



Identifying and Explaining Factors Influencing the Formation and Development of Tourism Entrepreneurship with a Poverty Alleviation Approach (Case Study: Hajij Village, Uramanat, Kermanshah Province)

Shabnam Lorestani¹ | Sohrab Delangizan² | Bijan Rezaee³

1. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran.
E-mail: sh.lorestani74@gmail.com
2. Department of Economics, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran.
(Corresponding Author). E-mail: delangizan@razi.ac.ir
3. Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Accounting, Razi University, Kermanshah, Iran.
E-mail: b.rezaee@razi.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 09 Jan 2025

Received in revised form:
11 Apr 2025

Accepted: 12 Apr 2025

Available online: 12 Apr 2025

Keywords:

Entrepreneurship
Development;
Poverty Alleviation;
Social Entrepreneurship;
Tourism Entrepreneurship;
Poverty-Alleviating
Tourism.

Despite economic growth in many countries, the non-economic aspects of poverty remain detrimental. Studies indicate that the impacts of entrepreneurship development in tourism are categorized into three aspects: economic, socio-cultural, and environmental. Proper implementation leads to a comprehensive impact on reducing multidimensional poverty among residents. The objective of the present study is to investigate the effects of tourism entrepreneurship on increasing employment and reducing poverty in the village of Hajij, Paveh County, Uramanat region of Kermanshah Province. The research approach is qualitative, and the research method used is in-depth expert content analysis. The data used in this study were collected through three methods: secondary data from published statistical sources or reputable scientific journals, in-depth expert interviews with a selected group of 16 scientific and operational experts in the field, and direct local observation and immersion alongside the villagers, accompanied by interviews and gathering their opinions without creating sensitizing conditions that could affect the research. The data obtained from the interviews were analyzed using MAXQDA₂₀₂₂ software. The most important research results indicate that the factors influencing the facilitation and formation of entrepreneurship in the field of tourism with a pro-poor approach include creating pro-poor tourism capacities, education and empowerment, infrastructure development, provision of facilities by relevant institutions, laws and regulations, access (land ownership, market), expansion of participation in tourism, establishment of research and development institutions, and formulation of pro-poor tourism strategies. The present research can be used as a decision-making tool by relevant decision-makers, entrepreneurs, policymakers, the General Directorate of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, and other centers and forums related to tourism activities.

Education and Management of Entrepreneurship, 2025, Vol. 4, No. 3, pp 133-159

Cite this article: Lorestani, Sh., Delangizan, S., & Rezaee, B. (2025). Identifying and Explaining Factors Influencing the Formation and Development of Tourism Entrepreneurship with a Poverty Alleviation Approach (Case Study: Hajij Village, Uramanat, Kermanshah Province). *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(3), 133-159. doi: 10.22126/eme.2025.11417.1126 (in Persian).



© The Author(s).

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11417.1126>

Publisher: Razi University

Extended Abstract

Introduction

Today, pro-poor tourism is considered a key development strategy in many countries, with the primary goal of directly involving low-income households in the tourism value chain and creating sustainable livelihood opportunities. However, modern economic perspectives emphasize that poverty is not merely an income phenomenon but is rooted in the lack of opportunities, capabilities, and necessary institutional conditions for escaping the cycle of poverty. From this perspective, tourism, with its unique characteristics, including a broad supply chain, a variety of activities with relatively simple technology, and a deep connection with the natural and cultural assets of local communities, has unparalleled potential for creating employment, income, and comprehensive empowerment. This industry can provide a platform for community-based entrepreneurship, the realization of which requires interactions at the micro and macro levels and a participatory approach. Given the alarming poverty statistics in Iran and the decline in per capita income, as well as the geographical concentration of poverty in rural areas, which often host tourist attractions themselves, the need to utilize this potential is further emphasized. The present study, focusing on the village of Hajjij in the Uramanat region of Kermanshah province as a growing tourist destination, seeks to identify and explain the factors influencing the formation and development of tourism entrepreneurship with a poverty reduction approach.

Research Method

This research is applied in terms of purpose and qualitative in terms of paradigm. The main method of data collection and analysis was qualitative content analysis, which was conducted in seven stages: setting research questions, selecting a sample, collecting data, specifying the analytical approach, designing coding, determining validity and reliability, and finally, analyzing the results. Data were collected in a combined manner through three methods: 1) documentary study and secondary sources, 2) conducting in-depth semi-structured interviews with 16 key stakeholders (including tourism experts and specialists, local leaders, active entrepreneurs, and informed residents) who were selected using purposive and snowball sampling methods, and the interviews continued until theoretical saturation was reached, and 3) direct observation and the researcher's field experience in the village. MAXQDA₂₀₂₂ software was used for systematic analysis of the textual data from the interviews.

Results and Discussion

The research findings are presented in the form of 18 key categories and an integrated model. The most important of these categories include: 1) Multi-dimensional effects of tourism: Tourism development in the village of Hajjij has had positive economic (job creation, increased income, prosperity of local businesses), socio-cultural (improved quality of life, strengthening the role of women, reduced migration, preservation of cultural heritage), and environmental (increased conservation awareness) effects. 2) Job creation: Through direct (jobs in accommodations, tour guiding, handicrafts sales), indirect (supply of raw materials), and induced (attracting new investment) channels. 3) Infrastructure and destination development: Although measures have been taken, serious shortcomings in physical (roads, traffic), service (healthcare, stable internet), and welfare infrastructure remain major obstacles. 4) Participation and governance: Success depends on the full participation of the government (as a facilitator), the private sector, NGOs, international institutions, and especially the local people themselves in design and decision-making. 5) Access: Restrictions on market access for the poor (due to the dominance of outside investors) and land ownership challenges (most land is owned by natural resources) were identified as structural barriers. 6) Education and empowerment: The necessity of providing professional skills training, business management, language, and tourism hospitality to the host community. 7) Laws and regulations: The need to reform cumbersome laws, reduce bureaucracy, and direct regulations to benefit low-income groups. 8) Redesigning the supply chain: The need to identify the position of the poor in the tourism value chain and plan to upgrade their role from supplier of raw materials and simple labor to higher value-added levels. 9) Handicrafts development: As an important channel of income generation for women, which is in danger of extinction due to lack of innovation, poor

marketing, and failure to transfer knowledge to the younger generation. 10) Financing: The need to provide low-interest financial facilities and establish support funds for starting small businesses.

Conclusion and Recommendations

The final research model shows that developing a tourism destination as the main platform, in interaction with enabling factors such as supportive laws, participation, education, and access to resources and markets, through mechanisms such as job creation and handicraft development, leads to the reduction of multidimensional poverty (economic, social, cultural, and environmental). The results of the research showed that tourism with a pro-poor approach, if planned comprehensively, participatoryly, and based on empowerment, can be an effective tool for reducing multidimensional poverty in deprived areas such as Hajij village. The success of this strategy is conditional on moving beyond the mere view of short-term income generation and adopting a holistic perspective that prioritizes creating sustainable opportunities and capacity building for the host community. Based on the findings, the following recommendations are presented: a) Macro-level and governance: Develop a poverty-reducing tourism strategic document for the region with the participation of stakeholders, establish a local coordination committee, and reform and facilitate licensing and tax regulations for local micro-businesses. b) Infrastructure and destination development: Immediate and prioritized investment in improving digital infrastructure (high-speed internet), healthcare, and traffic and transportation management. c) Socio-economic empowerment: Design and implement skill-based training courses (hospitality management, digital branding, handicraft quality development), establish a microfinance fund with easy terms, launch permanent markets and online sales platforms for local products. d) Sustainable and institutional development: Revive and innovate in handicrafts with the participation of designers and craftsmen, redesign the supply chain in favor of local producers, attract and involve universities and research centers for problem-based studies, and monitor the effects of tourism development.



شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی گردشگری با رویکرد فقرزدایی (مورد مطالعه: روستای هجیج اورامانات استان کرمانشاه)

شبهنم لرستانی^۱ | سهراب دل‌انگیزان^۲ | بیژن رضایی^۳

۱. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

رایانامه: sh.lorestani74@gmail.com

۲. گروه اقتصاد، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

(نویسنده مسئول). رایانامه: delangizan@razi.ac.ir

۳. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و حسابداری، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

رایانامه: b.rezaee@razi.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

با وجود رشد اقتصادی در بسیاری از کشورها، هنوز جنبه‌های غیر اقتصادی فقر، خسارت‌بار است. مطالعات نشان می‌دهد تأثیرات توسعه کارآفرینی در گردشگری به سه جنبه اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست‌محیطی تقسیم‌بندی می‌شود و اجرای صحیح آن، سبب تأثیر جامع در کاهش فقر چندبعدی ساکنان می‌شود. هدف از انجام این پژوهش، بررسی اثرات کارآفرینی گردشگری در افزایش اشتغال و کاهش فقر در روستای هجیج از توابع شهرستان پاوه و منطقه اورامانات استان کرمانشاه است. رویکرد انجام پژوهش کیفی و روش پژوهش مورد استفاده، تحلیل محتوای عمیق کارشناسی بوده است. داده‌های مورد استفاده این مطالعه از سه روش جمع‌آوری شده‌اند. بخشی به‌صورت داده‌های دست دوم از منابع منتشر شده آماری یا مجلات معتبر علمی، بخشی به‌صورت مصاحبه عمیق کارشناسی با گروهی ۱۶ نفره منتخب از کارشناسان خبره علمی و عملیاتی این حوزه و بخش دیگر نیز به‌صورت مشاهده مستقیم محلی و زیست‌حضور در کنار مردم روستا همراه با مصاحبه و اخذ نظرات آن‌ها بدون ایجاد شرایط حساس‌کننده مؤثر بر پژوهش انجام شد. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به‌وسیله نرم‌افزار مکس کیودا نسخه ۲۰۲۲ تحلیل شد. مهم‌ترین نتایج پژوهش نشان می‌دهند که عوامل مؤثر بر تسهیل و شکل‌گیری کارآفرینی در حوزه گردشگری با رویکرد فقرزدایی، شامل ایجاد ظرفیت‌های گردشگری حامی فقرا، آموزش و توانمندسازی، توسعه زیرساخت‌ها، ارائه تسهیلات از سوی نهادهای مرتبط، قوانین و مقررات، دسترسی‌ها (مالکیت زمین، بازار)، گسترش مشارکت در گردشگری، راه‌اندازی مؤسسه‌های تحقیق و توسعه، و تدوین استراتژی‌های گردشگری فقرزدا است. پژوهش حاضر می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تصمیم‌گیری تصمیم‌گیرندگان ذی‌ربط، کارآفرینان، سیاست‌گذاران، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و سایر مراکز و مجامع مرتبط با فعالیت‌های گردشگری مورد استفاده قرار گیرد.

نوع مقاله:

مقاله علمی - پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۱/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۲۳

دسترسی آنلاین: ۱۴۰۴/۰۱/۲۳

کلیدواژه‌ها:

توسعه کارآفرینی،

فقرزدایی،

کارآفرینی اجتماعی،

کارآفرینی گردشگری،

گردشگری فقرزدا.

آموزش و مدیریت کارآفرینی، دوره ۴، شماره ۳، سال ۱۴۰۴، صفحات ۱۳۳-۱۵۹

استناد: لرستانی، شبهنم، دل‌انگیزان، سهراب، رضایی، بیژن (۱۴۰۴). شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی گردشگری با

رویکرد فقرزدایی (مورد مطالعه: روستای هجیج اورامانات استان کرمانشاه). آموزش و مدیریت کارآفرینی، ۴(۳)، ۱۳۳-۱۵۹. doi: 10.22126/

eme.2025.11417.1126



© نویسندگان

DOI: <https://doi.org/10.22126/eme.2025.11417.1126>

ناشر: دانشگاه رازی

مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان حامی فقرا و توسعه برنامه‌های حوزه گردشگری به‌منظور درگیر کردن خانواده‌های فقیر در کسب‌وکار، ارائه محصول، درگیر کردن افراد محلی در موضوعات متفاوت وابسته به زنجیره کسب‌وکار و درآمدهای حوزه گردشگری در بسیاری از کشورها دنبال می‌گردد. هرچند بر اساس آمار بانک جهانی^۱ (۲۰۲۵)، در سطح جهان حدود ۶۷۷ میلیون نفر با درآمدی حدود ۲/۱۵ دلار در روز، حدود ۱۷۰۰ میلیون نفر با درآمد روزانه‌ای حدود ۳/۶۵ دلار و حدود ۳۵۰۰ میلیون نفر با درآمد روزانه‌ای حدود ۶/۸۵ دلار زندگی می‌کنند؛ اما بسیاری از اندیشمندان اقتصادی، از جمله سن^۲ و محبوب الحق^۳ دریافتند که؛ توجه صرف به درآمد، برای کاهش فقر دچار کاستی‌های جدی است و نمی‌تواند در ابعاد مختلف، فقر را از بین ببرد. در نتیجه ریشه‌ی اصلی فقر، صرفاً کمبود یا عدم درآمد نیست؛ بلکه علت آن می‌تواند عدم وجود شرایطی باشد که امکان خروج از وضعیت فقر را برای افراد فقیر فراهم می‌کند (نادری و همکاران، ۱۴۰۴؛ حریری و همکاران، ۱۴۰۲؛ زندی، ۱۳۹۹).

