتباطات عمودی میان کسب و کارهای کوچک روستایی چون بومگردی‌ها و خانه‌های دوم با سایر کسب و کارهای درونی بیشتر به صورت تمایل به همکاری و روابط عالی است. اما سایر کسب و کارها مانند دفاتر توسعه محلی دارای روابط ضعیفی با سایرین هستند.

همچنین به لحاظ پیوندهای بیرونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب و کارهای بیرونی مانند رستوران سنتی و مهمان‌پذیر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است، اما ارتباطات عمودی میان ذی‌نفعان بیرونی و کسب و کارهای درونی چون رستوران سنتی و مهمان‌پذیر با خانه‌های دوم، بومگردی‌ها، راهنمایان تور دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است، در خصوص دیگر موارد روابط ضعیف و بدون شناخت است.

بنابراین در وضعیت فعلی واحدهای کسب و کار گردشگری ارتباط مناسب در جهت اخذ خدمات مرتبط با یکدیگر را ندارند. از سویی دیگر در راستای مأموریت‌های خود نتوانسته‌اند اطلاع‌رسانی فراگیر برای واحدهای گردشگری داشته باشند.

¹⁹ عدد صفر بدون ارتباط 1- شناختی از یکدیگر ندارند، هیچ اثری بر کل خوشه ندارد 2- روابط مثبت و تاریخیچه‌ای از همکاری مشترک وجود دارد، اثرات بر کل خوشه وجود دارد 3- گرایش شدید به همکاری بر مبنای تاریخیچه موجود و اثرات خوب خوشه 4- روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه ماخذ: (گولاب و همکاران، 2005)

جدول 8. ماتریس ارزیابی پیوندهای درونی (ارتباطات عمودی-افقی) کسب و کارهای کوچک روستایی مرتبط با خوشه گردشگری در منطقه 9 آمایش سرزمین²⁰

مهمان پذیر	چای خانه	استارت آپ	کارآفرینان	سفره خانه‌ها	رستوران سنتی	آژانس مسافرتی	راهنمایان تور	دفتر توسعه محلی	صنایع دستی	حمل و نقل	تعاونی‌ها	خانه‌های دوم	بومگردی روستایی	*
3	3	1	1	2	3	3	4	3	4	3	3	4	4	بومگردی روستایی
4	3	2	1	1	4	2	3	2	3	4	2	4	4	خانه‌های دوم
2	2	0	0	1	2	1	1	2	2	3	3	2	3	تعاونی‌ها
4	1	0	0	1	3	4	4	0	1	4	3	4	3	حمل و نقل
3	0	2	2	0	3	2	3	2	4	1	2	3	4	صنایع دستی
1	0	1	1	0	1	1	0	3	2	0	2	2	3	دفتر توسعه محلی
3	2	0	0	1	3	4	4	0	3	4	1	3	4	راهنمایان تور
3	0	0	0	1	3	4	4	1	2	4	1	2	3	آژانس مسافرتی
3	2	0	0	3	4	3	3	1	3	3	2	4	3	رستوران سنتی
1	3	0	0	3	3	1	1	0	0	1	1	1	2	سفره‌خانه‌ها
0	0	3	2	0	0	0	0	1	2	0	0	1	1	کارآفرینان
0	0	2	3	0	0	0	0	1	2	0	0	2	1	استارت آپ
1	4	0	0	3	2	0	2	0	0	1	2	3	3	چای خانه
4	1	0	0	1	3	3	3	1	3	4	2	4	3	مهمان پذیر

ماخذ: (یافته‌های پژوهش، 1402)

چالش‌های خوشه‌های کسب و کار

در پایان مهمترین مسائل خوشه‌های کسب و کار گردشگری در روستاهای مورد مطالعه از دیدگاه ذی‌نفعان شامل مشکل آنتن‌دهی شبکه‌های تلفن همراه، اعتراض و برخورد جامعه محلی به نحوه

²⁰ - راهنمای تحلیل داده‌های میدانی (امتیاز و میزان ارتباط) (بدون ارتباط امتیاز 0، سالانه یک ارتباط امتیاز 1، هر شش ماه یک ارتباط امتیاز 2، هر شش ماه بین 2 تا 5 ماه ارتباط 3 امتیاز، ماهانه یک بار امتیاز 4)

پوشش گردشگران، کمبود نیروی انسانی آموزش دیده، نبود خلاقیت و عدم پرداخت وام و حمایت دولت از کسب و کارها است.

نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات

یکی از عوامل تاثیرگذار بر توسعه گردشگری روستایی، کسب و کارهای کوچک و فعال هستند. ادبیات پژوهش مبین این امر است که رویکرد توسعه خوشه می تواند ضمن افزایش تعامل کسب و کارها با یکدیگر توان رقابتی آنها را ارتقا بخشد.

سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بر اهمیت خوشه های کسب و کار گردشگری به عنوان سرمایه در سال های اخیر توجه ویژه ای داشته است. همچنین با توجه به نقش و وظایف منطقه 9 آمایش سرزمین در تقسیم کار فضایی و توجه اسناد آمایش به بخش گردشگری؛ کویری، سلامت و زیارتی (سیاست 190) و تاکید سند ملی آمایش سرزمین بر موضوع تمرکز زدایی و تغییر الگوی شبکه شهری سرزمین از تک مرکزی به چند مرکزی و چند سطحی و... امتیاز ویژه ای این منطقه نسبت به دیگر خوشه های گردشگری کشور دارد (سازمان برنامه و بودجه کشور (سند ملی آمایش)، 1399: 27-28). در صورت بهبود و توسعه خوشه گردشگری منطقه، به صورت مستقیم در زمینه های اقتصادی، اشتغال، آموزشی، فرهنگی، اجتماعی و نهادی تغییرات محسوسی ایجاد خواهد شد.

نتایج حاصل از تکنیک حاصل ضرب تحلیل چند معیاره نشان داد روستاهای نامق، مزینان، زعفرانیه، ارزنه، کریمو دارای پتانسیل قوی تری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه هستند. در روستاهای ذکر شده می توان گفت شاخص های چون تعداد جمعیت، نوع راه ارتباطی و تعداد گردشگر در خوشه بندی روستاها به لحاظ پتانسیل گردشگری موثر بوده است. بنابراین لازم است جهت بهره مندی همه روستاهای منطقه از ابعاد توسعه، امکان جذب گردشگر برای آنها با توسعه زیرساخت ها فراهم شود. نتایج این قسمت از پژوهش با مطالعه ای مرادی و همکاران (1401)، حاجی لو و همکاران (2017) همسو است.

نتایج حاصل از مدل گاتمن نشان داد روستاهای کنگ، زعفرانیه، خراشاد، فیروزه و رویین به لحاظ برخورداری نسبت به سایر روستاهای مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارند. همانطور که مشخص است برخی روستاها با وجود پتانسیل های فراوان گردشگری، دارای سطح برخورداری پایینی هستند. عدم تعادل برخورداری در روستاهای مورد مطالعه نشان می دهد که عدالت فضایی

در برنامه‌ریزی فضایی توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه وجود ندارد. بدیهی است بایستی به تقویت زیرساخت‌ها، بهبود نگرش جوامع محلی نسبت به پذیرش گردشگر، وجود راهنمایان تور آموزش دیده، توزیع عادلانه خدمات گردشگری در مناطق روستایی اقدام گردد.

