

## اولویت‌بندی سطح کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای با پتانسیل گردشگری رودرهای استان تهران)

حمدالله سجاسی قیداری<sup>۱\*</sup> - عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری<sup>۲</sup> - مهدی پورطاهری<sup>۳</sup>

۱- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران

۲- استاد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

۳- استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۰۱ صص ۲۷-۱۳ تاریخ تصویب: ۱۳۹۲/۰۲/۱۵

### چکیده

**هدف:** هدف اساسی از انجام تحقیق حاضر، شناخت تفاوت‌های کارآفرینی اکوتوریستی در بین روستاهای منطقه و اولویت‌بندی روستاهای با پتانسیل گردشگری رودرهای به‌لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی و تحلیل فضایی آن‌ها است.

**روش:** از روش‌شناسی توصیفی و تحلیلی با به‌کارگیری داده‌های پرسشنامه‌ای در قالب نظرات خبرگان و صاحبان کسب‌وکارها، آزمون T، تکنیک توان رتبه‌ای، TOPSIS و درنهایت، Arc GIS برای تحلیل فضایی استفاده شده است.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان می‌دهد که از نظر صاحبان کسب‌وکارها، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه با یکدیگر تفاوتی در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی ندارند. همچنین، نتایج حاصل از پیاده‌سازی تکنیک TOPSIS نیز گویای امتیازات دقیق روستاها و مسیرها به‌لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی با یکدیگر است که پراکندگی رتبه‌ها بین روستاهای دو گروه حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده تأییدکننده نتیجه آزمون T می‌باشد.

**محدودیت‌ها/ راهبردها:** در منطقه مورد مطالعه، هنوز به اکوتوریسم و اقتصاد اکوتوریستی به مفهوم واقعی آن که در تعاریف و ادبیات نظری به آن اشاره شده، توجه نشده است. به‌عبارت‌دیگر، با توجه به این مفهوم که مناطق حفاظت‌شده در دنیا به‌عنوان پایه‌ای برای توسعه اکوتوریسم و فعالیت‌های اقتصادی ناشی از آن هستند، در منطقه مورد مطالعه مورد توجه قرار نگرفته‌اند و شیوه‌های اقتصادی و کسب‌وکارها از نظر نوع و کیفیت با کسب‌وکارهای موجود در روستاهای خارج از مناطق فاظت‌شده تفاوت چندانی ندارند؛ بنابراین، در تحقیقات بعدی می‌توان بر اقتصاد گردشگری به‌ویژه اکوتوریسم تأکید داشت.

**راهکارهای عملی:** با توجه به نتایج به‌دست‌آمده می‌توان گفت روستاهایی که در مسیرهای شلوغ و با مقاصد دوم گردشگری قرار دارند، بیشترین سهم را در بین کل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی نسبت به سایر روستاها دارند.

**اصالت و ارزش:** این مطالعه به‌دلیل پرداختن به مسئله میان‌رشته‌ای کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی، جدید است و محققان برنامه‌ریزی روستایی، توسعه گردشگری و کارآفرینی می‌توانند از یافته‌های آن استفاده کنند.

**کلیدواژه‌ها:** اکوتوریسم، کارآفرینی پایدار، کارآفرینی اکوتوریستی، گردشگری رودرهای، MCDM، روستاهای استان تهران.

## ۱. مقدمه

## ۱.۱. طرح مسئله

توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه به دغدغه اصلی جوامع انسانی تبدیل شده است که جوامع روستایی نیز از این مورد مستثنی نیستند؛ زیرا، از یک سو کارآفرینان با شناسایی فرصت در زمینه‌های متفاوت، زمینه را برای متنوع‌سازی اقتصاد روستایی هموار می‌سازند. از سوی دیگر، محیط روستا به لحاظ دارا بودن ظرفیت‌های بالقوه انسانی و طبیعی، دارای محیط بکر اقتصادی و نوآوری‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف زراعت، دامداری، باغداری، شیلات، صنایع روستایی، صنایع دستی و خدمات گردشگری است؛ براین اساس، یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی به شدت در حال رشد و گسترش است، صنعت گردشگری می‌باشد. نقاط روستایی به دلیل برخورداری از ظرفیت‌های گردشگری می‌توانند به عنوان یکی از کانون‌های گردشگری در قلمرو سرزمینی باشند. به همین دلیل از بین فرصت‌های گردشگری موجود در مناطق روستایی، وجود جاذبه‌های طبیعی، چشم‌اندازهای بکر و آب‌وهوای مناسب زمینه را برای توسعه اکوتوریسم در روستاها بیش از سایر جنبه‌های گردشگری تقویت می‌نمایند که این، منطبق با مناطق حفاظت‌شده است؛ زیرا، بین اکوتوریسم و مناطق حفاظت‌شده رابطه همزیستی وجود دارد و برای نواحی حفاظت‌شده درآمد مستقیم ایجاد می‌کند (درام و مور، ۱۳۸۸، ص. ۳۴)؛ البته باید توجه داشت که براساس موقعیت مکانی و زمانی، اکوتوریسم دارای گونه‌های متعددی است که یکی از پر جاذبه‌ترین آن‌ها اکوتوریسم دره‌ای یا دره‌های گردشگری می‌باشد. این پدیده به‌ویژه در روستاهای مناطق حاشیه شهرهای بزرگ بیش از پیش اهمیت می‌یابد؛ زیرا، پیشرفت‌های تکنولوژیک، کم‌شدن زمان کار و تنش‌های روانی و خستگی ناشی از انواع آلودگی‌های شهری، آزادشدن بخش عمده‌ای از زمان به عنوان اوقات فراغت و آزاد به صورت روزانه و هفتگی، سبب ایجاد نیاز به حرکت از شهر به پیرامون (روستاها و مناطق طبیعی با چشم‌انداز زیبا و دور از آلودگی‌ها) شده است؛ براین اساس، فرصت‌های متعدد اکوتوریستی روستاهای حاشیه شهرهای بزرگ، منبعی برای موقعیت‌های شغلی جدی هستند و مکانی موقت برای فرار از فشارهای مختلف زندگی ماشینی شهری می‌باشند (شهابیان، ۱۳۸۳، ص. ۳۰). اگر فرصت‌های اکوتوریستی به درستی و با رویکرد کارآفرینانه، برنامه‌ریزی و مدیریت شوند، فرایند نیرومندی برای بهره‌وری اقتصادی پایدار و بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت

حفاظت از منابع زیستی در مناطق روستایی خواهند بود که نتیجه آن، کمک به توسعه اقتصادی و پایداری روستاهای حاشیه کلان‌شهر است و افزون‌براین، شکل‌دهنده و تقویت‌کننده روابط درون منطقه‌ای بین کانون‌های شهری و روستایی در زمینه جذب فرصت‌ها، درآمدهای سرریز کانون‌های شهری به روستاها است؛ زیرا، کارآفرینی روستاهای واقع در دره‌های اکوتوریستی، به عنوان زیرمجموعه‌ای از جغرافیای اقتصادی نوین و کاربردی است که دربرگیرنده ویژگی‌های مکانی-فضایی (تولایی، ۱۳۸۶، ص. ۱۴) برای شکل‌های جدید تولید اکوتوریسم روستاهای حاشیه شهر تهران با نظام‌های معیشتی وابسته به گردشگری است و می‌تواند به ارتباطات فضایی، ویژگی‌ها و بازتاب‌های مکانی توسعه کارآفرینی در روستاهای واقع در دره‌های اکوتوریستی در جذب گردشگر، ارائه خدمات و تولیدات و شکل‌گیری بازارهای جدید محلی و منطقه‌ای منجر گردد؛ از این رو، می‌توان گفت با نگاهی جدید، اکوتوریسم دره‌ای در مناطق روستایی به صورت بالقوه یک فعالیت کارآفرینانه اقتصادی در راستای تصرف فرصت‌ها و فضاهای جدید اقتصادی موجود در مناطق روستایی حاشیه شهرهای بزرگ و ادغام آن‌ها در چرخه اقتصادی است که می‌تواند در راستای اقتصاد زیباشناختی و زیست‌محیطی معاصر عمل کند و به کالایی شدن طبیعت (اقتصاد زیست‌محیطی با رویکرد پایداری) نواحی روستایی منجر گردد (نیفسی، ۲۰۰۱، ص. ۷۶۳). برآیند این رخداد و تحول کارآفرینانه، بازساخت روستایی دارای پتانسیل اکوتوریستی در حاشیه دره‌ها در قالب کنش‌پذیری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مناطق روستایی است؛ از این رو، آگاهی از تفاوت‌های کارآفرینی اکوتوریستی بین روستاهای واقع شده در مناطق حفاظت‌شده، به عنوان پایه اکوتوریسم و روستاهای بیرون از آن و همچنین، سطح کارآفرینی اکوتوریستی روستاهای با پتانسیل اکوتوریسم دره‌ای در وضع موجود بسیار ضروری است؛ زیرا، از این طریق تفاوت‌های مکانی و فضایی ناشی از مرحله توسعه کارآفرینی اکوتوریستی مشخص می‌شود؛ بنابراین، هدف اساسی از انجام این پژوهش، شناخت تفاوت‌های کارآفرینی اکوتوریستی در بین روستاهای منطقه و اولویت‌بندی روستاهای با ظرفیت گردشگری رود-دره‌ای از حیث سطح کارآفرینی اکوتوریستی و تحلیل فضایی آن است. در این راستا، کلیدی‌ترین سؤال‌های پژوهش نیز شکل می‌گیرند؛ به این صورت که آیا به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی، بین روستاهای واقع شده در منطقه حفاظت‌شده و روستاهای خارج از منطقه حفاظت‌شده تفاوت وجود دارد؟ از دیدگاه جامعه مورد مطالعه، سطح کارآفرینی