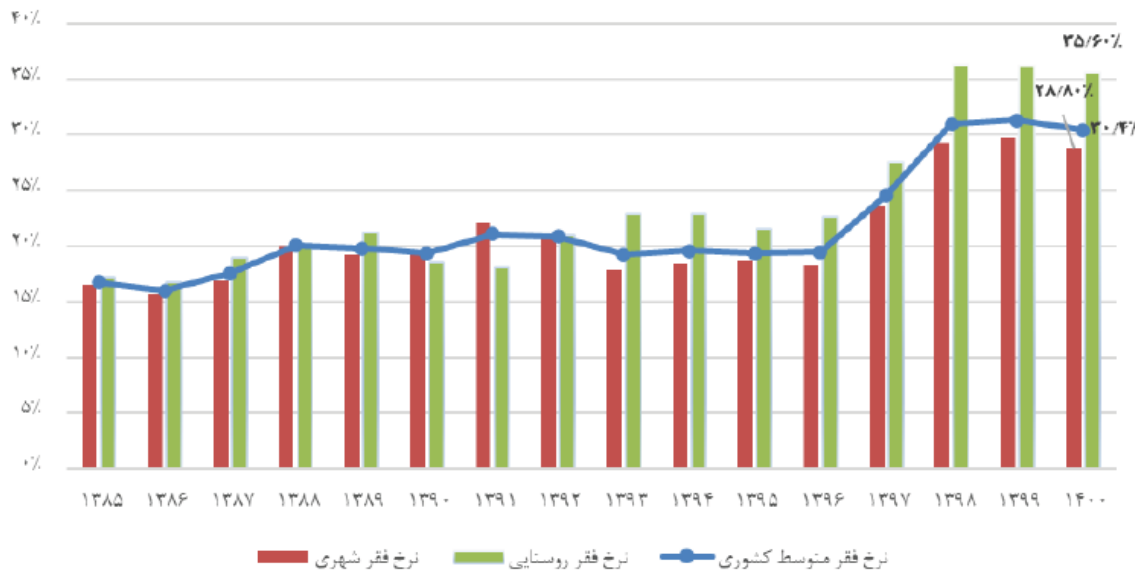
پژوهشگران گردشگری حامی فقرا استدلال می‌کنند که ویژگی‌های منحصربه‌فرد توسعه کارآفرینی گردشگری محور در مقایسه با سایر صنایع (به علت گستردگی زنجیره تأمین و ساده بودن فرایندها در کنار نوع تکنولوژی‌های مورد بهره‌برداری در این صنعت)، امکان درگیر کردن گروه‌های بیشتری از فقرا را در کسب‌وکار و زنجیره گسترده این صنعت داشته و لذا فرصت‌های بیشتری را برای کاهش فقر به ارمغان می‌آورد (راجرسون^۴، ۲۰۱۸). از این‌رو گردشگری با پتانسیل بالای خود، زمینه‌ای مناسب برای نقش‌آفرینی در قالب کارآفرینی ایجاد می‌نماید که در آن نه‌تنها به کارآفرینان فردی بلکه به یک رویکرد کارآفرینی مبتنی بر جامعه نیاز است. کارآفرینان نقش مهمی در توسعه پایدار دارند؛ اما نمی‌توانند به‌صورت مجزا عمل کنند در نتیجه به تعاملات تکاملی در سطح خرد و کلان نیاز است (بایکو و همکاران^۵، ۲۰۲۳).

گردشگری با دارا بودن زنجیره گسترده و در جوامع محلی، در توسعه فرصت‌های کارآفرینی در فرایند و زنجیره‌ای گسترده‌تر در این حوزه بسیار مؤثر است (نادری و همکاران، ۱۴۰۳). توسعه این صنعت با موانع کم مشارکت، فرصت‌های شغلی بیشتر و آلودگی کمتر محیط زیستی، به‌عنوان یک استراتژی غالب برای رفع محرومیت‌ها، فرار از دام فقر و تحقق توسعه پایدار در نظر گرفته می‌شود. شایان ذکر است که ارتباط مستقیمی نیز بین کارآفرینی زنان، امنیت در مسائل مادی، توانمندسازی و تغییرات اجتماعی وجود دارد (ووکویچ و همکاران^۶، ۲۰۲۳)؛ بنابراین اثرات سرریز مثبت بسیاری از این ناحیه می‌تواند وارد جامعه پذیرنده و توسعه‌دهنده کارآفرینی در صنعت گردشگری گردد. به همین علت بیشتر کشورهای جهان به‌منظور دریافت سهم بیشتری از درآمد و بالا بردن سطح اشتغال ناشی از توسعه این صنعت، در رقابتی نزدیک و تنگاتنگ در تمامی ابعاد مذکور تلاش می‌کنند (ژوهانسون^۷، ۲۰۱۷).

بر اساس آمار ارائه شده توسط بانک مرکزی ایران درآمد سرانه در دهه ۱۳۹۰ حدود ۶/۳۴ درصد کاهش یافته و در سال‌های تا ۱۴۰۳ نیز توان جبران نداشته است. این موضوع نشان‌دهنده افزایش وسیع فقر است که به علت عدم تولید و توزیع ثروت ناشی از منابع جدید در میان مردم به وقوع پیوسته است. همچنین، افزایش نرخ تورم،

1. World Bank
2. Sen
3. Mahbub ul Haq
4. Rogerson
5. Baiocco et al.
6. Vukovic et al.
7. Johannesson

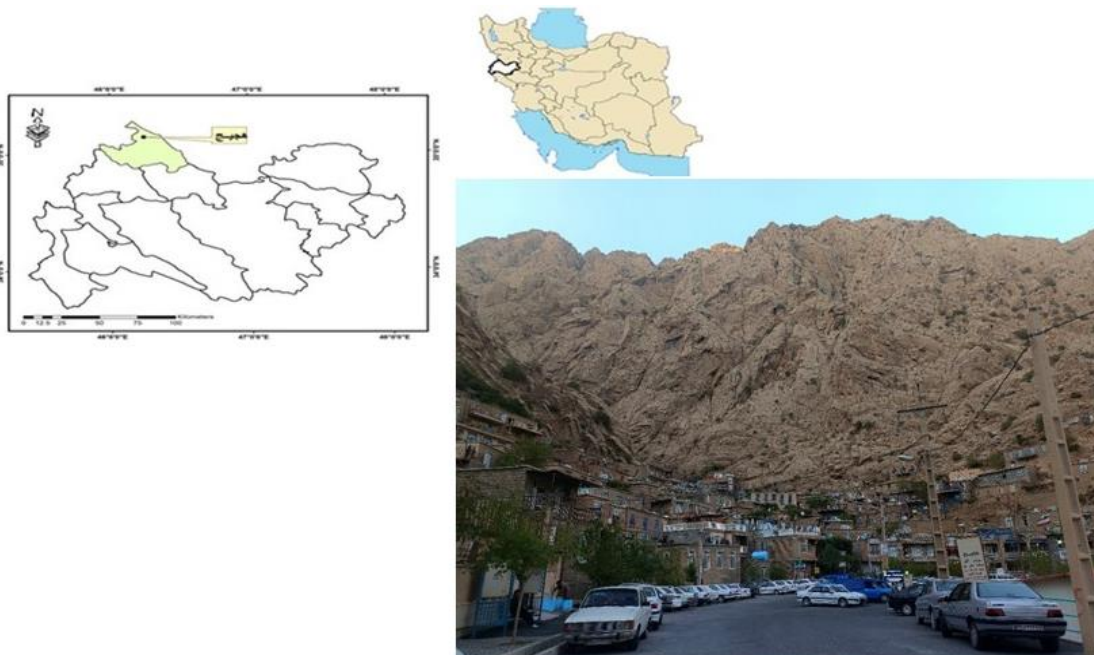
به‌ویژه از سال ۱۳۹۷ که با رشد منفی اقتصاد همراه بوده است، باعث شده تا رشد درآمدهای خانوار با رشد هزینه‌ها همگام نشود. شکل ۱ نشان می‌دهد که اگرچه حداقل دستمزد در طول دوره زمانی دهه ۹۰ در حال رشد بوده است ولی همواره رشدی کمتر از خط فقر خانوار داشته است؛ بنابراین عمق اثرگذاری فقر افزایش یافته است.



شکل ۱. روند نرخ فقر (نسبت جمعیت زیر خط فقر به کل جمعیت) (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در سال ۱۴۰۲)

بر اساس مطالعات انجام‌شده، در حال حاضر حدود ۷۵ درصد مردم فقیر جهان در مناطق روستایی زندگی می‌کنند این در حالی است که؛ مراکز اصلی و مقاصد اقامتی اکثر گردشگران به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه نظیر پارک‌های ملی، کوهستان‌های مرتفع، دریاچه‌ها، اماکن فرهنگی، پناهگاه‌های حیات وحش و... در مناطق روستایی قرار دارند. درک کامل عوامل تعیین‌کننده کارآفرینی گردشگری در مقاصد روستایی به یک موضوع تحقیقاتی ضروری تبدیل شده است که نیازمند توجه بیشتر است (گوا و همکاران، ۲۰۲۳). افزون بر این گردشگری روستایی می‌تواند موجبات بهبود فرایند توسعه روستایی را با ایجاد فعالیت مکمل بخش کشاورزی، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد خانوارهای روستایی در بستر مشارکت‌سازی روستایی در فرایند گردشگری پذیرد کند که نیاز به پژوهشی در باره اثرات مثبت و تبعات منفی آن در زندگی روستایی را به وجود می‌آورد که رویکرد پژوهش حاضر را تشکیل می‌دهد.

با این توضیحات؛ پژوهش حاضر قصد دارد به شناسایی و تبیین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی گردشگری با رویکرد فقرزدایی در روستای هجیج منطقه اورامانات استان کرمانشاه، پاوه در استان کرمانشاه بپردازد. اگرچه محدوده جغرافیایی منطقه اورامانات استان کرمانشاه، با مساحت ۴۳۷۷ کیلومتر مربع (۱۸ درصد از مساحت استان کرمانشاه) از شمال به استان کردستان از شرق به شهرستان کرمانشاه و از جنوب به شهرستان دالاهو و سرپل ذهاب و از غرب به کشور عراق محدود می‌شود (صیدایی و همکاران، ۱۳۹۳) معین شده است. روستای هجیج ۵۳ هکتار مساحت دارد و در ۱۲۳ کیلومتری کرمانشاه و ۳۴ کیلومتری شهر پاوه قرار دارد. این روستا به‌عنوان یکی از پاکیزه‌ترین و زیباترین روستاهای اورامان و ایران شناخته می‌شود. روستای هجیج به دلیل طبیعت بکر و دست‌نخورده، فرهنگ خاص و تنوع در بافت معماری پلکانی به‌صورت ابنیه و سازه‌های سنگی (معماری صخره‌ای) خود، سالانه پذیرای گردشگران زیادی از نقاط مختلف ایران و جهان است (شکل ۲).



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی روستای هجیج در استان و کشور (مستندات پژوهش)

مبانی نظری پژوهش

توسعه پایدار، هدف مشترک جامعه بشری و کاهش فقر یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه پایدار است (وانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۳) و لذا فقر، یکی از معضلات اجتماعی بزرگ پیش روی بشر است (نادری و همکاران^۲، ۲۰۲۲). به‌طور کلی؛ فقر، به‌عنوان وضعیتی انسانی شناخته می‌شود که با محرومیت مداوم یا مزمن از منابع، قابلیت‌ها، انتخاب‌ها، امنیت و قدرت لازم برای برخورداری از استانداردهای مناسب زندگی و سایر موارد مدنی و فرهنگی مشخص می‌شود. فقر به معنای عدم و یا کمبود امکاناتی است که آدمی می‌تواند به‌وسیله آن، قابلیت‌ها و استعدادهای خویش را شکوفا سازد (آرام و سید امامی، ۱۳۹۵). یکی از مهم‌ترین اهداف توسعه پایدار، فقرزدایی است. فقرزدایی به معنای کم‌رنگ کردن و زدودن فقر از جامعه و ایجاد رفاه برای اقشار کم‌درآمد و آسیب‌پذیر جامعه و تأمین نیازهای اساسی آن‌ها است که تنها در چهارچوب فعالیت مؤسسات دارای عملکرد خوب و متعهد به تأمین اجتماعی قابل تحقق است (رجایی و همکاران، ۱۴۰۳؛ نوسباوم^۳، ۲۰۰۰).

