

## الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه موردی: رودرهای گردشگری استان تهران)

حمدا... سجاسی قیداری\* - استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد  
عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری - استاد گروه جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس  
مهدی پورطاهری - استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس  
عادل آذر - استاد گروه مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس

پذیرش مقاله: ۱۳۹۱/۰۸/۲۰      تأیید نهایی: ۱۳۹۲/۰۲/۲۳

### چکیده

امروزه تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی از طریق توسعه کارآفرینی، بیش از پیش توجه محققان و برنامه‌ریزان را به خود جلب کرده است. بر این اساس یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی، صنعت گردشگری روستایی به‌ویژه اکوتوریسم در روستاهای مناطق حاشیه شهرهای بزرگ، از جمله تهران بوده که برای اوقات فراغت و نیاز شهروندان به مناطق طبیعی با چشم‌انداز زیبا و دور از آلودگی‌ها، اهمیت یافته است. در این راستا، سؤال اساسی این است که توسعه کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس کدام الگو امکان‌پذیر است؟ لذا هدف مطالعه، ارائه الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی با پتانسیل گردشگری دره‌ای است. بر این اساس، در پژوهش پیش رو هفده روستا در هفت مسیر رود - دره‌ای نمونه‌های مطالعه انتخاب شدند و با استفاده از روش کمی - پیمایشی، در سطح صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری که کارآفرینان اکوتوریستی در روستاهای منتخب به‌شمار می‌روند، به بررسی سهم و ارتباط عوامل سه‌گانه (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی) ویژگی‌های کارآفرینانه پرداخته شد. نتایج نشان می‌دهد که بر حسب شاخص‌های انتخابی و بر اساس آزمون همبستگی پیرسن، ارتباط معناداری بین عوامل سه‌گانه تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی برقرار است. همچنین بر اساس نتایج رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر به عمل آمده، پس از مشخص شدن میزان اثرات غیر مستقیم متغیرها، به محاسبه کل اثرات مستقیم و غیر مستقیم پرداخته شد که در نتیجه آن، ویژگی‌های کارآفرینانه با بیشترین تأثیر در کارآفرینی اکوتوریستی قرار دارد. در نهایت مشخص شد الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریستی ارائه شده این پژوهش، ۳۵/۲ درصد تبیین‌کننده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه است.

کلیدواژه‌ها: الگو، روستاهای تهران، اکوتوریسم، کارآفرینی، گردشگری.