چین‌خوردگی‌های جوان البرز که در برخی از قسمت‌ها به دلیل شیب تند دامنه کوه‌ها، عبور و مرور بسیار سخت است و صعب‌العبور بودن از ویژگی‌های بارز آن‌ها می‌باشد، براساس تجربیات بومی، بهترین مسیرها و جریان‌های ارتباطی در چنین مناطقی راه‌ها و مسیرهای منطبق با دره‌ها هستند. در محدوده‌هایی از این دره‌ها که تا حدودی از شیب دره‌ها کاسته شده است و دشت‌های میان‌دره‌ای شکل گرفته‌اند، روستاهایی ایجاد گردیده‌اند که به لحاظ فضایی، مسیرهای ارتباطی آن‌ها از طریق راه‌های کنار رودخانه‌ای است. کناره‌ها و سواحل این رودخانه‌ها مکان‌های مطلوب و دلپذیری برای گذراندن اوقات فراغت مردم منطقه هستند و تقریباً در تمام طول سال به دلیل موقعیت اقلیمی و جغرافیایی از آن‌ها استفاده می‌شود؛ از این رو، به دره‌های مهم اکوتوریستی در محدوده سیاسی استان تهران که در دامنه‌های پایکوهی ارتفاعات البرز قرار دارند و دارای رودخانه دائمی هستند، می‌توان اشاره نمود. این ساختارهای جغرافیایی، اکولوژیک، زمین‌شناختی، اقلیمی و جمعیت‌شناختی که در محدوده استان تهران قرار دارند، زمینه‌ساز مسافرت مردم به یک مقصد خاص هستند. جاذبه‌های گردشگری به‌عنوان عامل کشش می‌توانند گردشگران را از نقاط و سرزمین‌های دور به سمت خود جذب کنند و هر چقدر جاذبه‌های گردشگری متنوع‌تر و منحصربه‌فردتر و جذاب‌تر باشند، از قدرت کشش بالاتری برخوردار خواهند بود و در نتیجه، حوزه نفوذ بسیار وسیع‌تری خواهند داشت؛ بنابراین، شناسایی و معرفی ویژگی‌ها، جذابیت‌ها و توانایی‌های بالقوه و بالفعل جاذبه‌ها از ارکان اساسی صنعت گردشگری است و معیاری برای تعیین ظرفیت پذیرش گردشگران، برنامه‌ریزی برای توسعه بازار، ایجاد اشتغال، جذب‌کننده سرمایه، خدمات‌رسانی و ... است.

## ۲.۲. روش تحقیق

روش‌شناسی مورد استفاده در این مقاله کاربردی، اکتشافی، توصیفی و تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان و صاحبان کسب‌وکارهای مرتبط با اکوتوریسم در رود دره‌های استان تهران هستند. در این مطالعه برای انتخاب روستاهای نمونه در منطقه، از روش تلفیقی تحلیل تصمیم‌گیری چندمعیاری تاپسیس در محیط GIS استفاده شد که فعالیت‌های اکوتوریستی در یک طبقه‌بندی کلی به پهنه‌های با پتانسیل اکوتوریستی از بسیار ضعیف تا بسیار قوی تقسیم شده‌اند. سپس، با استفاده از تابع تعریف‌شده در رابطه با انتخاب روستاهای اکوتوریستی با پتانسیل رود دره‌ای، پنج مرحله اساسی در محیط GIS از طریق محاسبه و همپوشانی لایه‌های به دست‌آمده ناشی از اجرای الگوریتم، در نهایت، ۱۷ روستای

اکوتوریستی چگونه است و تفاوت‌های فضایی آن در بین روستاهای با پتانسیل گردشگری رود-دره‌ای در استان تهران، با استفاده از تکنیک تصمیم‌گیری چندشاخصه تاپسیس چگونه است؟

## ۲. روش‌شناسی تحقیق

### ۱.۲. قلمرو جغرافیایی تحقیق

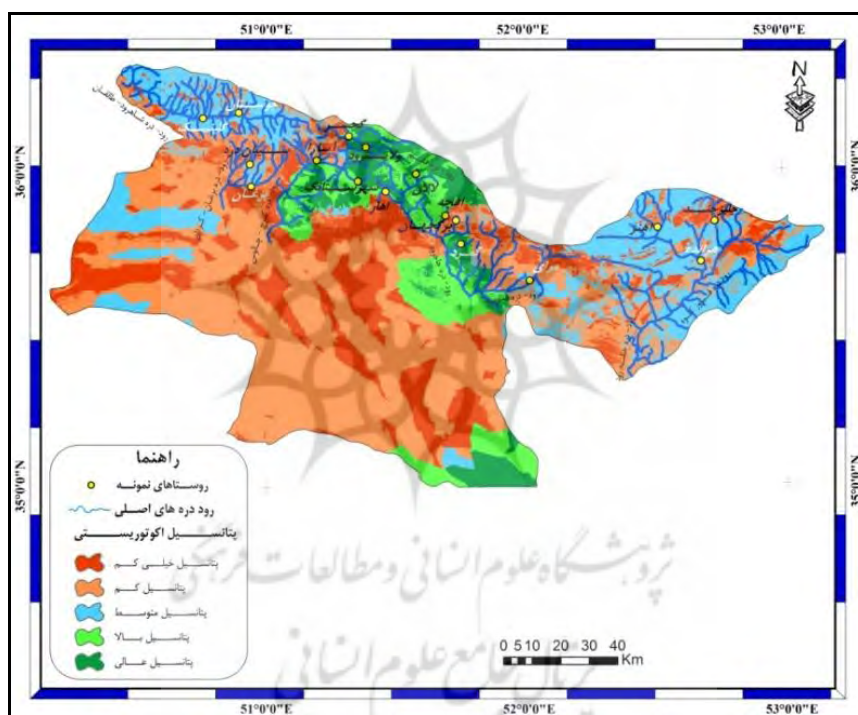
استان تهران با وسعتی حدود ۱۸۹۵۶ کیلومتر مربع بین ۳۴ تا ۳۶/۵ درجه عرض شمالی و ۵۰ تا ۵۳ درجه طول شرقی واقع شده است. این استان در جنوب مرکزی رشته‌کوه‌های البرز قرار دارد و به لحاظ موقعیت جغرافیایی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. استقرار در دامنه‌های جنوبی رشته‌کوه‌های البرز، منابع سرشار آبی و نیز شرایط آب‌وهوایی معتدلی را به‌ارمغان آورده است. دامنه‌ها و دره‌های کوهپایه‌ای البرز، شرایط ویژه‌ای را برای گریز از گرما و خشکی بیابان‌های جنوبی به وجود آورده‌اند. بیشتر قسمت‌های البرز مرکزی، از خط‌الرأس‌های موازی و بسیار طولانی به موازات ساحل دریای مازندران (شرقی-غربی) تشکیل شده‌اند. دره‌های بسیار عمیقی همچون چالوس، هراز، شاهرود و کرج شکاف‌های عمیقی را در میان این خط‌الرأس‌ها پدید آورده‌اند؛ اما نکته درخور توجه این است که وجود دره‌های عمیق و پرآب در دامنه جنوبی البرز، علاوه بر تأمین منابع آب برای استان، به دلیل وجود آب و همچنین، ساختارهای زمین‌شناختی، چشم‌اندازهای طبیعی بسیار زیبا و کم‌نظیری را در شمال استان تهران از جهت دره‌های سرسبز، غارهای متعدد، آبشارها، صخره‌های سنگی و غیره فراهم ساخته است که زمینه جذب افراد بسیاری را از شهر تهران، به‌عنوان کانون جمعیتی در طول سال به‌ویژه فصول گرم فراهم می‌سازد. دره‌های زیبا و دل‌فریب، قله‌های سفید بر فراز دامنه‌های سبز، دشت‌های غرق لاله در دامنه کوه‌ها، چشمه‌های گوارای آب معدنی، زمین‌های حاصلخیز و باغ‌هایی با شاخه‌های درهم‌تنیده و پرمیوه با جاذبه‌های طبیعی در دامنه جنوبی و مرکز البرز گسترده شده‌اند. همه این موقعیت‌ها، زمینه شکل‌گیری روستاهایی با جذابیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی ویژه‌ای شده‌اند که تعدادی از روستاها را به‌عنوان روستای هدف و نمونه گردشگری در استان مطرح ساخته‌اند؛ بنابراین، یکی از مهم‌ترین و بارزترین زمینه‌های جذب گردشگری در استان، اکوتوریسم شکل‌گرفته در رود-دره‌های البرز است که به سبب چشم‌اندازهای زیبا و طبیعی، وجود تنوع گیاهی و جانوری و تنوع اقلیمی، سبب جذب افراد بسیاری به این محدوده‌های روستایی واقع در دره‌های سرسبز شده است. در محدوده‌های کوهستانی، از جمله

نمونه اکوتوریستی در ۷ مسیر اصلی رود دره‌ای انتخاب شدند (شکل و جدول ۱).

### جدول ۱- پراکندگی روستاهای نمونه در مسیرهای هفت‌گانه اکوتوریسم رود دره‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

نام روستا	نام مسیر
هرانده، جلیزجند، اهنز	فیروزکوه حبله‌رود
مرای	دماوند
برگ جهان، کمرد، افجه	جاجرود و لواسانات
شهرستانک، آسار، ولایترو، گچسر	رود کرج و چالوس
گلینک، جوستان	شاهرود- طالقان
برغان، سیبانه‌دره	برغان- کردان
آهار، لالان	میگون- فشم



شکل ۱- روستاهای نمونه اکوتوریستی انتخاب‌شده براساس مدل پتانسیل اکوتوریستی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

شوراها و دهیاری‌ها در سطح روستاهای نمونه به‌دست آمده بودند. با توجه به مجموع تعداد کسب‌وکارهای ذکرشده در سطح کارشناسی بخش‌داری روستاهای نمونه، تعداد کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در مسیرهای هفت‌گانه منطقه، برابر با ۱۸۷۳ مورد بود. در سطح کل روستاهای نمونه با اتکا به نظرهای شوراها و دهیاران، مجموع کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در بین روستاهای هفت‌گانه برابر با ۷۳۰ مورد بود که مجموع این دو سطح برابر با ۲۶۰۳ مورد است. برای نمونه‌گیری از بین کسب‌وکارها در منطقه

از بین روستاهای هفت‌گانه انتخاب‌شده، ۹ روستا به‌عنوان روستاهای حفاظت‌شده و ۸ روستا بیرون از محدوده حفاظت‌شده قرار گرفتند. برای تعیین حجم نمونه از کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری مسیرهای هفت‌گانه و نیز روستاهای نمونه، به‌دلیل نبود داده‌های رسمی تلاش شد تا از طریق داده‌های جمع‌آوری‌شده در رابطه با وضع موجود کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در منطقه به تعیین حجم نمونه اقدام گردد. لازم است ذکر شود داده‌ها با رویکرد خیره‌محوری از طریق بخش‌داری‌ها برای مسیرها و از طریق

در گام دوم، از طریق تدوین پرسشنامه براساس شاخص‌های مطرح‌شده در فرضیه، مصاحبه و مطالعات میدانی اطلاعات مربوط به متغیرهای تحقیق تکمیل گردیدند. همچنین، از ابزارهای مختلفی همچون بهره‌گیری از مدارک و آمارهای موجود، مشاهدات میدانی از روستاها، تکمیل پرسشنامه در سطح کارشناسی بخشداری‌ها، شوراها و دهیاران روستاهای نمونه استفاده گردید؛ بنابراین، با توجه به متغیرهای تحقیق و نیز روش‌های تجزیه و تحلیل، پرسشنامه موردنظر به صورت سؤال‌های بسته و باز و نیز حاوی طیف‌هایی در قالب طیف لیکرت در مقیاس سنجش اسمی، رتبه‌ای و فاصله‌ای تهیه گردید و در اختیار نمونه‌ها قرار گرفت.