کارآفرینی اجتماعی و نوآوری، هم‌پوشانی‌های مشترکی دارند و هر دو تحت تأثیر کیفیت نهادهای عمومی هستند. تفاوت‌های شناخته شده‌ای در اشکال نوآوری وجود دارد از جمله ایجاد ظرفیت محلی ذی‌نفعان یا ایجاد یک جنبش به‌منظور توسعه روستاها می‌تواند به‌صورت نهادی انجام پذیرد (عدنان و همکاران^۴، ۲۰۲۴). از راهکارهای بهبود توزیع درآمد، توسعه گردشگری است (مرادی و همکاران، ۱۴۰۴؛ منصوری و همکاران، ۱۴۰۴). در رویکردی مسئولیت‌پذیر نسبت به صنعت گردشگری به‌عنوان گردشگری حامی فقرا، پیوند معناداری بین توسعه گردشگری و کاهش فقر، آشکارا تأیید می‌شود (نایت^۵، ۲۰۱۸).

گردشگری روستایی شکلی از گردشگری پایدار و مسئولانه است که؛ به گردشگران و مسافران این امکان را

1. Wang et al.
2. Naderi et al.
3. Nussbaum
4. Adnan et al.
5. Knight

می‌دهد تا در زندگی روزمره جوامع محلی یا در محیط‌های روستایی که معمولاً دارای جمعیت کم، مسلط به کشاورزی، ویژگی‌های سنتی و فرهنگی متمایز هستند، درگیر شوند. شایان ذکر است که؛ اخیراً، علاقه به گردشگری روستایی، به‌ویژه پس از همه‌گیری کووید ۱۹ افزایش یافته است (پریاتموکو و همکاران^۱، ۲۰۲۳). بخش گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و پول‌سازترین صنایع جهان برای توسعه به‌شدت به ابزارها و مهارت‌های کارآفرینی وابسته است. کارآفرینی گردشگری فرایند افزایش ارائه و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری است (دسترنج و همکاران، ۱۳۹۸).

سه حوزه - کارآفرینی، پایداری و گردشگری - به‌ظاهر نامرتبط ولی دارای ظرفیت‌های بالای همراهی هستند. صنعت گردشگری، از نظر درآمدزایی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین صنایع خدماتی جهان، شناخته شده است. گردشگری با تولید ارز خارجی و با تأمین مزایای مستقیم و غیر مستقیم در ایجاد منبع مهم اشتغال، تأثیرات مهمی بر درآمد ملی دارد و به‌عنوان دومین منبع مهم درآمد، در ۲۰ کشور از ۴۸ کشور کمتر توسعه‌یافته، طبقه‌بندی می‌شود. در کشورهایی که اساساً به گردشگری متکی هستند این صنعت می‌تواند ۳۰ تا ۹۰ درصد از تولید ناخالص داخلی و همچنین ۵۰ تا ۹۰ درصد از صادرات را به خود اختصاص دهد؛ در حالی که ۲۰ تا ۵۰ درصد از ظرفیت جمعیت را به‌کار می‌گیرد (پونسه و همکاران^۲، ۲۰۲۰).

بیشتر اوقات گردشگری به‌عنوان نوشدارویی برای مسائل اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی در نظر گرفته می‌شود. با این حال شواهد محدودی وجود دارد که دستاوردهای کلان گردشگری به دست مردم فقیر می‌رسد. (راجرسون، ۲۰۱۸). نکته این است که گردشگری معمولاً به‌عنوان یک محرک توسعه اقتصادی در نظر گرفته می‌شود و کاهش فقر یک محصول جانبی آن است نه یک اولویت (دپاس و همکاران^۳، ۲۰۲۱)؛ بنابراین گردشگری باید در سطح جامعه توسعه یابد تا اطمینان حاصل شود که جریان پول حاصل از آن، به جوامع محلی می‌رسد (آژه^۴، ۲۰۲۰). گردشگری حامی فقرا بر چگونگی تأثیر گردشگری بر معیشت فقرا از طریق مجموعه‌ای از استراتژی‌های توسعه و رشد گردشگری با هدف کاهش فقر تمرکز می‌کند (راجرسون، ۲۰۱۸).

این رویکرد که در اواخر دهه ۱۹۹۰ توسعه یافت، به‌صراحت به دنبال باز کردن فرصت‌ها برای فقرا از طریق تغییرات نهادی هدفمند در حوزه‌های مختلف دولت، صنعت و بخش داوطلبانه است. حامیان گردشگری فقرزدا پیشنهاد می‌کنند که این تغییرات ممکن است از طریق تعدیل‌های خاص در سیاست‌های دولت و شیوه‌های گردشگری به وجود بیاید و منجر به افزایش مشارکت فقرا در زنجیره‌های گسترده صنعت و خوشه گردشگری شود. منتقدان برنامه گردشگری فقرزدا استدلال می‌کنند که اگر قصد این باشد که گردشگری به نفع فقرا باشد، آنگاه صرفاً تغییر رویه‌ها کافی نیست، در عوض باید ترتیبات و ساختارها نیز بازنگری شود. هرچند چنین تغییراتی در فضاهای دولت و صنعت ممکن است برای کاهش فقر مبتنی بر گردشگری ضروری باشد، اما به نظر می‌رسد که درگیر کردن خود فقرا در این تغییرات و نیز برنامه‌های مسئولیت‌پذیر، نقش مهمی را خواهد داشت (نایت، ۲۰۱۸). گردشگری از دو بعد اصلی عرضه و تقاضا شکل گرفته که عملکرد مطلوب آن‌ها تحت تأثیر محیط بیرونی (شرایط اقتصادی، اجتماعی و...) اثرگذار بر عملکرد این دو بعد است. در نتیجه گسترش مطلوب گردشگری به‌عنوان فعالیتی با صحنه‌ای گسترده که دربرگیرنده بازیگران متعدد است، نیازمند عملکرد هماهنگ و سازمان‌مند، تمامی ابعاد و عناصر آن به شکلی پویا و برنامه‌ریزی شده است.

1. Priatmuku et al.
2. Ponce et al.
3. Dias et al.
4. Aji

پیشینه پژوهش

جدول ۱. پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی

ردیف	عنوان پژوهش	سال پژوهش	پژوهشگر	روش‌شناسی	خلاصه نتایج پژوهش
۱	شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد: با تأکید بر زیرساخت‌های گردشگری	۱۴۰۴	گله‌دار و همکاران	آینده‌پژوهی	نتایج پژوهش نشان می‌دهد بیشترین تأثیرگذاری در توسعه زیرساخت‌های گردشگری به ترتیب مربوط به آموزش نیروی ماهر، بخش خصوصی، تورهای گردشگری، امنیت، روش‌های نوین تبلیغات و رویدادهای فرهنگی-آموزشی است.
۲	گردشگری حامی فقرا با رویکرد انتقادی	۱۳۹۹	ابتهال زندی	تحلیلی - توصیفی	نتایج پژوهش حاکی از آن است که گردشگری حامی فقرا ظهور نوع جدیدی از گردشگری نیست این رویکرد جدید تلاش می‌کند تا انواع گردشگری موجود را در مسیر حمایت بیشتر از فقرا، فعال سازد.
۳	بررسی ادراک ذی‌نفعان از تحقق گردشگری حامی فقرا در روستاهای منتخب شرق استان سمنان	۱۳۹۸	رضوانی و همکاران	تحلیل محتوا	نتایج تحقیق نشان می‌دهد بخشی از فقرا توانسته‌اند در مشاغل رسمی از قبیل فعالیت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، فروشگاه‌ها و مکان‌های غیر رسمی گردشگری از قبیل اجاره دادن خانه شخصی، عرضه محصولات کشاورزی، باغداری و... مشغول به کار شوند.
۴	اثر درآمدهای گردشگری بر نابرابری درآمد با رویکرد رگرسیون پانل کوانتایل (مطالعه موردی منتخب کشورهای در حال توسعه)	۱۳۹۸	مهر آرا و شیرمحمدی	داده‌های ترکیبی و رویکرد رگرسیون کوانتایل	نتایج پژوهش نشان می‌دهد که درآمدهای گردشگری منجر به کاهش نابرابری درآمد به‌طور مستقیم و غیر مستقیم از کانال کاهش بیکاری می‌شود.
۵	درمان همه یا نابودی؟ فرا رگرسیونی بر تأثیر توسعه گردشگری بر فقرزدایی	۲۰۲۳	ژانگ و همکاران	فراتحلیل	بر اساس ۲۹۸ تخمین استخراج شده از ۳۳ مطالعه، اندازه اثر ترکیبی ۰,۱۴ ~ را با ۰,۹۵٪؛ فاصله اطمینان [۰,۲۳، ۰,۰۵] × نشان می‌دهد گردشگری به‌طور متوسط فقر را کاهش می‌دهد.
۶	مکانیسم انگیزش کاهش فقر دقیق در گردشگری روستایی در چین	۲۰۲۲	وانگ و همکاران	تحلیل نیرو (مدل شیب فیزیکی)	نتایج نشان می‌دهد که بین گردشگری فقرزدا و احیای مقصد گردشگری ارتباط مستقیمی وجود دارد.
۷	فضای خارجی فعالیت‌های گردشگری در کاهش فقر	۲۰۲۰	پابلو پونسه	استفاده از مجموعه‌ای از مدل‌های اقتصادسنجی مکانی	نتایج نشان می‌دهد که فعالیت‌های گردشگری و فقر منطقه‌ای رابطه منفی دارند؛ بنابراین، یک درصد افزایش در فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با جهانگردی، فقر منطقه‌ای خود کانتون را ۴/۳۱ درصد و کانتون‌های همسایه را بین ۰,۷ تا ۲/۴ درصد کاهش می‌دهد.
۸	برداشت ساکنان فقیر از تأثیرات گردشگری در زمینه کاهش فقر: از دیدگاه فقر چندبعدی	۲۰۲۰	وانگ و همکاران	ترکیبی	نتایج نشان می‌دهد که توسعه اقتصادی جهانگردی سهم بسزایی در کاهش فقر چندبعدی در مناطق مورد مطالعه داشته است و مشارکت خانوارهای چینی در پروژه‌های گردشگری با هدف حمایت از فقرا را تجزیه و تحلیل کرده و دریافتند که درآمد خانوارهای شرکت‌کننده به‌طور قابل توجهی بیشتر از خانوارهای غیر شرکت‌کننده است.
۹	مفاهیم توسعه اقتصادی و درک نقش گردشگری در کاهش فقر	۲۰۱۹	مالت و همکاران ^۱	تحلیل محتوا	جهانگردی به‌عنوان یک فعالیت بااهمیت اقتصادی جهانی به‌عنوان مکانیسمی باقابلیت ارتقای اجتماعی است.

جمع‌بندی مبانی نظری و پیشینه پژوهش

بر اساس چارچوب نظری و پیشینه مرور شده می‌توان این‌گونه بیان داشت که اولاً دولت‌ها بخش قابل توجهی از سیاست‌های فقرزدایی پایدار خود را باید در حوزه‌های کارآفرینی شخصی و اجتماعی سازمان‌دهی نمایند و البته تجارب گسترده‌ای از کشورهای جهان در این زمینه وجود دارد. ثانیاً در روستاهای کشور با وجود استعدادهای بزرگ فرهنگی، تاریخی، طبیعی و مردم‌شناسی، ظرفیت بالای توسعه صنعت گردشگری در راه‌اندازی، توسعه و نفوذ در بین همه اقشار اجتماعی قابل هدف‌گذاری است؛ بنابراین اتخاذ سیاست‌های متمرکز بر توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری روستامحور دارای توجیه عقلی و منطقی است.

این موضوع عاملی خواهد بود که با توسعه زیرساخت‌های سخت و نرم جذب گردشگران خارجی، هم به سمت‌وسوی گستردگی روابط و بالا بردن ظرفیت جذب کشور از سرمایه و تکنولوژی مؤثر باشد و هم با توجه به گستردگی زنجیره تأمین و مداخله تقریباً همه طبقات اجتماعی ساکن در روستا و مخصوصاً امکان مشارکت‌دهی خانواده‌های فقیر با هراندازه و نوع مهارت در توسعه کارآفرینانه این صنعت، گام‌های مؤثری را در مسیر فقرزدایی روستایی برداشت. با این توضیح این مطالعه عملاً به این حوزه پرداخته است و مطالعه توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری را به‌منظور فقرزدایی در روستای هجیح از توابع اورامانات استان کرمانشاه هدف‌گذاری کرده است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت پژوهشی، از رویکرد کیفی تبعیت می‌کند. روش جمع‌آوری داده‌ها، به‌صورت کتابخانه‌ای - میدانی و تحلیل محتوای کیفی است. تحلیل محتوای کیفی را می‌توان نوعی روش‌شناسی تحقیق در خدمت تفسیر محتوایی داده‌ها دانست. همه رویکردهای تحلیل محتوای کیفی از یک فرایند مشابه پیروی می‌کنند که هفت مرحله را در برمی‌گیرد: ۱. تنظیم کردن پرسش‌های پژوهش که باید پاسخ داده شوند؛ ۲. برگزیدن نمونه مورد نظر که باید تحلیل شود؛ ۳. جمع‌آوری داده‌های پژوهش؛ ۴. مشخص کردن رویکرد تحلیل محتوایی که باید اعمال شود؛ ۵. طرح‌ریزی کردن فرایند رمزگذاری؛ ۶. تعیین اعتبار و پایایی؛ ۷. تحلیل نتایج حاصل از رمزگذاری.