## مقدمه

یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی، به شدت رشد و گسترش می‌یابد، صنعت گردشگری است و نقاط روستایی نیز به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های گردشگری و زیبای طبیعی، می‌توانند یکی از کانون‌های گردشگری در قلمرو سرزمینی باشند. از بین فرصت‌های گردشگری موجود در مناطق روستایی، وجود جاذبه‌های طبیعی (رودخانه‌ها، کوه‌ها، دشت‌ها، کویر و ...)، چشم‌اندازهای بکر و آب‌وهوای مناسب، زمینه را برای توسعه انواع اکوتوریسم در روستاها بیش از جنبه‌های دیگر گردشگری تقویت می‌کند که یکی از پرجاذبه‌ترین آنها، اکوتوریسم دره‌ای یا دره‌های گردشگری است. این پدیده به‌ویژه در روستاهای مناطق حاشیه شهرهای بزرگ بیش از پیش اهمیت می‌یابد. بر این اساس فرصت‌های متعدد اکوتوریستی روستاهای حاشیه شهرهای بزرگ، منبعی برای موقعیت‌های شغلی جدید بوده و مکانی موقت برای فرار از فشارهای مختلف زندگی ماشینی شهری است (شهبان، ۱۳۸۳) و اگر به‌درستی با رویکرد کارآفرینانه برنامه‌ریزی و مدیریت شود، فرآیندی نیرومند برای بهره‌وری اقتصادی پایدار و بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت حفاظت از منابع زیستی در مناطق روستایی خواهد بود که نتیجه آن، توسعه اقتصادی و پایداری روستاهای حاشیه کلانشهر بوده و شکل‌دهنده و تقویت‌کننده روابط درون منطقه‌ای بین کانون‌های شهری و روستایی در زمینه جذب فرصت‌ها، درآمدهای سرریز کانون‌های شهری به روستاها است. در این راستا، الگوی اکوتوریسم کارآفرینانه مناطق روستایی واقع در دره‌های گردشگری، با بهره‌گیری از فرصت‌های گردشگری ناشی از وجود منابع طبیعی، چشم‌اندازهای بکر و زیبا، میراث طبیعی و فرهنگی، می‌تواند راهی برای رهایی از وابستگی به درآمدهای کشاورزی و اقتصاد تک‌محصولی باشد. اگرچه باید توجه داشت که پتانسیل و فرصت کارآفرینانه موجود حاصل از توسعه اکوتوریسم دره‌ای در مناطق روستایی، بر اساس شرایط اکوتوریستی، نوع جاذبه اکوتوریسم و پتانسیل‌های جذب گردشگر، متفاوت است و بر این اساس، الگوی وضع موجود و الگوی کارآفرینانه آنها نیز متفاوت از هم خواهد بود، اما با نگاه برنامه‌ریزی و توسعه منطقه‌ای، می‌توان به ارائه الگوی همگن کارآفرینی در روستاهای واقع در دره‌های اکوتوریستی در قلمرو زیست بوم و مناطق پرداخت که از سازگاری مناسبی در قلمروهای منطقه‌ای، به‌ویژه از جنبه مدیریت روابط گردشگری شهر و روستا برخوردار است؛ چرا که روستاهای حاشیه کلانشهر تهران به دلیل وجود جاذبه‌های طبیعی، منجر به شکل‌گیری فعالیت اکوتوریستی شده است. افزون‌بر این، تهران و مناطق و روستاهای آن به دلیل موقعیت جغرافیایی و قرارگیری در دامنه‌های البرز، پتانسیل‌های طبیعی متعدد و گوناگونی در زمینه جذب اکوتوریسم دارد و با توجه به شرایط زمانی و مکانی از تنوع بالایی برخوردار است. در این میان از مهم‌ترین و پرجاذبه‌ترین شکل‌های اکوتوریسم، می‌توان به دره‌های گردشگری یا دره‌های سبز اطراف تهران اشاره کرد که بیشترین جاذبه را دارند؛ زیرا این دره‌ها به دلیل برخورداری از آب‌وهوای پاک و خنک در فصل تابستان، آب فراوان به‌سبب ذوب‌شدن برف‌ها، جنگل‌های انبوه در حاشیه رودخانه‌ها و دسترسی آسان برای خانواده‌ها، مورد توجه بسیاری از گردشگران است. اما باید توجه داشت که الگوی موجود کارآفرینی اکوتوریسم دره‌ای در مناطق روستایی حاشیه کلانشهر تهران، عمدتاً شکل بیرونی داشته و محدود است، اغلب منافع حاصل از آن جذب مناطق روستایی نشده، بلکه به سرمایه‌گذارانی که عمدتاً از کلانشهر هستند، هدایت می‌شود. بر این

اساس هدف پژوهش پیش رو، شناسایی زمینه‌ها و ابعاد مختلف اکوتوریسم دره‌ای و ساختار کارآفرینی وضع موجود در روستاهای حاشیه دره‌های اکوتوریستی استان تهران و سپس ارائه الگوی توسعه کارآفرینی روستاهای واقع در دره‌های اکوتوریستی با تأکید بر دیدگاه سازگاری و بومی است؛ زیرا تهیه و طراحی مدلی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم دره‌ای برای مناطق روستایی، این امکان را فراهم می‌کند که همه فعالیت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی و خاصه اکوتوریسم، منظم و از روی برنامه انجام شوند و هر یک از اجزای فرآیند کارآفرینی گردشگری با سایر اجزا عملکرد یکپارچه‌ای داشته باشند و همگی در راستای تحقق هدف حرکت کنند. با توجه موارد بیان شده می‌توان سؤال کلیدی پژوهش را بدین شکل مطرح کرد: توسعه کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس کدام الگو و مدل امکان‌پذیر است؟