### ۳. مبانی نظری تحقیق

در ادبیات علمی یکی از صورت‌های جدید گردشگری اکوتوریسم است که اغلب در محدوده قلمروی مناطق روستایی است و در ادبیات جهانی عمدتاً منطبق با مناطق حفاظت‌شده می‌باشد. وجود جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای متنوع طبیعی از جمله در مناطق حفاظت‌شده روستایی به‌عنوان فرصت‌های جدید اقتصادی است که می‌تواند زمینه‌های مناسبی برای فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم آورد. به همین دلیل، در بررسی ادوار تاریخی و دیدگاه‌های مطرح در ارتباط با کارآفرینی گردشگری از هنگام ظهور و بروز این مفهوم، به رویکردهای متعددی در رابطه با کارآفرینی در حوزه گردشگری و به‌ویژه اکوتوریسم توجه شده است که مرتبط‌ترین آن، رویکرد زیست‌محیطی در چارچوب رهیافت سیستمی است. محققان مختلف بر اهمیت محیط و شرایط زیست‌محیطی در زمینه‌های کارآفرینی تأکید کرده‌اند (برونو و تابیجی، ۱۹۸۲، ص. ۱۹؛ پنینگر، ۱۹۸۲، ص. ۴۲)؛ به طوری که محیط زیست و مکان‌ها شکل‌دهنده پایه‌ها، بسترها و پتانسیل‌های فعالیت‌های جدید در یک فضای جغرافیایی می‌باشند و در فعالیت‌های کارآفرینی و تجاری، مکان‌های زیست‌محیطی نقش کلیدی را از جنبه‌های مختلف ایفا می‌کنند (بانکس، ۱۹۹۱، ص. ۳۶۳-۳۷۷؛ رینولدز، میلر، و ماک، ۱۹۹۳، ص. ۳۲؛ آیدالوت، ۱۹۸۶، ص. ۱۱۰)؛ اما تاکنون به این بعد از کارآفرینی در اکوتوریسم توجه نشده است؛ زیرا، وجود منابع طبیعی جذابیت‌های محیطی موجود در مکان‌ها می‌تواند زمینه‌ساز جذب سرمایه‌گذاری‌های کوچک مقیاس شود و به توسعه کسب‌وکارهای کوچک مرتبط با اکوتوریسم کمک کند. با این دیدگاه و رویکرد است که محققانی مانند گارتنر<sup>۱</sup> (۱۹۸۵) به محیط زیست و فعالیت‌های گردشگری مرتبط با محیط زیست توجه عمیقی داشته‌اند (گارتنر، ۱۹۸۵، ص. ۶۹۸)؛ یا از دیدگاه فریدگن<sup>۲</sup> (۱۹۸۴) فعالیت‌های تفریحی

مورد مطالعه، از فرمول کوکران برای نمونه‌های معلوم با احتمال ۰.۹۵ استفاده شد که نتیجه آن برابر با ۳۳۵ نمونه بود. توزیع نمونه‌ها براساس تناسب کسب‌وکارهای موجود در آن‌ها به دلیل کم‌بودن تعداد کسب‌وکارهای ذکرشده در مناطق روستایی نمونه (۷۳۰ مورد) نسبت به کل مسیره‌ها (۱۸۷۳ مورد) بود. به همین دلیل تعداد نمونه‌های اختصاص‌یافته برای مجموع روستاهای نمونه بسیار پایین و برابر با ۹۴ نمونه و برای مسیره‌ها برابر با ۲۴۱ مورد بود. افزون‌براین، توزیع ۹۴ نمونه در ۱۷ روستای نمونه براساس تناسب کسب‌وکارهای موجود در آن‌ها، تعداد نمونه موجود در هر روستا را کم می‌کند و بنابراین، قدرت و قابلیت تعمیم‌دهی نمونه بر جامعه آماری را پایین می‌آورد؛ بنابراین، برای تمرکز بیشتر به نقاط روستایی نمونه با توجه به هدف مطالعه، از شیوه تناسب استفاده نکردیم و حداقل نمونه‌ها برای هر روستا در زمینه کسب‌وکارها را ۱۰ مورد در نظر گرفتیم. در مواردی که تعداد کسب‌وکارها مانند روستای جلیز چند بسیار بود، تعداد نمونه‌ها افزایش یافت و در مواردی که مانند سیباندرد کمتر بود، تعداد نمونه‌ها کمتر از ۱۰ مورد در نظر گرفته شد تا تناسب نسبی نیز برقرار گردد و تا حدودی امکان تعمیم‌دهی نتایج وجود داشته باشد.

بنابراین، با توجه به رویکرد میان‌رشته‌ای بودن کارآفرینی اکوتوریستی، افرادی که دارای تخصص‌هایی همچون کارآفرینی، جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گردشگری، اکوتوریسم و محیط زیست، اقتصاد و مدیریت بودند یا افرادی که پژوهشی در ارتباط با موضوع گردشگری یا بخشی از آن انجام داده بودند و دسترسی به آن‌ها امکان‌پذیر بود، برای تکمیل پرسشنامه به صورت تصادفی هدفمند انتخاب شدند. در مجموع، لیست ۴۳ نفره‌ای تهیه گردید و پرسشنامه به صورت تمام‌شماری در اختیار همه آن‌ها قرار گرفت و در نهایت، ۳۲ نفر به پرسشنامه‌ها پاسخ دادند. در این مطالعه برای گردآوری اطلاعات از روش‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی مشاهده و تکمیل پرسشنامه براساس شاخص‌های استخراج‌شده در چارچوب الگوی نظری، استفاده شد. در گام اول، برای تدوین ادبیات موضوع از روش اسنادی و کتابخانه‌ای (بررسی اینترنت، مقالات، مجلات، کتاب‌ها، طرح‌ها و گزارش‌ها و ...) استفاده شد. اطلاعات و داده‌های فضایی و توصیفی روستاها با مراجعه مستقیم به مراکز آماری و استفاده از آمارنامه‌های شهرستانی و آبادی‌های کشور، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران، سازمان دهیاری‌ها و شهرداری‌های کشور، جهاد کشاورزی، سازمان محیط‌زیست و منابع طبیعی تهیه شدند.

فرصت‌هایی را شناسایی کنند که مرتبط با محیط زیست باشد. به-همین دلیل، کم‌کم مفاهیم و اصطلاحاتی نظیر کارآفرینی زیست-محیطی، کارآفرینی اکولوژیک و کارآفرینی سبز برای تشویق کارآفرینان در عمل به مسؤولیت‌های زیست‌محیطی، وارد ادبیات کارآفرینی گردیدند (مارسدن و اسمیت، ۲۰۰۵، ص. ۴۴۱؛ دین و مک‌مولن، ۲۰۰۷، ص. ۵۰؛ افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، ص. ۷۸؛ شاه‌حسینی، ۱۳۸۶، ص. ۶۶؛ هال، گریگوروف و دانک، ۲۰۱۰). کارآفرینی زیست‌محیطی<sup>۳</sup> نسبتاً یک زمینه جدید در مطالعات و تحقیقات دانشگاهی و در راستای پایداری<sup>۴</sup> و مسؤولیت‌های زیست-محیطی<sup>۵</sup> است؛ زیرا، به‌مرور زمان ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی مورد توجه در کارآفرینی تغییر یافته‌اند (ماساکی و هلسن، ۲۰۰۴، ص. ۱۴۸) و به اثرات زیست‌محیطی کارآفرینی بیشتر از گذشته توجه شده است؛ زیرا، از یک‌سو به دلیل افزایش آگاهی اجتماعی از اهمیت محیط زیست و از سوی دیگر، ارتباط تنگاتنگ سلامتی اجتماعی و روانی با محیط زیست، امروزه بسیاری از مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات در الگوهای مصرفی بازاندیشی کرده‌اند (بوی و تیل، ۱۹۹۲، ص. ۵۲) و به سمت کالاهایی که استانداردهای زیست‌محیطی را رعایت می‌کنند، گرایش پیدا کرده‌اند (کاتلر و آرمسترانگ، ۱۹۹۹، ص. ۳۶۴). توجه به کارآفرینی زیست‌محیطی نگرشی است که به اهمیت حفظ محیط زیست و استفاده از روش‌های بهینه و استفاده منطقی از منابع و حفظ و نگهداری محیط زیست می‌اندیشد. کارآفرینی زیست‌محیطی یا اکولوژیک؛ یعنی نظام کارآفرینی خاصی که توانایی حفظ، بهره‌برداری مناسب و بازسازی محیط زیست را به‌صورت پایدار داشته باشد. این تعریف بسیار ساده‌ای از کارآفرینی زیست‌محیطی است. کارآفرینی اکولوژیک دربرگیرنده ایده‌هایی متشکل از فناوری سبز، بازاریابی تجاری عادلانه و سبز، کشاورزی ارگانیک و اجتماعی، کسب‌وکارهای متعهد به اجتماع<sup>۶</sup> (اجتماع‌محور)، مدیریت سازمانی، کارآفرینی اجتماعی با اهداف غیرانتفاعی و فعالیت‌های مردم‌نهاد<sup>۷</sup> در چشم‌اندازی اکولوژیک از پایداری اجتماعی عملی<sup>۸</sup> است. کارآفرین سبز و به‌تعبیر دیگر، کارآفرین اکولوژیک فردی است که علاوه بر سودآوری و منفعت، به مسائل اجتماعی و محیط زیستی توجه می‌کند (مایکل، ۲۰۰۷). دانش «کارآفرینی زیست‌محیطی» دانشی است که از طریق خلاقیت و نوآوری به توسعه و بهره‌گیری پایدار از منابع طبیعی کمک می‌کند و با بعد محیط کارآفرینی مورد اشاره در مطالعات کارآفرینی که بر شرایط و محیط پیرامونی زمینه‌ساز کارآفرینی<sup>۱</sup>، زیرساخت‌های محیطی؛ مانند: اجتماعی، اقتصادی، قانونی، مالی، سیاسی، تدارکاتی؛<sup>۲</sup> آشنفتگی‌های محیطی؛ مانند: پیچیدگی محیطی، تهدیدات محیطی، پویایی‌های