در این پژوهش به دلیل اهمیت بالای جمع‌آوری داده‌ها از افراد کلیدی، از روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی استفاده شده است. در ادامه؛ داده‌ها به‌صورت هم‌زمان و متوالی جمع‌آوری و در مرحله بعدی داده‌های به‌دست آمده در راستای هدف پژوهش، تحلیل شده است. مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری و آستانه سودمندی اطلاعات ادامه یافته و همچنین حجم نمونه نیز تا هم‌پوشانی نظرات مصاحبه‌شوندگان ادامه یافت. در پژوهش حاضر، پس از مطالعه اسناد و مدارک مرتبط با اهداف تحقیق، تمامی فایل‌های مورد نیاز تحلیل، محتوای استخراج شده از منابع مکتوب مطالعه شده ساختارهای اولیه ذهنی و چارچوب‌های پرسش‌نامه و سؤالات اصلی را تعیین کرد و سپس با استفاده از چارچوبی نیمه ساختاریافته، محقق جلسات مصاحبه با کارشناسان و نیز کارآفرینان و ساکنین محلی را سازمان‌دهی نمود.

در این بخش از پژوهش در راستای دستیابی به اهداف، مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته با ۱۶ نفر از متخصصان، کارشناسان و مطلعین امر، کارآفرینان و ساکنین محلی آگاه، ترتیب داده شد. نحوه نمونه‌گیری هدفمند با تأکید بر صاحب‌نظران و متخصصانی که در حوزه پژوهش دارای تسلط و تجربه هستند، بوده است. پس از مطالعه اسناد و مدارک مرتبط با اهداف پژوهش تمام فایل‌های مورد نیاز تحلیل، از جمله: مصاحبه با کارشناسان،

کارآفرینان و ساکنین محلی آگاه؛ با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۲۲ به‌منظور انجام فرایند تجزیه و تحلیل؛ در پنجره سیستم اسناد^۱ وارد شدند. پس از تخصیص کدهای اصلی و فرعی در قسمت کد سیستم^۲ به اطلاعات ورودی نرم‌افزار در قسمت مرورگر اسناد^۳، در پنجره بازیابی^۴، نتایج بخش‌های کدگذاری شده نمایش داده شده است (شکل ۳). این فرایند باعث شد تا اطلاعات به‌طور مؤثری سازمان‌دهی شده و تحلیل‌های دقیق‌تری از داده‌های جمع‌آوری شده حاصل گردد. در ادامه تحلیل‌های صورت‌گرفته ۱۸ مقوله و ۱۱۲ مفهوم حاصل شد (شکل ۴).

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	عنوان	تعداد	توضیحات
۱	متخصصان و مطلعین امر	۴	عضو هیأت علمی اورامان پژوه شهردار نوسود ریاست اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی شهرستان پاپوه
۲	رهبران محلی آگاه	۳	دهیار شورا امام جمعه شرکت گردشگری سیران کافه‌رستوران هجیج مهمان‌سرای هجیج
۳	صاحبان مشاغل و کارآفرینان	۹	مجموعه سوئیت‌های اقامتی کاندیش اسکله قایقرانی هجیج صنایع دستی فروشگاه‌ها (تعداد ۳ مورد)

شکل ۳. نمایشی از محیط رابط کاربر نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۲۲

1. System Document
2. System Code
3. Browser Document
4. Segment Retrieved

یافته‌های پژوهش

جدول ۲. مقوله‌های استخراج‌شده از دسته‌بندی کدها در نرم‌افزار مکس کیودا ۲۰۲۲

فراوانی	کد سیستم
۶	گردشگری پایدار
۱۶	توسعه صنایع دستی
۳۳	توسعه مقصد گردشگری
۲۳	افزایش مشارکت افراد در گردشگری
۲۲	قوانین و مقررات
۸	طراحی مجدد زنجیره تأمین گردشگری
۴	راه‌اندازی مؤسسه‌های تحقیق و توسعه
۲۲	ایجاد ظرفیت‌های گردشگری حامی فقرا
۲۶	توسعه زیرساخت‌ها
۲۶	توسعه زیرساخت‌ها/آموزش
۲۵	تدوین استراتژی‌های گردشگری فقرزدا
۶	ارائه وام و تسهیلات از سوی نهادهای مرتبط
۴	اثرات گردشگری بر فقرا
-	اثرات گردشگری بر فقرا/اجتماعی - فرهنگی
۳۵	اثرات گردشگری بر فقرا/اجتماعی - فرهنگی/مثبت
۱۲	اثرات گردشگری بر فقرا/اجتماعی - فرهنگی/منفی
-	اثرات گردشگری بر فقرا/اثرات اقتصادی
۱۸	اثرات گردشگری بر فقرا/اثرات اقتصادی/مثبت
۲	اثرات گردشگری بر فقرا/اثرات اقتصادی/منفی
-	اثرات گردشگری بر فقرا/اثرات زیست‌محیطی
۷	اثرات گردشگری بر فقرا/اثرات زیست‌محیطی/مثبت
۸	اثرات گردشگری بر فقرا/اثرات زیست‌محیطی/منفی
۳۸	اشتغال‌زایی
۷	اشتغال‌زایی/القایی
۲۰	اشتغال‌زایی/مستقیم
۱۱	اشتغال‌زایی/غیر مستقیم
۱۹	دسترسی‌ها
۱۰	دسترسی‌ها/مالکیت زمین
۹	دسترسی‌ها/بازار

در ادامه مقوله‌ها و مفاهیم حاصل از مصاحبه‌ها و مطالعات صورت گرفته بر اساس اهداف پژوهش در قالب جدول ارائه می‌شود.

جدول ۳. مقوله‌های استخراج‌شده از مصاحبه‌ها با عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی فقرزدا در حوزه گردشگری

مقوله	مفهوم	منبع (کد مصاحبه‌شونده)
تأثیرات اجتماعی - فرهنگی گردشگری	- افزایش کیفیت زندگی برای فقرا، بهبود استانداردهای زندگی	A2, A3, A4, A5 A6, A7, A8, A9, A11, A12, A14, A15, A16
	- تمرکز بر مزایای جامعه مانند آب آشامیدنی سالم، بهداشت، آموزش، زیرساخت و...	
	- افزایش آگاهی، حفاظت و ارتقای میراث فرهنگی	
	- افزایش دسترسی و مالکیت زنان در عرصه‌های کسب‌وکار و تقویت موقعیت اجتماعی و اقتصادی آن‌ها؛ دستیابی به برابری جنسیتی	
	- کاهش آمار بزهکاری، دزدی، فساد و... (این آمار در روستای هجیج صفر است)	
	- بهبود دسترسی به نیازهای اساسی	
	- افزایش سرمایه اجتماعی، ظرفیت بالای گردشگری در ارائه خدمات اجتماعی	
	- افزایش مسئولیت‌پذیری و مطالبه‌گری اجتماعی	
	- کاهش درصد مهاجرت روستا به شهر	
	- افزایش استقلال فرهنگی و اتکا به خود، تعامل فرهنگی با گردشگر	

ادامه جدول ۳. مقوله‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها با عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی فقرزدا در حوزه گردشگری

منبع (کد مصاحبه‌شونده)	مفهوم	مقوله
A1, A3, A8, A9, A10, A12, A16	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش آگاهی و رفتار زیست‌محیطی ساکنان - افزایش اهمیت حفاظت و ارتقای میراث طبیعی (سرمایه‌های طبیعی) - کاهش مهاجرت‌ها بعد از رونق گردشگری در روستای هجیج - استفاده صحیح و کارآمد از پتانسیل‌های منابع طبیعی و زیست‌محیطی - کاهش دسترسی به منابع - تخریب محیط زیست و منابع طبیعی که فقرا به آن وابسته هستند. - خروج سرمایه‌های انسانی (صنعت گران)؛ هم‌زمان با احداث سد داربان (سال ۹۴) 	تأثیرات زیست‌محیطی گردشگری
A1, A5, A8, A9, A11, A12, A13	<ul style="list-style-type: none"> - ورود ۲/۵ میلیارد پول در دو روز تعطیلات عید فطر - رونق بخشی و تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی هجیج - تسهیل فروش محصولات باغداری، دامداری و... در فرایند گردشگری - کاهش آسیب‌پذیری ناشی از شوک‌های اقتصادی - گسترش مشاغل و فرصت‌های کسب‌وکار - تعادل در عرضه و تقاضای گردشگری - بهبود و افزایش درآمد خانوارهای ساکن روستای هجیج - بهبود وضعیت اقتصادی فقرا از طریق گسترش فرصت‌های تجاری و افزایش دسترسی به دارایی‌ها 	تأثیرات اقتصادی
A3, A5, A8, A9, A11, A12, A13, A15	<ul style="list-style-type: none"> - به‌روز شدن اقامتگاه‌ها از لحاظ ارائه خدمات - ایجاد سنگ‌فرش توسط بنیاد ملی مسکن - حفظ بافت معماری منازل و جلوگیری از جهش نامنظم ساخت - منابع تخصیص‌یافته به صنعت گردشگری، زیرساخت‌ها و... منجر به توسعه و رفاه بیشتر مردم محلی می‌شود - وجود محصولات با کیفیت کافی، مناظر زیبا، حیات‌وحش، مکان‌های میراث فرهنگی، امکانات تفریحی، زیرساخت‌ها و خدمات تجاری - بهره‌گیری مطلوب از امکانات و منابع، با استفاده از ترکیب مؤثر و کارای علم و عمل - عدم زیرساخت‌های فیزیکی مناسب - زیرساخت درمانی ضعیف، پخش ناکافی دارو به مرکز بهداشت - تردد و ترافیک سنگین به دلیل فضای ناکافی روستایی، وجود جاده‌های باریک و پُر پیچ‌وخم - عدم دسترسی به گاز شهری، قطعی مداوم آب، اینترنت ضعیف و قطعی کامل در ساعاتی از شبانه‌روز، قطعی سیستم مخابرات در روزهای پنج‌شنبه و جمعه 	توسعه مقصد گردشگری
A1, A4, A5, A6, A9, A11, A14	<ul style="list-style-type: none"> - راه‌اندازی تأسیسات گردشگری توسط بخش خصوصی و استخدام ده‌ها نیروی خدماتی از اهالی هجیج - ارائه خدمات اقامتی توسط اکثر اهالی، اجاره اقامتگاه‌ها، خانه مسافر و سوئیت‌ها - اشتغال قشر ضعیف جامعه محلی هجیج در بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای گردشگری - عرضه کالا و خدمات به تورهای گردشگری - نیروهای تولید، فروش و توزیع، در کارگاه‌های صنایع دستی (بیشترین اشتغال‌زایی زنان در این حوزه است) 	اشتغال‌زایی مستقیم
A4, A5, A8, A16	<ul style="list-style-type: none"> - افراد و شرکت‌هایی که مواد و ملزومات مورد نیاز کافه‌رستوران، مهمان‌سراها و اقامتگاه‌های هجیج را تأمین می‌کنند. - همکاری در ساخت مکان‌های رفاهی و خدماتی؛ استخدام بیش از ده‌ها نفر از مردم محلی به‌عنوان نیروی کار مورد نیاز شرکت‌های ساختمانی (پیمانکارها) - تسریع فروش محصولات کشاورزی، باغداری (به‌ویژه انار)، دامداری و... جامعه محلی به‌واسطه‌ی گردشگری (مشتری به سمت محصول می‌آید) توسط گردشگران - ارائه تجهیزات مورد نیاز به کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری از جمله تأمین سوخت مورد نیاز قایق‌ها، تهیه لوازم‌پدکی و... مورد نیاز اسکله قایق‌رانی هجیج 	اشتغال‌زایی غیر مستقیم

ادامه جدول ۳. مقوله‌های استخراج‌شده از مصاحبه‌ها با عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی فقرزدا در حوزه گردشگری