همچنین در ادامه به بررسی مشخصات خوشه‌های کسب و کارهای کوچک روستایی پرداخته شد و نتایج در این مورد نشان داد، کسب و کارهای کوچک گردشگری روستایی در منطقه 9 آمایش از تمرکز جغرافیایی و بخشی برخوردار نیستند. به لحاظ پیوندهای درونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب و کارهای کوچک روستایی (به جز تعاونی‌ها، دفاتر توسعه محلی، سفره‌خانه‌ها) بیشتر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است و ارتباطات عمودی میان کسب و کارهای کوچک روستایی چون بومگردی‌ها و خانه‌های دوم با سایر کسب و کارهای درونی بیشتر به صورت تمایل به همکاری و روابط عالی است. اما سایر کسب و کارها مانند دفاتر توسعه محلی دارای روابط ضعیفی با سایرین هستند. همچنین به لحاظ پیوندهای بیرونی به این صورت است که ارتباطات افقی میان کسب و کارهای بیرونی مانند رستوران سنتی و مهمان‌پذیر دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است، اما ارتباطات عمودی میان ذی‌نفعان بیرونی و کسب و کارهای درونی چون رستوران سنتی و مهمان‌پذیر با خانه‌های دوم، بومگردی‌ها، راهنمایان تور دارای روابط عالی با اثر قابل توجه بر کل خوشه است، در خصوص دیگر موارد روابط ضعیف و بدون شناخت است. نتایج این قسمت از پژوهش با مطالعه‌ی مفاخری و قادرمرزی (1402)، معرفی و همکاران (1401) همسو و با حاجی محمد امینی و همکاران (1390) عدم همسو است.

بنابراین تحلیل داده‌های پژوهش نشان داد که ذی‌نفعان کسب و کار تمایل زیادی برای ایجاد خوشه گردشگری در منطقه دارند تا بتوانند به توسعه‌ی منطقه‌ای کمک کنند، ولی در عین حال برخی مشکلات و موانع شامل مشکل آنتن‌دهی شبکه‌های تلفن همراه، اعتراض و برخورد جامعه محلی به نحوه پوشش گردشگران، کمبود نیروی انسانی آموزش دیده، نبود خلاقیت و عدم پرداخت وام و حمایت دولت از کسب و کارها در اجرای موفق این امر وجود دارد. نتایج این قسمت از پژوهش با مطالعه‌ی معرفی و همکاران (1401) و ایساکو و همکاران (2023) همسو است.

به طور کلی می‌توان گفت خوشه‌های کسب و کار گردشگری در روستاهای مورد مطالعه دارای وضعیت مطلوبی نیستند، ضمن آن‌که دارای پتانسیل فراوان گردشگری هستند و همچنین روابط میان برخی کسب و کارها خوب است، اما نیاز است تا اقدامات توسعه‌ای برای آنها صورت گیرد تا بتوانند به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری کشور، به توسعه منطقه کمک شایانی کنند. با عنایت به آنچه آمد، توصیه می‌شود تا حمایت مالی از طریق تسهیلات و اطلاعاتی از طریق آموزش به ذی‌نفعان، ارائه‌ی مشاوره‌های مالی و اقتصادی جهت افزایش آگاهی ذی‌نفعان، مسئولیت‌پذیری و پاسخگو بودن و شفاف بودن مدیران در برابر وظایف و عملکردهای خود در برابر مردم و گردشگران، تقویت زیرساخت‌ها در فضاهای گردشگری، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برخورد جوامع محلی با گردشگران فراهم شود.

منابع

1. آستا، یعقوب (1395). *تحلیل الگوی توسعه فضایی مناطق نمونه گردشگری با رویکرد آمایش سرزمین، مطالعه موردی: ناحیه ارومیه سلماس، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی تربیت مدرس، استاد راهنما: زهرا احمدی‌پور، 1-176*.
2. مرکز آمار ایران. (1400). *چکیده نتایج طرح آمارگیری نیروی کار مرکز آمار ایران*.
3. معرفي، ابوالفضل؛ صدری، آرش؛ غلامی نورآباد، هادی و سعیدی. بهزاد (1401). نقش خوشه‌های گردشگری در توسعه منطقه‌ای (خوشه گردشگری-مذهبی قم). *نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، 22 (67)، 153-170.
4. مفاخری، لیلا و قادرمرزی، حامد (1400). ارزیابی ساختار نهادی-سازمانی خوشه کسب و کار گردشگری در نواحی روستایی (مطالعه موردی: بخش مرکزی شهرستان رفسنجان). *مهندسی جغرافیایی سرزمین*، 5 (2)، 245-261.
5. موحدی، رضا؛ زلیخایی سیار؛ لیلا، پویا؛ مهرداد، آیینی؛ غلامعلی و بهادر، مختار. (1399). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه خوشه گردشگری روستایی (مطالعه موردی روستای اشتران شهرستان تویسرکان). *فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی روستایی*، 9 (3)، 53-69.
6. وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور (1400). *بخش گردشگری و صنایع دستی*.