و استفاده از اوقات فراغت پیوند عمیقی با محیط زیست و اجزای آن دارند که جذب گردشگر از این طریق زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های شغلی، درآمدی، پیوندهای مکانی- فضایی و نیز پیوند اجتماعی بین مکان‌ها می‌شود و انزوای جغرافیایی را کاهش خواهد داد (فریدگن، ۱۹۸۴، ص. ۴۲). چشم‌اندازهای طبیعی به‌طور گسترده دربرگیرنده ابعاد بسیار وسیعی از پدیده‌های سطح زمین هستند که در قالب آب-وهوا، ساختارهای زمین‌شناسی نظیر غارها و آتشفشان‌ها را دربر می‌گیرد؛ بنابراین، چشم‌اندازهای محیطی به دلیل داشتن ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه کسب-وکارهای کوچک‌مقیاس اکوتوریستی از طریق کارآفرینی باشند. فرصت‌های کارآفرینی حاصل از تقویت اکوتوریسم عبارت‌اند از: شکل-گیری بازارهای جدید اقتصادی به لحاظ عرضه و تقاضا، جلب توجه سیاست‌های کلان ملی به محیط زیست و ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی پنهان در آن، زمینه‌سازی برای ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها همانند حمل‌ونقل و جاده‌های ارتباطی، آب و برق، افزایش ارزش زمین‌های محلی و ایجاد درآمد برای افراد مرتبط با فعالیت اکوتوریستی (اسمیت، ۱۹۸۹، ص. ۱۳۶)؛ بنابراین، همان‌طور که مشاهده شد، در هر کدام از رویکردها به جنبه‌ای از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌ها برای توسعه کارآفرینی گردشگری توجه شده است. این در صورتی است که توسعه کارآفرینی در هر یک از بخش‌ها و زیرمجموعه‌های گردشگری بدون توجه به همه عوامل امکان‌پذیر نیست؛ زیرا، از یک‌سو کارآفرینی به‌عنوان فعالیتی فرایندی است که از اجزای متعدد برخوردار است و از سوی دیگر، توسعه پایدار گردشگری و زیرمجموعه‌های آن دارای ابعاد متعدد می‌باشند که بدون در نظر گرفتن همه عناصر آن‌ها به‌صورت کل‌گرا و یکپارچه نمی‌توان کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری را دنبال کرده؛ بنابراین، مناسب‌ترین رویکرد برای توسعه کارآفرینی در حوزه‌های گردشگری روستایی به‌ویژه اکوتوریسم که دنبال‌کننده اهداف توسعه پایدار در صنعت گردشگری است، رویکرد زیست‌محیطی می‌باشد؛ زیرا، تا به امروز تصور این باور که روزی کارآفرینی علاوه بر سودآوری و فروش، نگران سلامت تأمین-کننده و مصرف‌کننده نیز باشد، غیرممکن بود؛ اما پویایی و رقابت شدید و افزایش نگرانی نسبت به محیط زیست و نیز مقررات دولتی و افزایش آگاهی جامعه تولیدکننده، ارائه‌دهنده و مصرف‌کننده، کارآفرینان را بر آن داشت که در سلامت جسمانی و روانی و پاکیزگی محیط زیست در کنار سودآوری نیز تأمل کنند؛ بنابراین، امروزه صاحبان کسب‌وکارهای مختلف برای دستیابی به پایداری اکولوژیک در کسب‌وکار خود، از سوی دولت‌ها و مشتریان تحت فشار هستند تا

فرصت در مناطق روستایی، زمینه شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری روستایی ایجاد شده است. امروزه کارآفرینی در توریسم اهمیت زیادی پیدا کرده است. نقش کارآفرینی ناشی از گردشگری، برای توسعه نواحی روستایی می‌تواند بسیار حیاتی باشد؛ بنابراین، جست‌وجوی مفهوم جدیدی از معیشت برای روستاییان از طریق اکوتوریسم بسیار ضروری است؛ زیرا، بسترها و چشم‌اندازهای محیطی در نواحی روستایی غلبه دارند و به‌علاوه، مسؤولیت‌های محیطی کارآفرینی می‌توانند مبنایی برای استفاده از منابع طبیعی موجود در روستاها از طریق اکوتوریسم باشند و با این نگاه بر ارزش‌های غیرمادی منابع طبیعی و چشم‌اندازهای بکر روستاها توجه ویژه‌ای شود؛ بنابراین، کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی که ویژگی بارز آن سازگاری با محیط و پایداری است، باید دارای این ویژگی‌ها باشد: توجه به محیط طبیعی، بومی و محلی، توجه به صنایع دستی و منحصربه‌فرد، تشکیلات اقتصادی توریستی با مقیاس کوچک و کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس اکوتوریستی؛ زیرا، از یک سو کارآفرینی در بخش گردشگری با چشم‌اندازهای بکر و منحصربه‌فرد مرتبط است (ماتسون، ساندبو، فوسینگ-ینسن، ۲۰۰۵، ص. ۳۷۸) و از سوی دیگر، کارآفرینان در حوزه گردشگری عمدتاً افرادی هستند که ویژگی اصلی آن‌ها نگاه هنرمندانه و خلاقانه به زیبایی‌های محیط اطراف است؛ بنابراین، شناخت این زیبایی‌ها و توزان‌های هنری و سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها در بین مشتریان می‌تواند خلق‌کننده محیط‌های کسب‌وکار جدید برای کارآفرینی باشد. این نوع کارآفرینان بین سلاطین مشتریان و ذوق‌های هنری آن‌ها با منابع و فرصت‌های موجود ارتباط برقرار می‌کنند و اقدام به ایجاد فعالیت‌ها یا ارائه خدماتی می‌کنند که بیش از نیازهای آن‌ها را برطرف سازد (لردکیپانیدز، ۲۰۰۲، ص. ۳۲)؛ از این رو، می‌توان گفت اکوتوریسم روستایی یک فعالیت کارآفرینانه اقتصادی در جهت تصرف فضاهای جدید اقتصادی موجود در مناطق روستایی و ادغام آن‌ها در چرخه اقتصادی است که در راستای اقتصاد زیباشناختی معاصر عمل می‌کند و منجر به کالایی شدن طبیعت نواحی روستایی با رهیافت اقتصاد سبز (نیفسی، ۲۰۰۱، ص. ۷۶۳) در چارچوب کارآفرینی زیست‌محیطی می‌گردد. افزون‌براین، کارآفرینی اکوتوریستی پتانسیل به‌کارگیری روستاییان را به‌عنوان افراد محلی در زمینه‌هایی مانند خرده‌فروشی، مهمان‌نوازی، راهنمای تورهای مختلف، استخدام در پارک‌های ملی و نیز فروش صنایع دستی و هنری فراهم می‌سازد (فولر، بولتینز، و کامینگز، ۲۰۰۵، ص. ۸۹۳). علاوه‌براین، کارآفرینان حوزه گردشگری می‌توانند فعالیت کارآفرینانه خود را در زمینه هتلداری، اداره مهمان‌سرا، مکان‌های منتخب برای کمپ، باغ-