منبع (کد مصاحبه‌شونده)	مفهوم	مقوله
A11, A15, A16	<ul style="list-style-type: none"> - سرمایه‌گذاری و ورود بخش خصوصی به گردشگری یا شرکت‌های کوچک به‌ویژه در بخش غیر رسمی به‌منظور ایجاد کسب‌وکارهای گردشگری در روستای هجیج - ۹۰ درصد زمین‌های منطقه تحت مالکیت منابع طبیعی است - با تغییر کاربری روستا به دلیل احداث سد، بخشی از فضای اصلی روستا تحت مالکیت بنیاد مسکن و شهرسازی قرار دارد. 	اشتغال‌زایی القایی
A3, A5, A6, A9, A12, A15	<ul style="list-style-type: none"> - منازل مسکونی، اقامتگاه‌ها، باغات و... تحت مالکیت ساکنان محلی قرار دارد؛ اما به دلیل ناکافی بودن زمین، میزان بهره‌برداری از کشاورزی، باغداری و... بسیار اندک است. - ایجاد فرصت، برای دسترسی به بازارهای گردشگری - ایجاد بازار توسط بخش رسمی به‌منظور فروش کالاها و خدمات ساکنان محلی - ایجاد تناسب بین خدمات ارائه شده مردم محلی و خدمات مورد نیاز گردشگران - تعامل فرهنگی با گردشگر، ایجاد ارتباطات به‌روز با مناطق خارج از محدوده هجیج - گسترش تبلیغات و برندسازی در تحقق این مهم؛ می‌تواند اثربخش باشد - آموزش مهارت‌های لازم در زمینه معرفی جاذبه‌های گردشگری - ارائه آموزش‌های لازم و مرتبط، به گردشگر و گردشگرپذیر - ارتقا زیرساخت‌های آموزشی - ظرفیت‌سازی و توانمندسازی ساکنان محلی - برقراری نهادهای آموزشی مرتبط با گردشگری - آموزش راه‌های امرار معاش از طریق گردشگری - تعیین و تبیین وظیفه گردشگرپذیر در مقابل گردشگر و بالعکس - آموزش رهبران محلی و همچنین تعیین وظایف آن‌ها در این حیطه - ارائه آموزش‌های رسمی و غیر رسمی؛ از جمله: آموزش مهارت‌های زبان خارجی به‌منظور رفع موانع پیشرفت‌های محلی 	مالکیت زمین
A2, A3, A8, A9, A12, A15	<ul style="list-style-type: none"> - کاهش ریسک مشارکت در طرح‌های گردشگری - مشارکت بخش خصوصی، سازمان‌های غیر دولتی، سازمان‌های اجتماعی - مشارکت دولت به‌عنوان تسهیل‌کننده طرح گردشگری فقرزدا - مشارکت بخش بین‌المللی به‌عنوان یکی از متولیان اصلی ریشه‌کنی فقر - مشارکت مردم محلی به‌عنوان عامل کلیدی و تأثیرگذار در اجرا و توسعه طرح گردشگری فقرزدا 	بازار
A7, A8, A13, A14, A15, A16	<ul style="list-style-type: none"> - اصلاح خط‌مشی و فرایندها با ایجاد یک چارچوب سیاستی و برنامه‌ریزی - اصلاح سیاست در طیف وسیعی از مسائل گردشگری - ایجاد چارچوب‌هایی به‌منظور طراحی سیاست و تدوین استراتژی‌های قوی برای نهادهای شمولی طرح گردشگری فقرزدا - جهت‌گیری اساسی قوانین و مقررات و اقدامات، به‌منظور ایجاد و تداوم گردشگری حامی به فقرا - ایجاد چارچوب‌های حمایتی - سیاسی از نهادهای دولتی و غیر دولتی در مقصد - ایجاد یک سیاست و برنامه‌ریزی حمایتی‌تر از گردشگری فقرزدا - کاهش بوروکراسی اداری، تسهیل اجرای برنامه‌های گردشگری فقرزدا توسط دولت - تسهیل قوانین به نفع افراد فقیر، کاهش رقابت برای منابع طبیعی، اصلاح در صدور مجوزها و روندهای آموزشی - جایگزینی ضابطه به‌جای رابطه و ایجاد فرصت برابر، اصلاح و تعدیل قوانین دست‌وپاگیر 	آموزش و توانمندسازی
A4, A6, A7, A9, A10, A11, A16	<ul style="list-style-type: none"> - ورود دانشگاه‌ها و مراکز علمی، به‌منظور انجام پژوهش‌های مسئله‌محور - تشکیل صندوق امانی به‌منظور ارائه تسهیلات و کمک‌های بلاعوض به پروژه‌هایی که در راستای فقرزدایی هستند. 	گسترش مشارکت در گردشگری
A3, A5, A6, A7, A9, A13, A14, A15		قوانین و مقررات
A8, A11, A14		راه‌اندازی مؤسسه‌های تحقیق و توسعه

ادامه جدول ۳. مقوله‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها با عنوان عوامل مؤثر بر کارآفرینی فقرزدا در حوزه گردشگری

مقوله	مفهوم	منبع (کد مصاحبه‌شونده)
توسعه صنایع دستی	- توسعه صنایع دستی و محصولات محلی، به‌عنوان یک کانال اصلی در جهت فقرزدایی جامعه میزبان، ایفای نقش می‌کند. - خرید محصولات محلی (نه محصولات وارداتی)؛ جریان درآمدی قابل توجهی برای ساکنان محلی، ایجاد می‌شود - راه‌اندازی مجدد کارگاه‌های صنایع دستی - آموزش و انتقال دانش ساخت صنایع دستی، به نسل جدیدهای جدید - صنایع دستی و محصولات محلی بیشتر تحت مالکیت زنان محلی قرار دارد	A1, A2, A4 A7, A8, A9 A11, A14 A15
	- ایجاد زیرساخت‌ها به‌منظور حمایت مالی از طرح‌های گردشگری - تحریک سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و جذب گردشگران ملی و بین‌المللی و همچنین منتفع شدن مردم محلی - بسترسازی به‌منظور ورود زنان به امور مربوط به صنایع دستی - توسعه زیرساخت‌های لازم - احداث مکان‌های خدماتی، رفاهی و بهداشتی بیشتر - تشکیل نهادهایی به‌منظور ارائه آموزش‌های رسمی و غیر رسمی - توسعه زیرساخت‌های آموزشی - تأمین زیرساخت‌های اصلی انرژی از جمله گاز، برق و آب - رفع مشکلات مخابراتی شبکه اینترنت به‌منظور ایجاد ارتباطات، تبلیغات و... در بستر شبکه‌های اجتماعی - توسعه زیرساخت‌های درمانی - تأمین امنیت گردشگر، به دلیل مرزی بودن منطقه - متقاعدسازی و توجیه اهالی منطقه، تغییر نگرش منفی ساکنان نسبت به گردشگر و گردشگری، به دلیل فرهنگ خاص عرفی ساکنان محلی.	A4,A6,A7,A9, A11,A12,A14, A15, A16
توسعه زیرساخت‌ها	- طراحی و ترسیم مجدد زنجیره تأمین گردشگری جامعه میزبان؛ در راستای فقرزدایی و جایگاه‌یابی فقرا در آن - ایجاد برنامه‌های عملیاتی، به‌منظور گنجاندن محصولات و خدمات فقرا در زنجیره تأمین گردشگری - تجزیه و تحلیل زنجیره تأمین گردشگری - استفاده از پتانسیل‌های گردشگری استفاده نشده، به‌منظور ایجاد مزایای معیشتی برای فقرا - طراحی و ایجاد زنجیره تأمین پایدار از منابع محلی به‌منظور پایداری طرح گردشگری فقرزدا	A1, A3, A4, A5, A7, A15
	- عجنین‌شدن اطلاعات و فناوری با ثروت (منابع) مادی و طبیعی - ترکیب مشاغل فقرا در بازارهای سرمایه‌داری - تدوین استراتژی‌های متمرکز بر منافع و اثرات غیر اقتصادی گردشگری فقرزدا - به‌کارگیری استراتژی ادغام در زنجیره تأمین گردشگری - تدوین استراتژی‌های تجاری واقع‌بینانه در طرح گردشگری فقرزدا - تدوین استراتژی‌های متمرکز بر اصلاح سیاست‌های گردشگری - انتخاب راهبردهای مناسب به‌منظور دوام طرح گردشگری فقرزدا - ایجاد استراتژی‌هایی در ابعاد و مقیاس‌های مختلف - تعیین استراتژی‌های مؤثر برای ایجاد گردشگری خلاق - تمرکز استراتژی‌های گردشگری فقرزدا روی ایجاد گوشه‌ها یا حاشیه‌هایی در صنعت گردشگری	A3, A6, A7,A10, A13, A14
تدوین استراتژی‌های گردشگری فقرزدا	- ضرورت دریافت بودجه از آژانس‌های کمک‌رسانی ملی و بین‌المللی - تشکیل صندوق امانی به‌منظور ارائه تسهیلات و کمک‌های بلاعوض به پروژه‌های گردشگری فقرزدا - تخصیص بودجه و ارائه تسهیلات کم‌بهره، در راستای راه‌اندازی تأسیسات و کسب کارهای مرتبط با گردشگری	A8, A10, A13 A14
ارائه تسهیلات از سوی نهادهای مرتبط		

نتیجه گیری

نتایج پژوهش حاضر حاکی از آن است که صنعت گردشگری توانایی تأثیرگذاری روی سه زمینه از زندگی افراد در روستای هجیج از جمله: تأثیرات اقتصادی، فرهنگی - اجتماعی و زیست‌محیطی را داشته است. از نظر اقتصادی، اثرات مثبتی به گردشگری فقرزدا نسبت داده شده است؛ از جمله: کاهش آسیب‌پذیری ناشی از شوک‌های اقتصادی، تنوع بخشیدن به اقتصاد محلی، گسترش فرصت‌های تجاری برای فقرا، بهبود وضعیت اقتصادی، دسترسی به منابع و دارایی‌های طبیعی، رونق بخشی اقتصاد، گسترش مشاغل و فرصت‌های کسب‌وکار، بهره‌مندی از اپراتورهای کوچک و اشتغال فقرا در بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای گردشگری، افزایش و بهبود درآمد خانواده، تسهیل فروش محصولات کشاورزی به‌عنوان شغل مکمل در روستای هجیج شده است.

با توجه به تأثیرات اجتماعی-فرهنگی؛ افزایش کیفیت زندگی برای فقرا، بهبود استانداردهای زندگی و دسترسی به خدمات اجتماعی از جمله: مدرسه، بهداشت امنیت، زیرساخت‌ها و...، افزایش آگاهی، حفاظت و ارتقای میراث فرهنگی، نسبت بالای مهارت‌های خانگی در گردشگری؛ دسترسی زنان را به این صنعت افزایش داده و سبب تقویت موقعیت اجتماعی و اقتصادی زنان و برابری جنسیتی در این روستا شده است. افزایش مزایای غیر مالی از جمله: کاهش آمار بزهکاری، دزدی، فساد و... (این آمار در روستای هجیج صفر است).

بهبود دسترسی به نیازهای اساسی مانند غذا، آب، لباس و سرپناهی برای مردم محلی و بهبود زیرساخت‌ها و خدمات اجتماعی، بهبود وضعیت مسکن؛ به‌وسیله تسهیلاتی که به‌منظور نوسازی، زیباسازی و درآمدزایی ساکنین محلی از طریق اجاره به گردشگران، پرداخت می‌شود. ظرفیت بالای گردشگری در ارائه خدمات اجتماعی، تمرکز بر مزایای جامعه مانند آب آشامیدنی سالم، بهداشت، آموزش، زیرساخت و...، افزایش مسئولیت‌پذیری و مطالبه‌گری اجتماعی، صیانت از آرمان‌ها، افزایش مطالبه‌گری اجتماعی کاهش آمار بزهکاری، دزدی، فساد و...، کاهش درصد مهاجرت از روستای هجیج به شهر شده است.

با توجه به اثرات زیست‌محیطی در سطح اثرات مثبت نشان می‌دهد؛ اتکای گردشگری به سرمایه‌های طبیعی و فرهنگی، اهمیت حفاظت از منابعی که صنعت به آن وابسته است را برجسته می‌کند. حفاظت و ارتقای میراث طبیعی (سرمایه‌های طبیعی)، نقش کاتالیزور را برای گردشگری فراهم و سبب حفاظت بیشتر از محیط طبیعی اطراف شده است. شایان ذکر است که توسعه گردشگری سبب افزایش آگاهی و رفتار مثبت زیست‌محیطی ساکنان محلی روستای هجیج شده است.

نتایج پژوهش پابلو پونسه (۲۰۲۰)، نشان می‌دهد که فعالیت‌های گردشگری و فقر منطقه‌ای رابطه منفی دارند؛ بنابراین، یک درصد افزایش در فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با جهانگردی، فقر منطقه‌ای خود کانتون را ۴/۳۱ درصد و کانتون‌های همسایه را بین ۰/۷ تا ۲/۴ درصد کاهش می‌دهد.