7. حاجی محمد امینی، صمد؛ تولایی، سیمین و فرجام، رسول (1390). شناسایی و تحلیل خوشه گردشگری در شهر شیراز با استفاده از مدل بسط یافته پورتر، فصلنامه علمی برنامه ریزی منطقه‌ای، 1 (3)، 1-16.

8. داداش پور، هاشم؛ پور طاهری؛ مهدی و معرفی، ابوالفضل. (1392). بررسی و تحلیل رابطه خوشه‌ای شدن صنعتی و ارتقاء ظرفیت‌های یادگیری (مورد مطالعه: خوشه‌های صنعتی مبل‌سازان و چاپ و نشر در شهر قم. فصلنامه مدیریت راهبردی در سیستم‌های صنعتی، 8 (25)، 93-104.

9. سازمان برنامه و بودجه کشور. (1399). سند ملی آمایش سرزمین، 1-40.

10. سلطانی، سحر و بستان، زهرا (1396). تدوین مطالعات شناختی خوشه گردشگری شهر مشهد. دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های نوین در مدیریت، اقتصاد و توسعه، شهر تفلیس، شرکت فناوران یکتا هوشمند اهورا، دانشگاه جرجیا و مشارکت دانشگاه‌های ایران، 1-19.

11. ضرغام، حمید و امینی، صمد حاجی محمد. (1390). امکان‌سنجی خوشه گردشگری در شهرستان بندر انزلی. فصلنامه مطالعات گردشگری، 14، 94-123.

12. عزیزی، ثریا؛ رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و صادقی سقدهل، حسین (1402). ارائه الگوی مطلوب برنامه‌ریزی فضایی اقامتگاه‌های بومگردی (مورد مطالعه: منطقه 9 آمایش سرزمین). نشریه جغرافیا و توسعه، 21 (72)، 26-62.

13. فاضلی، احسان (1395). شناسایی و تحلیل نقش خوشه‌های گردشگری در توسعه منطقه‌ای و ارائه برنامه فضایی (نمونه مطالعاتی شهر ستان بینالود)، پایان‌نامه ارشد برنامه‌ریزی منطقه‌ای، پردیس هنرهای زیبا دانشگاه تهران، 1-238.

14. مرادی، محمود؛ بهادرانی، بتول؛ ضیایی، محمود و اکبرآقایی، فرحناز. (1401). تبیین فضایی خوشه‌های گردشگری با تاکید بر کسب و کارهای کوچک روستایی در ناحیه طبس، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، 13 (50)، 17-39.

1. Asta, Y. (2016). *Analysis of Spatial Development Pattern of Tourism Examples with land preparation approach; Case Study: Urmia Salmas area*, MSc Thesis, Faculty of Humanities of Tarbiat Modarres, Supervisor: Zahra Ahmadipour, 1-176. (in Persian).
2. Azizi, S., Eftekhari, A. R., Portaheri, M., & Sadeghi seghdel, H (2023). Presenting the Ideal Model of Spatial Planning of Ecotourism Residences Case study: Territorial region 9. *Geography and Development*, 21(72), 26-62. (in Persian).
3. Beaumont, N and Dredge, D (2010). Local tourism governance: A