محیطی؛ ۳. تجربیات محیطی شخصی؛ مانند: مدل‌های نقش، تجربیات مرتبط با کار، محیط آموزشی و تحصیلی، خانواده (موریس و پاملا، ۱۹۹۵، ص. ۳۶؛ لاندستروم و استیونسون، ۲۰۰۱، ص. ۳۳؛ کوه، ۱۹۹۵، صص. ۳۸-۳۹؛ لردکیپانیدز، ۲۰۰۲، ص. ۳۱؛ موریسون، ۲۰۰۶، ص. ۱۹۵؛ مقیمی، ۱۳۸۴، ص. ۹۶؛ هاشمی، ۱۳۸۶، ص. ۲) تأکید دارند، تفاوت دارد؛ زیرا، توجه به اهمیت مسائل زیست‌محیطی برای افراد محلی و مشتریان و رعایت مسائل زیست‌محیطی در فعالیت‌های کارآفرینی باعث ایجاد مزیت رقابتی برای کارآفرینان خواهد شد و از این طریق کارآفرینان می‌توانند به ایجاد یک پایگاه خوب در بازار دست یابند؛ بنابراین، فرصت جدید کارآفرینانه نیز در عرصه‌های زیست‌محیطی و اقتصاد زیست‌محیطی شکل گرفته است. این امر به‌ویژه در مناطق روستایی و فعالیت‌های اقتصادی آن‌ها بسیار مهم و ضروری است؛ زیرا، روستاییان به‌دلیل شیوه زندگی و نوع معیشت خود، بهره‌برداران اصلی و مستقیم منابع طبیعی (راضی، آب، خاک، جنگل و مرتع) محسوب می‌شوند که حدود ۷۰٪ از عرصه‌های طبیعی کشور را در اختیار دارند و از آن بهره‌برداری می‌کنند (رضوانی، ۱۳۹۰، ص. ۵)؛ بنابراین، حفاظت از محیط‌زیست در برنامه‌ریزی‌های روستایی بسیار ضروری است. برای توسعه روستایی، گرایش به کارآفرینی باید بر مبنای تحریک و انگیزش کارآفرینان محلی باشد. همچنین، علاوه بر ایجاد اشتغال و افزایش ارزش اقتصادی جوامع و مناطق، باید منابع کمیاب نیز حفظ شوند (لردکیپانیدز، ۲۰۰۲، ص. ۳۱). از یک سو، کارآفرینان همواره به دنبال استفاده بهینه از منابع موجود هستند و از سوی دیگر، با ایجاد تنوع در فعالیت‌های روستایی، جلوی استفاده بی‌رویه و فشار بر منابع طبیعی را کاهش می‌دهند (افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، ص. ۷۹). همچنین، با استفاده از فرایندی که کارآفرینی اکولوژیک<sup>۹</sup> نامیده می‌شود، در حومه شهرها از طریق راهبردهای ترکیبی همچون تخصصی کردن و افزایش کیفیت، توسعه پایدار روستایی را سهولت می‌بخشند (مارسدن و اسمیت، ۲۰۰۵، ص. ۴۴۱)؛ البته برنامه‌ریزان توسعه روستایی باید برنامه‌هایی برای حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست داشته باشند تا همگان ملزم به حفاظت از منابع طبیعی و زیستی باشند (وایلنت و لافوننت، ۲۰۰۷، ص. ۳۱۳). همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، یکی از جدیدترین، گسترده‌ترین و متداول‌ترین فعالیت اقتصادی در محیط‌های روستایی که از یک سو فرصت‌های اقتصادی زیادی را به لحاظ کارآفرینی برای روستاییان فراهم آورده است و از سوی دیگر، پیوند عمیقی با محیط زیست روستایی دارد، گردشگری به‌طور عام و اکوتوریسم به‌شکل خاص در مناطق روستایی است. در سال‌های اخیر، به دلیل وجود این

وحش‌ها، موزه‌های طبیعی، پارک‌ها، تورگردانی و خدمات‌رسانی گسترش دهند. انگیزه اصلی آن‌ها در این زمینه، تاحدودی شخصی در توسعه صنعت گردشگری و تاحدی نیز اقتصادی به دلیل صرفه‌جویی در منابع محیطی با امید به دست‌آوردن نفوذ بیشتر در مورد توسعه گردشگری و شاید به دست‌آوردن مزیت رقابتی در آینده است؛ اما باید توجه داشت که به دلیل ماهیت کارآفرینی، توجه کارآفرینان به جنبه‌های اقتصادی توسعه گردشگری پایدار بیش از سایر جنبه‌ها است که دلیل آن جست‌وجوی بازارهای مناسب برای گردشگری پایدار است که در نهایت، مزیت‌های اقتصادی مثبتی را برای فعالیت‌های زیست‌محیطی فراهم می‌کند؛ بنابراین، در حال حاضر بیشتر این کارآفرینان علاقه به استراتژی‌ای پیشگیرانه نسبت به چالش‌های زیست‌محیطی و اجتماعی دارند (کرزل، ۲۰۰۵، ص. ۱۵۷).

بر اساس آنچه ذکر شد، می‌توان گفت کارآفرینی اکوتوریستی فرایند کشف و ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی با بهره‌گیری از پتانسیل‌های اکوتوریستی و در نظر گرفتن نیازهای گردشگران است. همچنین، کارآفرینی اکوتوریستی استفاده بهینه از محرک‌های محیط درونی و بیرونی و اقدام در زمان و مکان مناسب برای دست‌یابی به ارزش افزوده، از طریق فرایند دستیابی به محصول و خدمت جدید و ارتقاء یافته به بازار گردشگری در بستری خلاقانه و نوآور همراه با حفظ ارزش‌های محیط اجتماعی و زیست‌محیطی می‌باشد؛ بنابراین، کارآفرینی اکوتوریستی برآیند توسعه کارآفرینی در بستری از اکوتوریسم است که منجر به ایجاد کسب‌وکارهای جدید در بخش اکوتوریسم می‌شود و زمینه‌های تقویت فرصت‌های شغلی، درآمدی، بازاریابی، خلق ارزش‌ها و ... را برای روستاییان فراهم می‌سازد. اما

همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، از آنجایی که کارآفرینی اکوتوریسم به لحاظ مدل فرآیند کارآفرینی، منطبق با مرحله پیاده‌سازی و برآیند فعالیت کارآفرینانه در حوزه اکوتوریسم است، نتیجه کارآفرینی اکوتوریستی در محصولات و خدمات نمود و عینیت می‌یابد. در سه شکل می‌توان به نتایج، اثرها و پیامدهای آن توجه کرد: الف. نوآوری-ها و خلاقیت‌های شکل‌گرفته در زمینه اکوتوریسم (شومپیتر، ۱۹۳۴)؛ ب. رشد و توسعه صورت‌گرفته از طریق اکوتوریسم در سطح محلی و منطقه‌ای که اشاره به تغییرات نسبت به گذشته دارد (ورهول، ونرکرز، ادرسچ، و تاریک، ۲۰۰۱؛ احمدپور داریانی، ۱۳۸۰)؛ ج. سازگاری زیست‌محیطی کسب‌وکارهای شکل‌گرفته که از ویژگی-های اساسی و متمایزکننده یک فعالیت کارآفرینی اکوتوریستی برپایه توسعه پایدار با فعالیت عادی کارآفرینی است. از طریق شاخص‌هایی مانند مصرف انرژی پایین، کاهش حجم مواد خام مصرفی، استفاده از مواد تجدیدپذیر، قابلیت برگشت‌پذیری تولیدات، رعایت اخلاق زیست‌محیطی، مدیریت پسماندها، استفاده از فناوری‌های سبز و زیرساخت‌های سازگار با محیط زیست می‌توان هر سه مرحله را ارزیابی کرد (اسمیت، ۲۰۰۲؛ کوهن و وین، ۲۰۰۷؛ دین و مک‌مولن، ۲۰۰۷؛ بویتنکمپ، ونر، و وامز، ۱۹۹۲؛ هوکرت و ووستنهاگن، ۲۰۱۰؛ پاچیکو، دین، و پاینی، ۲۰۰۹؛ کوه، ۱۹۹۵؛ آلیون، گئورگی، لوما و پتروسلی، ۲۰۱۲؛ شین و ونکاتارامن، ۲۰۰۰)؛ بنابراین، با توجه به موارد ذکر شده و ادبیات نظری کارآفرینی اکوتوریستی، می‌توان مؤلفه‌ها و شاخص‌های مرتبط با کارآفرینی اکوتوریستی را به صورت زیر دسته‌بندی کرد (جدول ۲):

## جدول ۲- مؤلفه‌ها و شاخص‌های کسب‌وکارهای ناشی از توسعه کارآفرینی اکوتوریستی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

متغیر اصلی	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
کسب و کار اکوتوریستی	نوآوری و خلاقیت	ارائه کالا یا محصول جدید و سبز
		ارائه خدمات جدید و سبز
		یافتن منابع جدید و سبز
		ایجاد تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و سبز
		ارائه روش‌های جدید و سبز
رشد و توسعه	سازگاری زیست‌محیطی	گشایش بازارهای جدید و سبز
		ارتقای سطح زندگی
		افزایش بهره‌وری
		حفظ تنوع زیستی
		بهداشت محیط
		حفظ میراث طبیعی و جاذبه‌ها

اکوتوریسم، نیازمند تلاشی ملی، منطقه‌ای و محلی است تا بتواند اثر مثبتی در بازارهای گردشگری ایجاد کند. در این خصوص تنها، فرد

البته باید توجه داشت که سطح جغرافیایی لازم برای پیاده‌سازی و پیگیری شاخص‌های مرتبط با کارآفرینی گردشگری و



کارآفرین امکان تغییر در رویکرد گردشگری را نمی‌تواند داشته باشد؛ بلکه وجود رویه و سیاست منطقه‌ای مناسب برای گردشگری پایدار و زیرمجموعه‌های آن تشویق کننده کارآفرینان برای به دست آوردن برچسب‌های سبز<sup>۱۰</sup> مانند نشان کلید سبز<sup>۱۱</sup> یا استاندارد گل اروپایی<sup>۱۲</sup> است (کرنل، ۲۰۰۵، ص. ۱۵۷)؛ البته باید توجه داشت که در صورت تحقق مجموع مؤلفه‌ها و شاخص‌های مطرح شده می‌توان انتظار کارآفرینی اکوتوریستی را در جامعه داشت؛ اما با این وجود مشخص کردن تفاوت‌های کارآفرینی در روستاهای با پتانسیل اکوتوریستی و سایر روستاها و نیز سنجش سطح کارآفرینی اکوتوریستی در وضع موجود از طریق شاخص‌ها، برای مشخص کردن جایگاه فعلی کسب‌وکارهای جاری، برای برنامه‌های آینده در این زمینه به لحاظ سیاست‌گذاری و مدیریت بسیار مهم است.

#### ۴. یافته‌های تحقیق

##### ۴.۱. تجزیه و تحلیل

در راستای سنجش سطح کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای نمونه انتخاب شده، ابتدا به مقایسه تفاوت بین روستاهای واقع شده در مناطق حفاظت شده با روستاهای بیرون از مناطق حفاظت شده در منطقه مورد مطالعه به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی پرداخته شد. سپس، وزن هریک از شاخص‌های کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان استخراج شد و در ادامه، از طریق مدل تاپسیس، اولویت بندی روستاهای منطقه مورد مطالعه به لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی انجام شد.