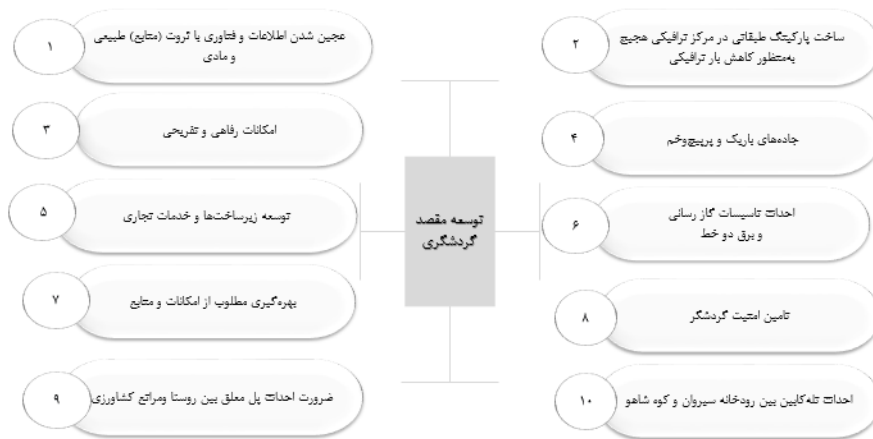
توسعه مقصد گردشگری

گردشگری حامی فقرا نمی‌تواند بدون توسعه موفقیت‌آمیز مقصد، اجرایی شود. فقرزدایی از طریق گردشگری، نیازمند توسعه مقصد گردشگری است. منابع تخصیص‌یافته به صنعت گردشگری، زیرساخت‌ها و... منجر به توسعه این صنعت شده و بنابراین سرریز این توسعه می‌تواند به‌صورت مستقیم خانواده‌های فقیر را درگیر فعالیت‌های تولید و عرضه خدمات و محصولات حوزه گردشگری نماید و یا به‌صورت غیر مستقیم از طریق فعال شدن در این صنعت، برای آن‌ها و مهارت و یا محصولاتشان تقاضا ایجاد گردد.

به‌منظور توسعه مقصد گردشگری هجیج بهره‌گیری مطلوب از امکانات و منابع، عجين شدن اطلاعات و فناوری

با ثروت (منابع مادی و طبیعی، به‌روز شدن اقامتگاه‌ها از لحاظ ارائه خدمات، ایجاد سنگ‌فروش توسط بنیاد مسکن، حفظ بافت معماری منازل و جلوگیری از جهش نامنظم ساخت؛ نمونه‌هایی از آن است. مقصد گردشگری هجیج با وجود پیشرفت‌های چشم‌گیری که داشته است؛ با مشکلاتی از جمله: نبود زیرساخت‌های فیزیکی مناسب، عدم دسترسی به گاز شهری، قطعی مداوم آب، اینترنت ضعیف و قطعی کامل در ساعاتی از شبانه‌روز، تردد و ترافیک سنگین به دلیل فضای ناکافی و جاده‌های نامناسب روستایی، وجود راه دسترسی باریک و پُر پیچ‌وخم، زیرساخت درمانی ضعیف، پخش ناکافی دارو به مرکز بهداشت، قطعی سیستم مخابرات در روزهای پنج‌شنبه و جمعه مواجه است. نتایج پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۲۳) نشان می‌دهد که بین گردشگری فقرزدا و احیای مقصد گردشگری ارتباط مستقیمی وجود دارد.

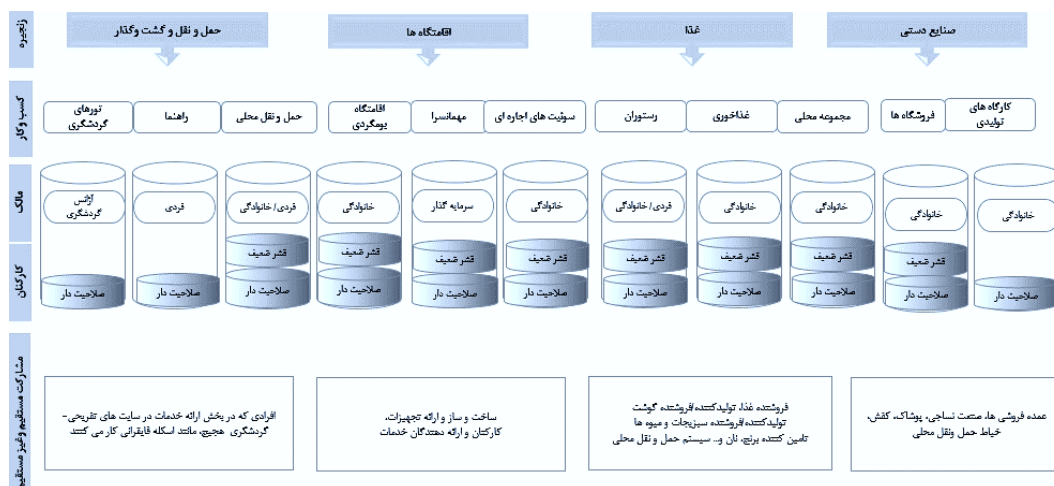
در شکل ۶ الزامات توسعه مقصد گردشگری ارائه شده است.



شکل ۶. الزامات توسعه مقصد گردشگری (یافته‌های تحقیق)

طراحی مجدد زنجیره تأمین گردشگری روستای هجیج

به‌منظور کاهش فقر از طریق گردشگری، باید با تحلیل زنجیره ارزش و تأمین، محل حضور فقرا در آن شناسایی و با اصلاح برنامه‌ریزی، ایجاد زنجیره‌های پایدار و توجه به کیفیت و تقاضا، سود گردشگری را به فقرا منتقل کرد (شکل ۷). نتایج پژوهش ابتهاج زندی (۱۳۹۹)، حاکی از آن است که گردشگری حامی فقرا ظهور نوع جدیدی از گردشگری نیست این رویکرد جدید تلاش می‌کند تا انواع گردشگری موجود را بیشتر حامی فقرا سازد.



شکل ۷. زنجیره ارزش در گردشگری و جایگاه فقرا در آن (یافته‌های تحقیق)

بر اساس بررسی‌های انجام شده در پژوهش حاضر؛ فقرا اغلب در انتهای زنجیره ارزش گردشگری، از طریق تأمین نیروی کار و مواد اولیه مانند نخ ابریشم، باغداری، ماهیگیری، لیدر محلی و... نقش آفرینی می‌کنند. تمرکز صرف بر کسب‌وکارهای کوچک متعلق به فقرا، مانند صنایع دستی و اقامتگاه‌ها، به‌جای توجه به نقش آن‌ها در زنجیره‌های بزرگ‌تر، می‌تواند فرصت‌های توسعه را محدود کند. در عین حال، بخش قابل توجهی از هزینه‌های گردشگران در زمینه گشت‌وگذار، خرید، غذا و اقامت به اقشار ضعیف جامعه اختصاص می‌یابد.

گسترش مشارکت در گردشگری

دولت، بخش خصوصی، سازمان‌های غیر دولتی، سازمان‌های اجتماعی، اکوسیستم کسب‌وکار و کارآفرینی و خود فقرا جزو عوامل کلیدی در اجرا و توسعه طرح گردشگری فقرزدا هستند. ایجاد و ارتقای مشارکت‌ها و پیوندهای حامی فقرا و کاهش ریسک مشارکت در طرح‌های گردشگری، به‌منظور تحریک جامعه محلی و ترویج مشارکت بیشتر در برنامه‌ریزی و فرایندهای تصمیم‌گیری به‌منظور توسعه کارآفرینی و زیرساختی، پیرامون برنامه‌های گردشگری فقرزدا، الزامی است. برخی از مشارکت‌های مورد نیاز عبارت‌اند از: مشارکت دولت، سازمان‌های اجتماعی و بین‌المللی برای توسعه زیرساخت‌ها و چارچوب‌های قانونی و مقررات‌گذاری حمایتی گردشگری حامی فقرا، مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد؛ به‌منظور تسریع و حمایت طرح‌های گردشگری، مشارکت بین بخش خصوصی و افراد فقیر در توسعه بازار، خدمات و محصولات گردشگری، مشارکت بین ساکنان، مشارکت فعال مردم محلی در فرایند تصمیم‌گیری و برنامه‌های توسعه و مشارکت جامعه در امور مختلف مربوط به رفاه آن‌ها، همکاری نهادهای حقیقی و حقوقی؛ مشارکت همه‌جانبه بخش خصوصی، جوامع، شرکت‌های گردشگری مبتنی بر جامعه، همکاری و تعهد گسترده سهام‌داران از جمله؛ مقامات ملی و محلی، برنامه‌ریزان بخش خصوصی و... به‌منظور ترکیب ایده‌آل آن‌ها؛ برای اطمینان از بهره‌مندی فقرا از مواهب توسعه بخش گردشگری و در نهایت مشارکت فقرا در گردشگری و مزایایی که از فعال شدن مستقیم و غیر مستقیم آن‌ها در کانال کارآفرینی در این زمینه به دست می‌آورند (شکل ۸). نتایج پژوهش وانگ و همکاران (۲۰۲۰)، نشان می‌دهد که توسعه اقتصاد جهانگردی سهم بسزایی در کاهش فقر چندبعدی در مناطق مورد مطالعه داشته است. مشارکت خانوارها در پروژه‌های گردشگری با هدف حمایت از فقرا بررسی شده که درآمد خانوارهای شرکت‌کننده به‌طور قابل توجهی بیشتر از خانوارهای غیر شرکت‌کننده بوده است.



شکل ۸. گسترش مشارکت در گردشگری (یافته‌های پژوهش)

اشتغال‌زایی مستقیم و غیر مستقیم

یافته‌های پژوهش نشان‌دهنده آن است که در روستای هدف، گردشگری از طریق دو مسیر اصلی بر کاهش فقر تأثیر می‌گذارد. مسیر اول؛ اشتغال‌زایی مستقیم که شامل: ۱. کسب‌وکارهای کوچک گردشگری: نیروهای مراکز تفریحی - گردشگری ۲. سوغاتی فروشی، عرضه غذاهای محلی و آشامیدنی‌ها، خدمات نوازندگی با سلیقه محلی، فروش بلیت، عکاسی و... ۳. صنایع دستی: تولیدکنندگان، فروشندگان، زنجیره تأمین ۴. حمل و نقل محلی، راهنمایان تور (راهنمایان داخلی، راهنمای همراه گروه گردشگران، راهنمایان محلی) ۵. مراکز اقامتی: اجاره اتاق، سوئیت و... به گردشگران، استخدام متصدیان و ارائه‌دهندگان، خدمات (آشپز، گارسون و...) در هتل‌ها، اقامتگاه‌ها، مسافرخانه‌ها و... و مسیر دوم اشتغال‌زایی غیر مستقیم که شامل: ۱. افرادی که مواد اولیه مورد نیاز جهت ساخت صنایع دستی از جمله: نخ، ابریشم و... را عرضه می‌کنند. ۲. نیروهایی که در تهیه بنزین، لوازم‌میدکی و... قایق‌ها در قایق‌رانی، مشغول به کار هستند ۳. تسهیل فروش محصولات کشاورزی، دام‌پروری و باغداری از طریق فروش و پخش گوشت، سبزیجات، لبنیات و... به مراکز اقامتی، رستوران‌ها و نیروهای ساخت‌وساز، ارائه‌دهندگان تجهیزات، طراحی ۴. تهیه ملزومات و تولید و فروش مواد اولیه و مورد نیاز رستوران‌ها، اقامتگاه‌ها و...

نتایج پژوهش رضوانی و همکاران (۱۳۹۸)، نشان می‌دهد بخشی از فقرا توانسته‌اند در مشاغل رسمی از قبیل فعالیت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، فروشگاه‌های غیر رسمی گردشگری از قبیل اجاره دادن خانه شخصی، عرضه محصولات کشاورزی، باغداری و... مشغول به کار شوند. مهرآرا و شیرمحمدی (۱۳۹۸)، نیز طی پژوهشی نشان دادند که درآمدهای گردشگری منجر به کاهش نابرابری درآمد به‌طور مستقیم و غیر مستقیم از کانال کاهش بیکاری می‌شود.

قوانین و مقررات

مقررات و بوروکراسی‌های پوشش‌دهنده فعالیت‌های گردشگری، عموماً برای شرکت‌های بخش دولتی و خصوصی تنظیم می‌شود، اما ممکن است این امر باعث آسیب بیشتر به قشر ضعیف و فاقد سرمایه جامعه گردشگری پذیر شود. گردشگری حامی فقرا به‌گونه‌ای مقررات و چارچوب‌های اداری را اصلاح و سازمان‌دهی می‌کند تا پوشش بالاتری را برای متصل کردن خدمات و امکانات به افراد و طبقات ضعیف‌تر جامعه مورد مطالعه پژوهش به زنجیره گسترده صنعت گردشگری را داشته باشد؛ بنابراین، تسهیل قوانین به نفع افراد فقیر، کاهش رقابت برای منابع طبیعی، اصلاح در صدور مجوزها و روندهای آموزشی، جایگزینی ضابطه به‌جای رابطه و ایجاد فرصت برابر، اصلاح و تعدیل قوانین دست‌وپاگیر ضروری است.