- comparison of three network approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (1), 7-28.
4. Biswas, A. J and Kavi Arya, K.R (2019). A good-governance framework for urban management, *Journal of Urban Management*, 8(2), 225-236.
 5. Dadashpoor, H., Pourtaheri, M., & Moarrefi, A. (2013). The Investigation and Analysis of Relationship Industrial Clustering and the improvement of Learning Capabilities in the Printing. *Qom Metropolis*, 25 (8), 93-104 (in Persian).
 6. Fafurida, F., Purwaningsih, Y., Mulyanto, M and Suryanto, S (2023). Potential mapping of rural tourism clusters through application of spatial decision making system as a base of sustainable tourism planning. *The 1st International Conference on Environmental Management*, 1-21.
 7. Fazli, Ehsan (2015). *Identifying and analyzing the role of tourism clusters in regional development and presenting a spatial plan (Binalud city case study)*, regional planning master's thesis, University of Tehran Fine Arts Campus, 238-1. (in Persian)
 8. Gallub., J, Hoisier, A & G.Woo (2005). Using Cluster-Based Economic Strategy to Minimize Tourism Leakages (English version). Global Economic Development Practice (GEDP). based in San Francisco, California.
 9. Haji Mohamad Amini, S., Tavalayi, S., & Farjam, R (2011). Analysing Tourism Cluster in Shiraz With Porter Proliferate BModel. *Journal of Regional Planning*, 1(3), 1-15. (in Persian).
 10. Hajilo, M., Ghadiri Masoom, M., Motiee Langroudi, S.H., Faraji Sabokbar., H and Pennington-Gray, L. (2017). Spatial Analysis of the Distribution of Small Businesses in the Eastern Villages of Gilan Province with Emphasis on the Tourism Sector in Mountainous Regions. *Sustainability*, 9, 1-19.
 11. <https://www.amar.org.ir>. (2021). Summary of the results of the Iranian Statistics Center's Labor Statistics Project (in Persian).
 12. <https://www.mcth.ir>. (2021). Tourism and handicraft sector (in Persian).
 13. <https://www.mporg.ir>. (2020). National document of Spatial Planning (in Persian).
 14. Iran Statistics Center. (1400). Summary of the results of the Iranian Statistics Center's Labor Statistics Project. (in Persian).
 15. Issakov, Y., Kamelkhan, G., Imanbekova, B., Zhoya, K., Zheldibayev, A., Molzhigitova, D., & David, L.D. (2023). Study of the Problems and Prospects of Small Tourism Business Development in the City of Almaty. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 46(1), 293–303
 16. Laing, C and Lewis, A (2017). Exploring clustering as a destination development tstrategy forrural communities: The case of

- LaBrea,Trinidad. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 184-195.
17. Mafakheri, L., & Ghadermarzi, H. (2021). Evaluation of institutional-organizational structure of tourism business cluster in rural areas (Case study: Central part of Rafsanjan city). *Geographical Engineering of Territory*, 5(2), 245-261. (in Persian).
 18. Malgorzata, B (2015). Tourism Clusters in Eastern Poland - Analysis of Selected Aspects of the Operation, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 957 – 964.
 19. Ministry of Cultural Heritage, Tourism and Handicrafts (2021). Tourism and handicraft sector. (in Persian).
 20. Moarefi A, Sadri A, Gholami Norabad H, saeidi B (2022). The role of Tourism clusters on regional competitiveness (Case study: Religious tourism cluster of Qom), *Journal of applied Research in Geographical Science*, 22 (67), 153-170. (in Persian).
 21. Moradi, M., Bahadorani, B., Ziaei, M., & Akbaragheli, F (2023). Spatial Explanation of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural Areas of Tabas Region. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 13(50), 39-17. 1.(in Persian).
 22. Otar, P., Laura, K and Valentina, M. (2017). Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities. *journal Annals of Agrarian Science*, 344-348.
 23. Pomeroy, P., Navy, H., Joan Ferrer, A and Purnomo, A.H. (2017). Linkages and Trust in the Value Chain for Small-scale Aquaculture in Asia. *Journal of the World Aquaculture Society*, 48(4), 542-554.
 24. Soltani, Sahar and Bostan, Zahra (2016). Compilation of cognitive studies of Mashhad tourism cluster. The second international conference on modern researches in management, economy and development, Tbilisi, Yekta Smart Ahura Technologies Company, University of Georgia and the partnership of Iranian universities, 19-19. (in Persian).
 25. Thaithong, N. (2016). *An investigation of tourism stakeholder networks and and cluster sustainability in Samui Island, Thailand*. University of Hull, Supervisor: Saxena, Gunjan; Tsagdis, Dimitrios, 1-414.
 26. zarghaam, H., & haji mohammad amini, S. (2012). Feasibility of Tourism Cluster Development Case Study: Anzali City, Iran. *Tourism Management Studies*, 14, 94-123 (in Persian).

مقاله پذیرش شده