##### ۴.۲. آزمون T برای دو گروه مستقل برای مشخص کردن

##### نبود تفاوت بین روستاها

در راستای مشخص کردن وضعیت توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه مورد مطالعه و بررسی وجود یا نبود تفاوت بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت شده به لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی با روستاهای حفاظت شده و به عبارت دیگر، بررسی اینکه تفاوتی بین سطح کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای منطقه مورد مطالعه نسبت به یکدیگر وجود ندارد، از آزمون آماری استفاده شد. برای این منظور از داده‌های سطح صاحبان کسب‌وکارها برای تبیین فرضیه استفاده شد. آزمون استفاده شده برای تبیین این فرضیه، آزمون T برای دو گروه مستقل است. همچنین، از تکنیک تاپسیس نیز برای اولویت بندی روستاها و مسیرهای مورد مطالعه به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی نیز استفاده شده است. براساس نتایج

پرسشنامه صاحبان کسب‌وکارها، به لحاظ متغیر کارآفرینی اکوتوریستی در بین روستاهای مورد مطالعه با توجه به فرضیه تفاوتی مشاهده نمی‌شود؛ زیرا، همان‌طور که در چارچوب نظری و واگوی منطقه مورد مطالعه اشاره شد، در مناطق حفاظت شده منطقه و به تبع آن روستاهای واقع در این مناطق، ضوابط خاصی در رابطه با ایجاد کسب‌وکار یا جذب گردشگری مشاهده نمی‌شود و مفهوم حفاظت شده در این مناطق صرفاً از جهت ممانعت از شکار و آن هم به صورت ضعیف است. به عبارت دیگر، مناطق حفاظت شده در منطقه، با مفهوم اکوتوریستی آن مدیریت و کنترل نمی‌گردند؛ زیرا، در برخی از کشورها مناطق حفاظت شده به عنوان مکان‌های مهم اکوتوریستی به شمار می‌آیند و در آن‌ها گردشگری کاملاً برنامه‌ریزی شده و منطبق با اهداف اکوتوریسم؛ یعنی حفظ محیط زیست و فرهنگ و اجتماعات محلی در کنار کسب منافع اقتصادی است؛ برای این اساس، فرض بر این بود که با توجه به نبود برنامه و مدیریت اکوتوریستی در مناطق حفاظت شده منطقه، براساس علوم برنامه‌ریزی و مدیریتی تفاوتی بین کسب‌وکارهای شکل گرفته در روستاهای واقع در منطقه حفاظت شده با مناطق حفاظت نشده وجود ندارد؛ بنابراین، براساس فرضیه، تفاوتی از نظر سطح کارآفرینی اکوتوریستی بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت شده با مناطق روستایی خارج از محدوده مناطق حفاظت نشده وجود ندارد. برای مشخص شدن معنادار بودن نبود تفاوت‌های میانگین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی و متغیر مستقل کارآفرینی اکوتوریستی از لحاظ آماری، از آزمون T برای دو نمونه مستقل استفاده گردید. نتایج این آزمون نشان می‌دهد میانگین متغیر کارآفرینی اکوتوریستی به لحاظ سطح معناداری در سطح روستاها و مسیرهای مورد مطالعه تفاوت معناداری با هم ندارد؛ زیرا با در نظر گرفتن آلفا ۰/۰۱ در سطح اطمینان ۹۹٪، سطح معناداری به دست آمده در متغیر کارآفرینی اکوتوریستی کمتر از ۰/۰۱ است و در نتیجه، فرضیه تحقیق به نفع فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ بنابراین، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه از نظر صاحبان کسب‌وکارها تفاوتی با یکدیگر در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی ندارند. به عبارت دیگر، نتایج حاصل از بررسی میانگین مؤلفه‌ها در روستاهای واقع در مناطق حفاظت شده با روستاهایی که در مناطق حفاظت شده واقع نشده‌اند، تفاوتی ندارند و یکسان هستند؛ البته باید ذکر کرد براساس نتایج به دست آمده از آزمون لون که پایین‌تر از آلفا

۰/۰۱ است، واریانس‌های دو گروه نیز در بین عوامل مورد بررسی برابر هستند. همچنین، از روی میانگین‌های به‌دست‌آمده برای دو گروه روستاها و مسیرهای حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده می‌توان گفت به دلیل زیادنبودن تفاوت دو گروه با یکدیگر، بین روستاهای واقع در منطقه حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده تفاوت چندانی وجود ندارد (جدول ۳):

### جدول ۳- تفاوت میانگین متغیر کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای مورد مطالعه از نظر کاسبان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

#### Independent Samples Test

متغیر کارآفرینی اکوتوریستی	آزمون لون برای برابری واریانس‌ها		آزمون T برای برابری میانگین‌ها						
	آماره F	سطح معناداری Sig.	آماره آزمون T	df	سطح معناداری دو طرفه-2 Sig. tailed	میانگین تفاوت	خطای استاندارد تفاوت	اختلاف میانگین در سطح ۹۵٪	
								پایین‌تر	بالا تر
با فرض برابری واریانس‌ها	۱۲۲۵	۰/۰۰۲	-۲/۹۹	۲۲	۰/۰۰۷	-۰/۳۲۲۷	۰/۱۰۷	-۰/۵۴۶	۰/۰۹۹
بافرض نابرابری واریانس‌ها			-۲/۸۱۸	۱۳/۵	۰/۰۰۴	-۰/۳۲۲۷	۰/۱۱۴۵	-۰/۵۶۹۸	۰/۰۷۵۶

	روستاهای حفاظت‌شده و نشده	تعداد	میانگین‌ها	انحراف معیار	خطای انحراف معیار
کارآفرینی اکوتوریستی	روستاهای منطقه حفاظت‌شده	۹	۳/۵۵۷	۰/۳۵۲۸	۰/۱۰۶۳۸
	روستاهای منطقه حفاظت‌نشده	۸	۳/۸۸	۰/۱۵۲۹	۰/۰۴۲۴۱

ترتیب که ابتدا امتیاز استاندارد شاخص‌ها براساس تکنیک تاپسیس برای هر کدام از شاخص‌ها به‌صورت جداگانه در زیرمجموعه کارآفرینی اکوتوریستی محاسبه گردید. سپس، براساس امتیازات استاندارد به‌دست‌آمده برای هر یک از شاخص‌ها، وزن شاخص‌ها براساس روش توان رتبه‌ای<sup>۱۳</sup> محاسبه شد؛ در نتیجه، وزن‌های مستقلی برای هر یک از شاخص‌ها در گروه خبرگان به‌دست آمد که ملاک وزن‌دهی شاخص‌ها برای اولویت‌بندی مسیرها و روستاهای مورد مطالعه قرار گرفتند (جدول ۴):

### ۳.۴. اولویت‌بندی سطح کارآفرینی اکوتوریستی در

#### منطقه مورد مطالعه

در این گام لازم بود اولویت‌بندی مسیرها و روستاهای منطقه مورد مطالعه در زمینه سطح کارآفرینی اکوتوریستی انجام شود؛ از این‌رو، از تکنیک تصمیم‌گیری چندمعیاره تاپسیس استفاده شد. برای این منظور، در بین گروه صاحبان کسب‌وکارها از میانگین‌های به‌دست‌آمده برای هر یک از شاخص‌ها استفاده شد. همچنین، برای به‌دست‌آوردن وزن‌ها از امتیازات به‌دست‌آمده از میانگین خبرگان برای هر کدام از شاخص‌ها با مدل توان رتبه‌ای استفاده گردید؛ به این-

### جدول ۴- وزن شاخص‌های کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

وزن	شاخص‌ها
۰/۱۶۰	ارائه کالا یا محصول جدید و سبز
۰/۰۰۲	ارائه خدمات جدید و سبز
۰/۰۴۹	یافتن منابع جدید و سبز
۰/۱۲۶	ایجاد تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و سبز
۰/۲۳۹	ارائه روش‌های جدید و سبز
۰/۰۹۷	گشایش بازارهای جدید و سبز
۰/۰۳۲	ارتقای سطح زندگی
۰/۰۱۸	افزایش بهره‌وری
۰/۱۹۸	حفظ تنوع زیستی
۰/۰۷۱	بهداشت محیط
۰/۰۰۸	حفظ میراث طبیعی و جاذبه‌ها
۱	مجموع وزن

بالاترین رتبه متعلق به مسیر فیروزکوه با CI برابر با ۰/۷۲ است و مسیر دماوند با CI برابر با ۰/۶۲ در رتبه دوم و مسیر جاجرود با CI برابر با ۰/۶ در رتبه سوم قرار دارند به علاوه، مسیرهای برغان با CI برابر با ۰/۲۸ و طالقان با CI برابر با ۰/۳۴ نیز در رتبه های آخر قرار دارند (جدول ۵):

نتایج به دست آمده از محاسبه تکنیک تاپسیس نشان می دهد بالاترین رتبه در بین صاحبان کسب و کارها متعلق به روستای جلیز جند با CI برابر با ۰/۸۳ است و در رتبه دوم، روستای ولایتروود با CI برابر با ۰/۷۹ و در رتبه سوم، روستای هرانده با CI برابر با ۰/۶۷ قرار دارد. روستاهای افجه با CI برابر با ۰/۲۶، روستای مرای با CI برابر با ۰/۳۱ و روستای کمرد با CI برابر با ۰/۵ در رتبه های آخر قرار دارند. همچنین، در بین مسیرها نیز از نظر صاحبان کسب و کارها

#### جدول ۵- رتبه مسیرها و روستاها به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه کاسبان

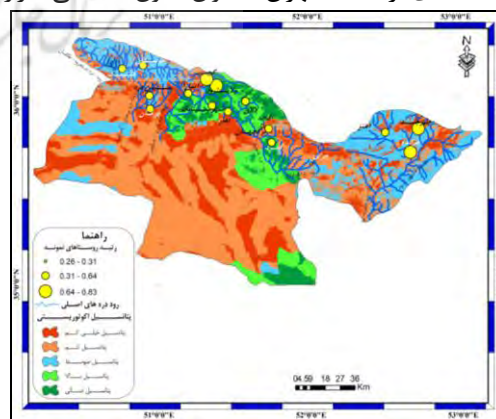
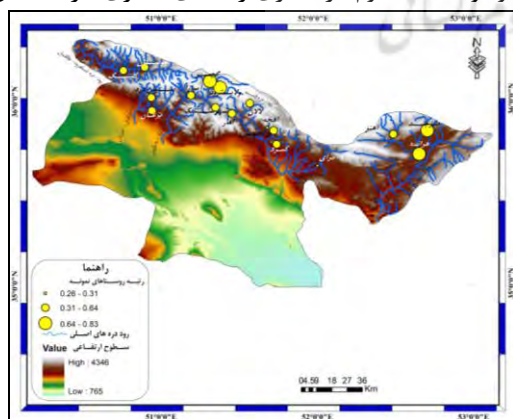
مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۲