دسترسی‌ها

الف: مالکیت زمین

مالکیت زمین در محدوده جغرافیایی پژوهش به شرح زیر است: نکته اصلی اینکه به علت کوهستانی و پُرشیب بودن زمین‌های موجود، اصولاً زمین مسطح وجود ندارد و محدودیت اصلی دسترسی به زمین قابل بهره‌برداری برای ساختمان و یا احداث اماکن و زیرساخت‌های خدماتی حوزه گردشگری است. ضمناً ۹۰ درصد زمین‌های منطقه نیز به علت شیب بالا و جنگلی بودن تحت مالکیت منابع طبیعی است و افراد حق بهره‌برداری شخصی از آن‌ها را ندارد. از سال ۱۳۹۴ به بعد با تغییر کاربری روستا به دلیل احداث سد داریان، بخشی از فضای اصلی روستا تحت مالکیت بنیاد مسکن قرار دارد. هرچند منازل مسکونی، اقامتگاه‌ها، باغات و... تحت مالکیت ساکنان محلی قرار دارند، اما به

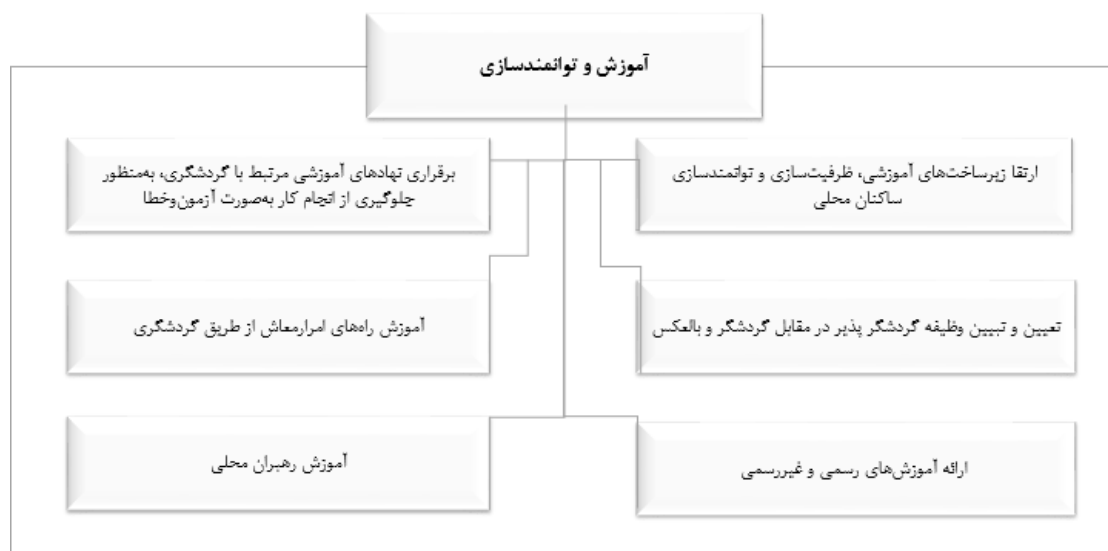
دلیل ناکافی بودن زمین، میزان بهره‌برداری از کشاورزی و باغداری بسیار اندک است. سنگ‌فرش‌های احداث شده نیز سبب ایجاد فضای مرده تقریباً بین ۱۰۰ تا ۲۰۰ متر در محوطه خارج از منازل شده است.

ب: دسترسی به بازار

بر اساس مطالعه انجام شده؛ اکثر گردشگران روستای هجیج، اغلب بیشتر وقت خود را در جاذبه‌ها و اقامتگاه‌هایی می‌گذرانند که متعلق به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و ساکنان توانای محلی است. در نتیجه؛ دسترسی افراد فقیر محلی به بازارهای گردشگری، تحت عنوان فروشندگان صنایع دستی و محصولات محلی، تأمین‌کنندگان کالا و خدمات با مشکل روبه‌رو می‌شود؛ و از آنجایی که گردشگری حامی فقرا بدون اتصال به یک زنجیره و بازار دوام بالایی نخواهد داشت. در نتیجه فراهم کردن فرصت برای دسترسی به بازارهای گردشگری، ایجاد بازار توسط بخش رسمی به‌منظور فروش کالاها و خدمات ساکنان محلی و همچنین ایجاد تناسب بین خدمات ارائه شده مردم محلی و خدمات مورد نیاز گردشگران، ضرورت می‌یابد. تعامل فرهنگی با گردشگر، ایجاد ارتباطات به‌روز با مناطق خارج از محدوده هجیج گسترش تبلیغات و برندسازی در تحقق این مهم؛ می‌تواند اثربخش باشد. برخی از چالش‌ها از جمله: عدم مهارت‌های لازم در زمینه معرفی جاذبه‌های گردشگری، ضعف در تولید محتوا و تبلیغات مؤثر در وسایل ارتباط جمعی، عدم معرفی جاذبه‌های گردشگری توسط صداوسیما و... وجود دارد.

آموزش و توانمندسازی گردشگر و گردشگرپذیر

در تمامی جوامع بشری؛ آموزش، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر توسعه و پیشرفت شناخته شده است. گردشگری نیز از این قاعده مستثنا نیست. در نتیجه اجرای صحیح و منطقی طرح‌های گردشگری زمانی می‌تواند با موفقیت همراه باشد که آموزش‌های لازم و مرتبط، به گردشگر و گردشگرپذیر، داده شود. ساختار گردشگری حامی فقرا به‌گونه‌ای آموزش و مهارت‌آموزی در حوزه‌های گردشگری را دنبال می‌کند که گروه‌های فقیر با به‌دست آوردن مهارت‌های مناسب به‌راحتی وارد چرخه عرضه و زنجیره تأمین گردشگری شوند (شکل ۹). نتایج پژوهش رضوانی و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد ذی‌نفعان موانع فراروی تحقق طبیعت‌گردی حامی فقرا در روستاهای مورد مطالعه را در پنج طبقه نابرابری آموزشی، روابط نابرابر قدرت، سبک زندگی، تقدیرگرایی و مشکلات مدیریتی و تمرکززدایی تصمیمات طبقه‌بندی نمودند.



شکل ۹. آموزش و توانمندسازی (یافته‌های پژوهش)

تدوین استراتژی‌های گردشگری فقرزدا

در راستای افزایش تأثیرات گردشگری بر فقرا در چارچوب محدودیت‌های بقای تجاری؛ قرار دادن مسئله فقر در دستور کار گردشگری، نیازمند مداخله پیشگیرانه و استراتژیک، به‌منظور ایجاد فرصت در زنجیره گردشگری برای ورود گروه‌های خاص و بازکردن قفل فرصت‌ها و ایجاد منافع خالص برای فقرا است. عجزین شدن اطلاعات و فناوری با ثروت (منابع) مادی و طبیعی، به‌کارگیری استراتژی ادغام در زنجیره تأمین گردشگری و همچنین استراتژی ترکیب مشاغل فقرا در بازارهای سرمایه‌داری به‌منظور ادغام استراتژی‌ها با محصولات و کالاهای گردشگری، تمرکز بر استراتژی‌های روی ایجاد گوشه‌ها یا حاشیه‌هایی در صنعت گردشگری که سبب افزایش فرصت برای فقرا می‌شود. شایان ذکر است این استراتژی‌ها به‌سلامت کلی صنعت وابسته هستند و باید از نظر تجاری واقع‌بینانه باشد.

کارول وارون (۲۰۱۷)، طی پژوهشی نشان داد؛ زمینه‌های اصلی تمرکز بر گردشگری فقرزدا در سه استراتژی مجزا اما همپوشان خلاصه می‌شود که شامل مزایای اقتصادی، غیر اقتصادی، تأثیرات و اصلاح روند سیاست، افزایش مشارکت مستضعفان از طریق ظرفیت‌سازی و انتقال مهارت‌ها و همچنین اصلاح فرایندهای تصمیم‌گیری به‌منظور تأمین نیازهای آن‌ها می‌گردد.

ارائه تسهیلات از سوی نهادهای مرتبط

به‌منظور کاهش موانع ورود و گسترش دسترسی به منابع مالی خرد در کسب‌وکارهای بخش گردشگری روستای هجیج؛ ضرورت دریافت بودجه از آژانس‌های کمک‌رسانی ملی و بین‌المللی، تشکیل صندوق امانی به‌منظور ارائه تسهیلات و کمک‌های بلاعوض به پروژه‌هایی که در راستای فقرزدایی هستند، افزایش می‌یابد. ساختار گردشگری هر چه باشد، گردشگری حامی فقرا به‌گونه‌ای عمل می‌کند که با تأمین مالی فقرا پوشش مناسبی برای حضور آن‌ها در چرخه گردشگری ایجاد نماید. از جمله: تخصیص بودجه و ارائه تسهیلات کم‌بهره در حوزه راه‌اندازی کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری، در راستای ساخت تأسیسات گردشگری از جمله سوئیت‌های اجاره‌ای، اقامتگاه‌ها و... مقررات و بوروکراسی‌های پوشش‌دهنده فعالیت‌های گردشگری؛ اغلب برای شرکت‌های بخش دولتی و خصوصی تنظیم می‌شود و همین امر ممکن است سبب آسیب بیشتر، به قشر ضعیف و فاقد سرمایه جامعه گردشگرپذیر شود.

در نتیجه اصلاح خط‌مشی و فرایند ایجاد یک چارچوب سیاستی و برنامه‌ریزی که برخی از موانع را از سر راه فقرا بردارد، ضرورت می‌یابد. از جمله: اصلاح سیاست در طیف وسیعی از مسائل گردشگری، ایجاد چارچوب‌هایی به‌منظور طراحی سیاست و تدوین استراتژی‌های قوی برای نهادینه شدن طرح گردشگری فقرزدا، جهت‌گیری اساسی قوانین و مقررات و اقداماتی، به‌منظور ایجاد و تداوم گردشگری حامی به فقرا و همچنین؛ ایجاد چارچوب‌های حمایتی-سیاستی، از نهادهای دولتی و غیر دولتی در مقصد، ایجاد یک سیاست و برنامه‌ریزی حمایتی تر از گردشگری فقرزدا، کاهش بوروکراسی اداری، تسهیل اجرای برنامه‌های گردشگری فقرزدا توسط دولت، تسهیل قوانین به نفع افراد فقیر، کاهش رقابت برای منابع طبیعی، اصلاح در صدور مجوزها و روندهای آموزشی، جایگزینی ضابطه به‌جای رابطه و ایجاد فرصت برابر، اصلاح و تعدیل قوانین دست‌وپاگیر.

توسعه صنایع دستی

در گذشته هجیج مهد صنایع دستی بوده است. بیش از ۲۰۰ استادکار ماهر در تولید صنایع دستی نقش داشتند. با احداث سد داریان و تغییر کاربری روستا بالغ بر ۵۰ کارگاه تولیدی، غیر فعال شدند؛ در نتیجه صنایع دستی در

معرض نابودی قرار گرفت. امروزه به دلیل عدم آموزش و انتقال دانش ساخت صنایع دستی، عدم تمایل نسل جدید در به کارگیری پیشه‌های قدیمی و کاهش خرید صنایع دستی به دلیل انطباق نداشتن صنایع دستی با نیاز و سلیقه مشتریان یا گردشگران؛ صنعت موج بافی، آهنگری، گلیم و جاجیم به‌طور کلی تعطیل شده است. صنایع مرتبط با چوب؛ سبذبافی (از درخت ارغوان)، شانه سر، سبذ ماهیگیری، طناب‌های دستباف و نخ‌بافی در حال نابودی است. در این زمینه فقط یک استادکار متخصص، در هجیج وجود دارد. شایان ذکر است که میزان سود حاصل از صنایع دستی، به این‌که چه مقدار از محصول در داخل تولید شده باشد، بستگی دارد. در گذشته با توجه به شهرت خود کفایی هجیج، تولید تمامی اجزای صنایع دستی از جمله: کفش و گیوه توسط اهالی روستا تولید می‌شد. هرکسی متخصص یک بخش از تولید کفش بوده است؛ اما امروزه به دلیل عدم انتقال دانش ساخت به نسل‌های جدید، برخی از قسمت‌های کفش به‌صورت صنعتی تولید می‌شود. راه‌اندازی مجدد کارگاه‌های صنایع دستی، گامی مؤثر در توسعه صنایع دستی هجیج است. جریان درآمدی قابل توجهی برای ساکنان محلی هجیج، ایجاد می‌شود. در نتیجه: توسعه صنایع دستی و محصولات محلی، می‌تواند به‌عنوان یک کانال اصلی در جهت فقرزدایی جامعه میزبان، ایفای نقش کند.