مسیرها	CI	رتبه	خوشه	حفاظت نشده
مسیر فیروزکوه	۰/۷۲	۱	۱	حفاظت نشده
مسیر دماوند	۰/۵۵	۵	۲	حفاظت نشده
مسیر جاجرود	۰/۶۰	۳	۲	حفاظت شده
مسیر چالوس	۰/۶۲	۲	۲	حفاظت شده
مسیر طالقان	۰/۲۸	۷	۳	حفاظت نشده
مسیر برغان	۰/۳۴	۶	۳	حفاظت نشده
مسیر فشم	۰/۵۶	۴	۲	حفاظت شده

روستاها	CI	رتبه	خوشه	حفاظت نشده
هرانده	۰/۶۷	۳	۲	حفاظت نشده
جلیز جند	۰/۸۳	۱	۱	حفاظت نشده
اهنز	۰/۵۳	۱۳	۲	حفاظت نشده
مرای	۰/۳۱	۱۶	۳	حفاظت نشده
برگ جهان	۰/۶۴	۵	۲	حفاظت نشده
کمرد	۰/۵۰	۱۵	۲	حفاظت شده
افجه	۰/۲۶	۱۷	۳	حفاظت شده
شهرستانک	۰/۵۴	۱۲	۲	حفاظت شده
آسارا	۰/۶۰	۷	۲	حفاظت شده
ولایتروود	۰/۷۹	۲	۱	حفاظت شده
گچسر	۰/۶۶	۴	۲	حفاظت شده
گلینک	۰/۵۶	۱۱	۲	حفاظت نشده
جوستان	۰/۵۶	۱۰	۲	حفاظت نشده
برغان	۰/۵۷	۹	۲	حفاظت نشده
سیبان دره	۰/۵۳	۱۴	۲	حفاظت نشده
آهار	۰/۶۱	۶	۲	حفاظت شده
لالان	۰/۵۸	۸	۲	حفاظت شده

گرفته اند و نیز در مسیرهای پرتردد و رفت و آمد واقع هستند، از نظر وجود مقاصد دوم گردشگری رتبه های بالاتری دارند (شکل ۲):

با توجه به آنچه ذکر شد، در مجموع می توان گفت روستاهایی که نسبتاً در فاصله های نزدیک به تهران به عنوان کانون جمعیتی قرار



شکل ۲- اولویت بندی فضایی کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس سطوح ارتفاعی

و پتانسیل اکوتوریستی در روستاهای مورد مطالعه

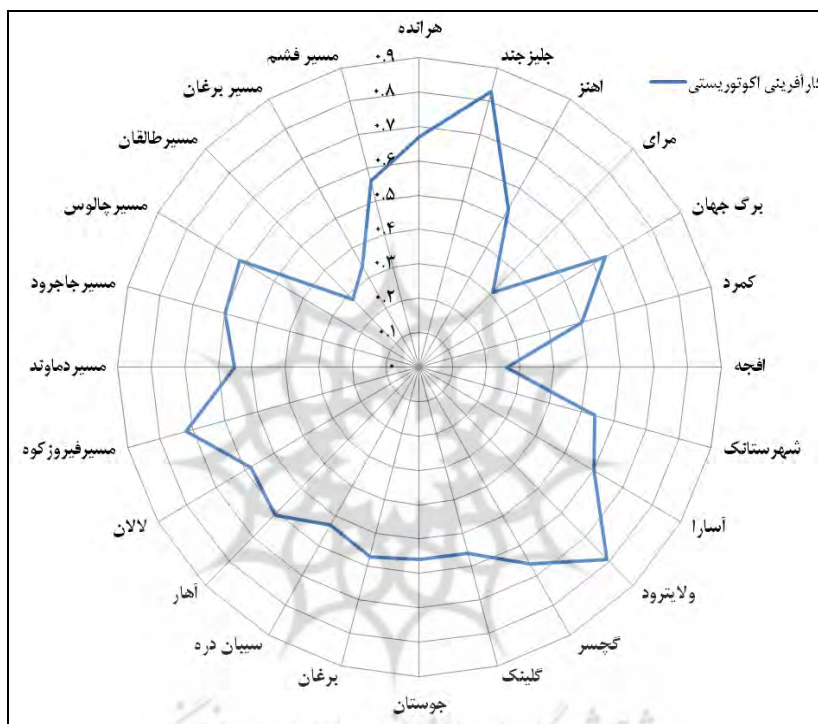
مأخذ: یافته های پژوهش، ۱۳۹۲



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

روستاهای افجه و مرای است. به‌علاوه، براساس فرضیه می‌توان مشاهده کرد که از طریق اولویت‌بندی با تکنیک تاپسیس، پراکنش رتبه‌های کارآفرینی اکوتوریستی بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌شده و روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌نشده نظم خاصی ندارند و روستاهایی مانند جلیز جند و جلیز جند، هرانده و برگ جهان که در مناطق حفاظت‌نشده قرار دارند، از سطح کارآفرینی اکوتوریستی بالاتری برخوردار هستند (شکل ۳):

خوشه‌بندی انجام‌شده براساس امتیازات CIها (سطح کارآفرینی بالا، متوسط و ضعیف) در بین روستاهای هدفه‌گانه نشان می‌دهد که دو روستای جلیز جند و ولایترو در خوشه اول واقع هستند و از سطح کارآفرینی اکوتوریستی بالاتری برخوردار می‌باشند؛ اما بیشتر روستاهای مورد مطالعه در خوشه دوم با سطح کارآفرینی متوسط قرار گرفته‌اند که تعداد آن‌ها ۱۳ روستا است. همچنین، ۲ روستا نیز در خوشه سوم با سطح کارآفرینی ضعیف قرار گرفته‌اند که شامل



شکل ۳- رتبه مسیرها و روستاهای مورد مطالعه به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه کاسبان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

می‌باشد، دارای محدودیت‌ها و استانداردهایی است که آن را از سایر فعالیت‌ها در مناطق دیگر جغرافیایی متمایز می‌سازد. رعایت چنین استانداردهایی شکلی از کارآفرینی را به‌نام کارآفرینی اکوتوریستی شکل می‌دهد که در راستای رویکرد نظری کارآفرینی پایدار است. برآیند چنین فعالیت‌های اقتصادی متفاوت از فعالیت‌های اقتصادی معمول است و دارای ویژگی‌ها و شاخص‌هایی می‌باشد که آگاهی از این شاخص‌ها، برنامه‌ریزی برای دستیابی به اهداف را سرعت می‌بخشد؛ بنابراین، با این نوع نگاه، مناطق روستایی کلان‌شهر تهران از دو جهت؛ یعنی وجود پتانسیل‌های گردشگری رود دره‌ای در مناطق روستایی حفاظت‌شده و نیز وجود حجم انبوه جمعیت نیازمند برای تفریح و اوقات فراغت، به‌عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب شدند. در راستای مشخص کردن وضعیت توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در

## ۵. نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

مطالعه ادبیات نظری نشان داد اکوتوریسم یکی از شکل‌های جدید گردشگری است که در مناطق روستایی به آن توجه می‌شود و در ارتباط با پتانسیل‌های زیست‌محیطی و جاذبه‌های طبیعی در پهنه جغرافیایی است و عمدتاً منطبق با مناطق حفاظت‌شده می‌باشد. استفاده اقتصادی از جاذبه‌های طبیعی موجود در مناطق روستایی از طریق توسعه گردشگری، شکل‌دهنده کسب‌وکارها و فعالیت‌های اقتصادی جدیدی در مناطق روستایی است که می‌توان از آن‌ها به‌دلیل نوآوری، خلاقیت و کشف فرصت کارآفرینی یاد کرد؛ اما باید توجه داشت که انجام هرگونه فعالیت اقتصادی و از جمله کارآفرینی در مناطق حفاظت‌شده که منطبق با مناطق اکوتوریستی

مفهوم که مناطق حفاظت‌شده در دنیا به‌عنوان پایه‌ای برای توسعه اکوتوریسم و فعالیت‌های اقتصادی ناشی از آن هستند، در منطقه مورد مطالعه مورد توجه قرار نگرفته‌اند و شیوه‌های اقتصادی و کسب‌وکارها از نظر نوع و کیفیت با کسب‌وکارهای موجود در روستاهای خارج از مناطق حفاظت‌شده تفاوت چندانی ندارند؛ بنابراین، می‌توان استدلال کرد که نوع کسب‌وکارهای موجود در روستاهای حفاظت‌شده از نوع کسب‌وکارهای گسترده و با کمترین تناسب با محیط زیست هستند و همچنین، گردشگری نیز از نوع گردشگری انبوه و در زیرمجموعه آن طبیعت‌گردی می‌باشد که به‌لحاظ چرخه حیات در مرحله نوزایی است.

### یادداشت‌ها

1. Gartner
2. Fridgen
3. Ecopreneurship / Environmental Entrepreneurship
4. Sustainability
5. Environmental Responsibility
6. Socially Responsible Business
7. Grassroots Activism
8. Grassroots activism into an ecological perspective of practical community sustainability
9. Ecological Entrepreneurship
10. Eco-Labels
11. Green Key
12. European Flower

$$13. \text{تابع توان رتبه ای} - (n - r_j + 1)^2$$

منطقه مورد مطالعه و بررسی وجود یا نبود تفاوت بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌شده به‌لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی با روستاهای حفاظت‌شده (یا به‌عبارت‌دیگر، بررسی اینکه تفاوتی بین سطح کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای منطقه مورد مطالعه نسبت به یکدیگر وجود ندارد) از آزمون آماری استفاده شد. برای این منظور، از داده‌های سطح صاحبان کسب‌وکارها برای تبیین فرضیه استفاده شد. آزمون مورد استفاده برای تبیین این فرضیه، آزمون T برای دو گروه مستقل است. همچنین، از تکنیک تاپسیس برای اولویت‌بندی روستاها و مسیرهای مورد مطالعه به‌لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی بهره گرفته شده است؛ بنابراین، با توجه به آزمون T، نتایج این آزمون نشان می‌دهد با در نظر گرفتن آلفا ۰/۰۱ در سطح اطمینان ۹۹٪، سطح معناداری به‌دست آمده در متغیر کارآفرینی اکوتوریستی کمتر از ۰/۰۱ است و در نتیجه، فرضیه تحقیق به‌نفع فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ بنابراین، از نظر صاحبان کسب‌وکارها، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه با یکدیگر در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی تفاوتی ندارند. افزون‌براین، نتایج حاصل از پیاده‌سازی تکنیک تاپسیس نیز گویای امتیازات دقیق روستاها و مسیرها به‌لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی با یکدیگر است که پراکندگی رتبه‌ها بین روستاهای دو گروه حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده تأییدکننده نتیجه آزمون T می‌باشد. با توجه به این نتایج می‌توان گفت در منطقه مورد مطالعه هنوز اکوتوریسم و اقتصاد اکوتوریستی به‌مفهوم واقعی آن که در تعاریف و ادبیات نظری به آن اشاره شد، مورد توجه قرار نگرفته‌اند. به‌عبارت‌دیگر، با توجه به این

### کتابنامه

۱. احمدپور دارایانی، م. (۱۳۸۰). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: نشر شرکت.
۲. رکن‌الدین افتخاری، ع. ر.، و سجاسی‌قیداری، ح. ا. (۱۳۸۹). توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی (تعاریف، دیدگاه‌ها و تجربیات). تهران: انتشارات سمت.
۳. تولایی، س. (۱۳۸۶). مروری بر صنعت گردشگری. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
۴. درام، ای. و مور، آ. (۱۳۸۸). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت اکوتوریسم. (م. رنجبر، مترجم). تهران: انتشارات آبیژ.
۵. رضوانی، م. ر. (۱۳۹۰). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران. تهران: نشر قومس.
۶. شاه‌حسینی، ع. (۱۳۸۶). کارآفرینی. تهران: انتشارات آبیژ.
۷. مقیمی، م. (۱۳۸۴). کارآفرینی در سازمان‌های دولتی. تهران: انتشارات فراندیش، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
۸. هاشمی، ح. (۱۳۸۶). کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۹. شهلبیان، پ. (۱۳۸۳). گردشگری روستایی و ضرورت توجه به آن. فصلنامه فنی-مهندسی ساخت شهر، (۱)، ۲۸-۳۳.

10. Allione, C., Giorgi, C. D., Lerma, B., & Petruccelli, L. (2012). From ecodesign products guidelines to materials guidelines for a sustainable product: Qualitative and quantitative multicriteria environmental profile of a material. *Energy*, 39(1), 90-99.
11. Aydalot, P. (1986). The location of new firm creation: The French case. In D. Keeble & E. Wever (Eds.), *New firms and regional development in Europe* (pp.105-123). London: Croom Helm.
12. Banks, M. C. (1991). *Location decisions of rural new ventures; in frontiers of entrepreneurship research*. MA: Babson College.
13. Bovee Courtland, L., & Thill J.V. (1992). Marketing. *McGraw-hill*, 5(44), 715-58.
14. Bruno, A. V., & Tyebjee, T. T. (1982). The environment for entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K.V. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 289-307). New-Jersey: Prentice- Hall.
15. Buitenkamp, M., Venner, H., & Wams, T. (Eds.) (1992). *Sustainable Netherlands*. Damrak: Amsterdam, the Netherlands.
16. Cohen, B., & Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business*, 22(1), 29° 49.
17. Dean, T. J., & McMullen, J. S., (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50° 76.
18. Fridgen, J. D. (1984). Environmental psychology and tourism. *Annals of Tourism Research*, 11, 19° 39.
19. Fuller, D., Bultjens, J., & Cummings, E. (2005). Ecotourism and indigenous micro-enterprise formation in northern Australia opportunities and constraints. *Tourism Management*, 26, 891° 904.
20. Gartner, W. B. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review*, 10(4), 696° 706.
21. Hall, J., Gregory K., Daneke, A., & Lenox. M. J. (2010). Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions. *Journal of Business Venturing*, 25, 439° 448.
22. Hockerts, K., & Wüstenhagen, R. (2010). Greening goliaths versus emerging Davids- theorizing about the role of incumbents and new entrants in sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 481-492.
23. Kernel, P. (2005). Creating and implementing a model for sustainable development in tourism enterprises. *Journal of Cleaner Production*, 13, 151° 164.
24. Kneafsey, M. (2001). Rural cultural economy, Tourism and Social relations. *Annals of Tourism Research*, 28 , 762-783
25. Koh, K. (1995). The Tourism Entrepreneurial Process: A Conceptualization and Implications for Research and Development. *The Tourist Review*, 51(4), 24° 41.
26. Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). *Principles of marketing*. India: Prentice-Hall International Inc.
27. Lerner, M., & Haber, S. (2000). Performance Factors of Small Tourism Ventures: The Interface of Tourism, Entrepreneurship and the Environment. *Journal of Business Venturing*, 16, 77° 100.
28. Lordkipanidze, M. (2002). *Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: The case of Söderslätt region*. Sweden; Published by IIIIEE, Lund University, Sweden.
29. Lundström, A., & Stevenson, L. (2001). *Entrepreneurship Policy for the Future*. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.
30. Marsden, T., & Smith, E. (2005). Ecological entrepreneurship: Sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, 36, 440- 451.
31. Massaki, K., & Helsen, K. (2004). *Global Marketing Management*, New York: John Wiley & Sons Inc,

32. Mattsson, J., Sundbo, J., & Fussing-Jensen, C. (2005). Innovation Systems in Tourism: The Role of the Attractor and Scene-Takers. *Industry and Innovation*, 12(3), 357-381.
  33. Michael, S. (2007). *What is a Green or Socially Responsible Entrepreneur?* Retrieved from <http://www.turninggreengold.com/2007/what-is-a-green-entrepreneur/>
  34. Morris, M., & Pamela, I. (1995). The determinants of entrepreneurial activity: Implication for marketing. *European Journal of Marketing*, 29(7), 31-48.
  35. Morrison, A. (2006). A contextualization Of Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(4), 192-204.
  36. Pacheco, D. F., Dean, T. J., & Payne, D. S. (2009). Escaping the green prison: Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 464-480.
  37. Pennings, J. M. (1982). Elaboration on the entrepreneur and his environment. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K.V. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 307-316). New Jersey: Prentice- Hall.
  38. Reynolds, P., Miller, B., & Maki, W. (1993). Regional characteristics affecting business volatility in the United States 1980° 4. In C. Karlsson, B. Johannisson, & D. Storey (Eds.), *Small Business International, National and Regional Perspective Dynamics* (pp. 81-104). London: Routledge.
  39. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry in to profits, capital credit, Interest and the business cycle*. Cambridge: Harvard Business Press.
  40. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research; *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
  41. Smith, S., (2002). Devising environment and sustainable development indicators for Canada. *Corporate Environmental Strategy*, 9(3), 305° 310.
  42. Smith, S. L. J. (1989). *Tourism analysis*. New York: Longman.
  43. Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2007). Do Different Institutional Frameworks Condition the Influence of Local Fear of Failure and Entrepreneurial Examples Over Entrepreneurial Activity? *Journal of Entrepreneurship and Regional Development*, 19(4), 313.
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). *An eclectic theory of entrepreneurship: policies, institutions and culture* (No. 01-030/3). Tinbergen Institute Discussion Paper.



## Prioritizing Ecotourism Entrepreneurship Development in Rural Regions (Case Study: Villages with on River-Valley Tourism Potentials in Tehran province)

Hamdollah Sojasi Qeidari <sup>\*1</sup>- Abdolreza Roknadin Eftekhari<sup>2</sup>- Mahdi Purtaheri<sup>3</sup>

1-Assistant prof, Geography and Rural Planning, Ferdowsi University of Mashhad, Mashhad, Iran

2-Full Prof, Geography and Rural Planning, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

3-Assistant prof, Geography and Rural Planning, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

Received 19 Jun 2013 Accepted 4 May 2013

### Abstract

**Purpose:** the main purpose in this paper is, the identifying of ecotourism entrepreneurship differences among rural of this region and ranking them, based on river- valley tourism potentials in ecotourism entrepreneurship and special analysis methods.

**Methodology:** For attain to this goal, descriptive and analytical methodology using data from a questionnaire in the form of experts and business owners, Exam T, power ratings technique, TOPSIS and the Arc GIS software for spatial analysis, is used.

**Findings:** The result shows that rural haven t any difference in ecotourism entrepreneurship field. The result of TOPSIS technique indicate the precise grant of rural and paths based on ecotourism entrepreneurship characters that prove the result of T experiment in SPSS.

**Practical implications:** Ecotourism and ecotourism economic, in it s actually concept has not been considered in case study area. On the other word, based on this concept that protected area in the word are the bases of ecotourism activities and economic, has not been considered in this area and has not been different of the economic activities and enterprises out of there. Therefore, in the future researches could emphasis on tourism economy spatially ecotourism.

**Scientific Solutions:** Finally, the rural that are be posited in busy path with the second purpose of tourism, have a most share in affective factors of ecotourism entrepreneurship development.

**Original/value:** This study is innovation for emphases to the ecotourism entrepreneurship in interdisciplinary problem, and can use by rural planning, tourism development and entrepreneurship researchers.

**Keywords:** Ecotourism, sustainable entrepreneurship, ecotourism entrepreneurship, river-valley tourism, MCDM, rural areas of Tehran province.

How to cite this article:

Sojasi Qeidari, H., Roknadin Eftekhari, A. R., & Purtaheri, M. (2014). Prioritizing ecotourism entrepreneurship development in rural region (Case study: Villages with on river- valley tourism potentials in Tehran province). *Journal of Research & Rural Planning*, 3(5), 13-27.

URL <http://jrrp.um.ac.ir/article/view/17937>