راه‌اندازی مؤسسه‌های تحقیق و توسعه گردشگری در مراکز استان

جهت افزایش اهمیت، ضرورت و ماندگاری بیشتر طرح‌های گردشگری فقرزدا، می‌توان اقدامات زیر را در نظر گرفت:

ورود دانشگاه‌ها و مراکز علمی: دانشگاه‌ها و مراکز علمی می‌توانند با ورود به حوزه گردشگری و انجام پژوهش‌های مسئله‌محور، به پیشرفت و توسعه طرح‌های گردشگری فقرزدا کمک کنند. این مراکز می‌توانند به‌عنوان مرجع علمی و تحقیقاتی در این زمینه فعالیت کرده و با ارائه راهکارها و استراتژی‌های مناسب، به بهبود این طرح‌ها کمک کنند. ایجاد صندوق امانی: تشکیل یک صندوق امانی به‌منظور ارائه تسهیلات و کمک‌های بلاعوض به پروژه‌هایی که در راستای فقرزدایی هستند، می‌تواند از اهمیت و ماندگاری بیشتر این طرح‌ها اطمینان حاصل کند. این صندوق می‌تواند منابع مالی مورد نیاز برای توسعه و اجرای طرح‌های گردشگری فقرزدا را فراهم کند و با ایجاد پایداری مالی، طول عمر این طرح‌ها را افزایش دهد (شکل ۱۰).

نتیجه پژوهش عدنان و همکاران (۲۰۲۴)، حاکی از آن است که؛ کارآفرینی اجتماعی و نوآوری هم‌پوشانی‌های مشترکی دارند و هر دو تحت تأثیر کیفیت نهادهای عمومی هستند. تفاوت‌های شناخته شده‌ای در اشکال نوآوری وجود دارد از جمله ایجاد ظرفیت محلی، ذی‌نفعان یا ایجاد یک جنبش توسعه روستاها به‌صورت نهادی.

مؤسسات مورد نیاز جهت تدوین و تداوم طرح‌های گردشگری فقرزدا

راه‌اندازی مؤسسه‌های تحقیق و توسعه

ورود دانشگاه‌ها و مراکز علمی، به منظور انجام پژوهش‌های مسئله‌محور

تشکیل صندوق امانی به‌منظور ارائه تسهیلات و کمک‌های بلاعوض به پروژه‌هایی که در راستای فقرزدایی هستند

شکل ۱۰. مؤسسات مورد نیاز جهت تداوم طرح‌های گردشگری فقرزدا (یافته‌های پژوهش)

سپاس‌گزاری

تیم پژوهش از کلیه افرادی که در انجام این پژوهش همکاری نمودند، تشکر می‌نماید.

منابع

- آرام، محمدرضا؛ سید امامی، کاووس (۱۳۹۵). سیاست‌های فقرزدایی با محوریت تکافل اجتماعی. *دانش سیاسی*، ۱۲(۲)، ۱۶۳-۲۱۱.
- حریری، اردوان؛ نادری، نادر؛ شفیعی، سلیمان (۱۴۰۲). اثرگذاری مدیریت دانش بر کارآفرینی دانشگاهی (مورد مطالعه: دانشگاه جامع علمی کاربردی). *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۲(۱)، ۶۳-۷۶. doi: 10.22034/jer.2023. 1971438.1009 .
- دسترنج، حکمت اله؛ کاظمی کرد، باقر؛ کمالیان، امین؛ قلی روشن؛ سید علی (۱۳۹۸). مطالعه ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش-شناختی نظریه داده بنیاد (مورد مطالعه: جزیره قشم). *فصلنامه جغرافیا برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، ۹(۳۴)، ۹۷-۱۱۱.
- رجایی لاری، زهرا؛ اعلامی، فرنوش؛ عباسی کسائی، حامد (۱۴۰۳). مفهوم‌پردازی نقش آموزش مشاغل و فرصت‌های شغلی در بهبود نگرش کارآفرینانه دانش‌آموزان پایه ششم. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۳(۱)، ۱۷-۴۴. doi: 10.22126/eme.2024.10280.1090
- رضوانی، محمدرضا؛ بدری، سید علی؛ ترابی، ذبیح اله (۱۳۹۸). بررسی ادراک ذی‌نفعان از تحقق گردشگری حامی فقرا در روستاهای منتخب شرق استان سمنان. *مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۱۳(۱)، ۶۸-۹۹.
- زندگی، ابتهال (۱۳۹۹). گردشگری فقرزدا با رویکرد انتقادی. *نشریه گردشگری فرهنگ*، ۱(۲)، ۲۱-۳۲.
- صیدیایی، سید اسکندر؛ داود جمینی، جمشید (۱۳۹۳). بررسی و تحلیل عملکرد مدیران نوین روستایی در توسعه روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامانات استان کرمانشاه). *برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)*، ۴(۴)، ۱-۲۴.
- گله‌دار، شبینم؛ گله‌دار، شادی؛ میرزایی، عنایت؛ مسعودی راد، ماندانا (۱۴۰۴). شناسایی پیشران‌های کلیدی مؤثر در توسعه گردشگری شهر خرم‌آباد: با تأکید بر زیرساخت‌های گردشگری. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۲۰(۶۹)، ۸۹-۱۲۸. doi: 10.22054/tms.2024.77934.2956
- مرادی، سهیلا؛ عبدالهی، علی؛ حسینی کشکوئی، سید محمود؛ خورشیدی، غلامحسین (۱۴۰۴). مدل مفهومی کنترل مفروضات استراتژیک در مدیریت کسب‌وکارهای کارآفرین: تلفیق تحلیل تغییرات و جهت‌گیری هوشمند استراتژیک. *آموزش و مدیریت کارآفرینی*، ۴(۱)، ۱۲۷-۱۴۴. doi: 10.22126/eme.2025.12049.1169
- منصوری، سید امین؛ افقه، سید مرتضی؛ شجاعی، شمیم (۱۴۰۴). بررسی اثر توسعه گردشگری بر توزیع درآمد در استان‌های ایران. *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۲۰(۶۹)، ۳۰۵-۳۴۲.
- نادری، نادر؛ خدادوستی، میثم؛ خسروی، احسان (۱۴۰۴). مفهوم‌پردازی بهبود رفتار کارآفرینانه دانشجویان دانشگاه رازی با تأکید بر توسعه آموزش کارآفرینی. *مجله پژوهش‌های کارآفرینی*، ۴(۱)، ۳۷-۵۲. doi: 10.22034/jer.2024. 2015048.107

References

- Adnan, R. S., Firdaus, F., & Hardjosoekarto, S. (2024). Transformation a Poor Village into a Prosperous Tourist Destination in Indonesia. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(1). 355-363.
- Aji, R. R. (2020). Tourism social entrepreneurship in community-based tourism: A case study of Pentingsari tourism village. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, (Vol. 447, No. 1, p. 012009). IOP Publishing.
- Aram, M., & Seyed Emami, K. (2017). Poverty Eradication Policies Centered on Social Takaful. *Journal of Political Knowledge*, 12(2), 163-194. doi: 10.30497/pk.2017.1930 (in Persian).

- Baiocco, S., Leoni, L., & Paniccia, P. M. A. (2023). Entrepreneurship for sustainable development: co-evolutionary evidence from the tourism sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 30(7), 1521-1546.
- Dastaranj, H., Kazemikord, B., Kamalian, A., & Gholi Roshan, S. A. (2019). Studying the dimensions and components of tourism entrepreneurship development using the cognitive methodology of grounded theory (case study: Qeshm Island). *Journal of Regional Planning Geography*, 9(34), 97-111. (in Persian).
- Dias, Á., González-Rodríguez, M. R., & Patuleia, M. (2021). Developing poor communities through creative tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(4), 509-529.
- Galedar, Sh., Galedar, Sh., Mirzaei, E., & Masoudi Rad, M. (2025). Identifying key drivers effective in tourism development in Khorramabad city: with emphasis on tourism infrastructure. *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 20 (69), 89-128. doi: 10.22054/tms.2024.77934.2956. (in Persian).
- Guo, Y., Zhu, L., & Zhao, Y. (2023). Tourism entrepreneurship in rural destinations: measuring the effects of capital configurations using the fsQCA approach. *Tourism Review*, 78(3), 834-848.
- Hariri, A., Naderi, N., & Shafiee, S. (2023). The Impact of Knowledge Management on Academic Entrepreneurship (Case Study: The University of Applied Sciences and Technology). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(1), 63-76. doi: 10.22034/jer.2023.1971438.1009 (in Persian).
- Jiang, L., Wu, H., & Song, Y. (2022). Diversified demand for health tourism matters: From a perspective of the intra-industry trade. *Social Science & Medicine*, 293, 114630.
- Jóhannesson, G. T., & Lund, K. A. (2018). Creative connections? Tourists, entrepreneurs and destination dynamics. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), 60-74.
- Knight, D. W. (2018). An institutional analysis of local strategies for enhancing pro-poor tourism outcomes in Cuzco, Peru. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(4), 631-648.
- Malta, G. A. P., Braga, S. D. S., & Barbosa, M. F. P. (2019). Conceptions of economic development and the understanding of the role of tourism in poverty reduction. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(2), 16-31.
- Mansouri, S. A., Afgheh, S. M., & Shojaei, Sh. (2025). Studying the effect of tourism development on income distribution in Iranian provinces. *Quarterly Journal of Tourism Management Studies*, 20(69), 305-342. (in Persian).
- Moradi, S., Abdollahi, A., Hoseinikashkooye, S., & Khorshidi, G. (2025). A conceptual model for controlling strategic assumptions in entrepreneurial business management: integrating change analysis and intelligent strategic orientation. *Education and Management of Entrepreneurship*, 4(1), 127-144. doi: 10.22126/eme.2025.12049.1169 (in Persian).
- Naderi, N., KHodadousti, M. & Khosravi, E. (2025). Conceptualizing the Improvement of Entrepreneurial Behavior Among Students at Razi University with an Emphasis on the Development of Entrepreneurship Education. *Journal of Entrepreneurship Research*, 4(1), 37-52. doi: 10.22034/jer.2024.2015048.1071 (in Persian).
- Naderi, N., Khosravi, E., Azadi, H., Karamian, F., Viira, A. H., & Nadiri, H. (2022). Barriers to Developing Social Entrepreneurship in NGOs: Application of Grounded Theory in Western Iran. *Journal of Social Entrepreneurship*, 13(2), 221-243. <https://doi.org/10.1080/19420676.2020.1765409>.
- Nussbaum, M. (2000). Women's Capabilities and Social Justice. *Journal of Human Development*, 1(2), 219-247.
- Ponce, P., Aguirre-Padilla, N., Oliveira, C., Álvarez-García, J., & del Río-Rama, M. D. L. C. (2020). The Spatial Externalities of Tourism Activities in Poverty Reduction. *Sustainability*, 12(15), 6138.
- Rajaei Lari, Z., Alami, F., & Abbasi Kasani, H. (2024). Conceptualizing the role of job education and employment opportunities in enhancing entrepreneurial attitudes among sixth-grade students. *Education and Management of Entrepreneurship*, 3(1), 44-17. doi: 10.22126/eme.2024.10280.1090 (in Persian).
- Rezvani, M. R., Badri, S. A., & Torabi, Z. (2019). Investigating the perceptions of stakeholders on

- the realization of pro-poor tourism in selected villages in the east of Semnan province. *Social Studies of Tourism*, (13), 68-99. (in Persian).
- Rogerson, C. M. (2018). Towards pro-poor local economic development: the case for sectoral targeting in South Africa. *In Local Economic Development in the Changing World*, (75-100). Routledge.
- Saydaei, S. E., & Davud Jamini, J. (2015). Study and analysis of the performance of modern rural managers in rural development (case study: Oramanat region, Kermanshah province). *Spatial Planning (Geography)*, 4(4), 1-24. (in Persian).
- Seyfirasooliyan, B., Naderi, N. & Rezaei, B. (2022). Analysis of Barriers to Universities Moving toward Open Innovation (A Case Study: Razi University). *Journal of Entrepreneurship Research*, 1(1), 47-66. doi: 10.22034/jer.2022.697511 (in Persian).
- Vukovic, D. B., Petrovic, M., Maiti, M., & Vujko, A. (2023). Tourism development, entrepreneurship and women's empowerment—Focus on Serbian countryside. *Journal of Tourism Futures*, 9(3), 417-437.
- Wang, K., Gan, C., Chen, L., & Voda, M. (2020). Poor Residents' Perceptions of the Impacts of Tourism on Poverty Alleviation: From the Perspective of Multidimensional Poverty. *Sustainability*, 12(18), 7515.
- Zandi, I. (2019). Poverty Alleviation Tourism with a Critical Approach. *Journal of Cultural Tourism*, 1(2), 21-32. (in Persian).
- Zhang, D., Wang, Q., & Yang, Y. (2023). Cure-all or curse? A meta-regression on the effect of tourism development on poverty alleviation. *Tourism Management*, 94, 104650.