### مبانی نظری

تاکنون مطالعات جداگانه متعددی در رابطه با کارآفرینی، کارآفرینی روستایی و اکوتوریسم صورت گرفته است، اما به دلیل جدید بودن موضوع کارآفرینی گردشگری و نیز کارآفرینی اکوتوریستی، در این رابطه مطالعات دقیقی که بیان‌کننده مفهوم دقیق این عبارت باشد، در ادبیات جهانی و داخلی کمتر به چشم می‌خورد؛ به طوری که تا کنون اغلب پژوهش‌هایی که در زمینه کارآفرینی و گردشگری صورت گرفته تجربی بوده و پژوهش‌های نظریه‌ای بسیار اندک است (لی، ۲۰۰۸). بر این اساس، کوپل بیان می‌کند که امروزه مطالعات تجربی کارآفرینی قوی‌ای وجود دارد، اما از لحاظ نظریه‌ای دارای پایه مشخص تئوریک و اندیشه‌ای قوی نیستند (کوپل، ۲۰۰۷: ۵) و کاستی‌های چارچوب نظری و تصمیم‌گیری در رابطه با درستی، دقت و یکپارچگی نتایج به دست آمده از مطالعات را دچار مشکل می‌کنند. به سخن دیگر می‌توان گفت، تحقیق و پژوهش در کارآفرینی گردشگری، حوزه نسبتاً جوانی است؛ به طوری که برخی از محققان به لحاظ چرخه حیات پژوهش، آن را در دوره رشد و نوجوانی دانسته (لو و مک‌میلان، ۱۹۸۸: ۱۴۰) و برخی دیگر هنوز آن را در حال شکل‌گیری و ظهور می‌دانند (بوسنیتز، وست، شفره، نیلسون و زاخاراکیس، ۲۰۰۳). بر این اساس، مجموعه مفاهیم مطرح‌شده در رابطه با کارآفرینی، کارآفرینی پایدار، گردشگری پایدار و اکوتوریسم، شکل‌دهنده‌های پایه‌های مفهومی این مطالعه، یعنی کارآفرینی اکوتوریسم و توسعه کارآفرینی اکوتوریستی است که برآیند آن ارائه تعریف کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد پایداری است که به منزله پایه گام‌های بعدی مقاله مد نظر قرار گرفت. کارآفرینی اکوتوریسم فرآیند کشف و ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی با بهره‌گیری از پتانسیل‌های اکوتوریستی و در نظر گرفتن نیازهای گردشگران و با استفاده بهینه از محرک‌های محیط درونی و بیرونی و اقدام در زمان و مکان مناسب، برای دستیابی به ارزش افزوده از طریق ارائه فرآیند دستیابی به محصول و خدمت جدید و ارتقایافته به بازار گردشگری در بستری خلاقانه و نوآور با حفظ ارزش‌های محیط اجتماعی و زیست محیطی است. بر اساس تعریف بیان‌شده، کارآفرینی اکوتوریستی فرآیند توسعه کارآفرینی بر بستری از اکوتوریسم بوده که برآیند آن منجر به ایجاد کسب‌وکارهایی جدید در بخش اکوتوریسم شده و زمینه‌های تقویت فرصت‌های شغلی، درآمدی، بازاریابی، خلق ارزش‌ها و مانند آنها را برای روستاییان فراهم می‌کند. اما از آنجاکه کارآفرینی اکوتوریسم به لحاظ مدل فرآیندی کارآفرینی، منطبق با مرحله پیاده‌سازی و برآیند فعالیت کارآفرینانه در حوزه اکوتوریسم است، بنابراین با توجه به تعریف گفته‌شده از کارآفرینی اکوتوریسم، برای دستیابی به اهداف و چشم‌اندازهای

مورد نظر در این تعریف، نیاز به عوامل و شرایط پیشران، تأثیرگذار و پیش‌برنده‌ای وجود دارد که از آنها با نام عوامل توسعه‌ای یا بسترساز برای توسعه یاد می‌شود؛ زیرا کارآفرینی اکوتوریسم نیز، نیازمند عوامل بسترساز و فراهم‌بودن شرایط محیطی برای شکل‌گیری و تحقق است، لذا بر اساس مطالب پیش‌گفته در رابطه با تعریف مفهوم کارآفرینی اکوتوریسم، می‌توان گفت که توسعه کارآفرینی اکوتوریستی یعنی مجموعه‌ای از عوامل و شرایط زمینه‌ای، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و شیوه‌های رفتاری منطبق با اصول کارآفرینی، اکوتوریسم و توسعه پایدار که با ایجاد سازوکارهای حمایتی، شیوه‌های تشویقی و تولیدی جدید منجر به افزایش فرصت‌های کارآفرینی، علاقه، انگیزه و مهارت‌های کارآفرینانه و سازگار با حفظ محیط زیست و نیازهای ذینفعان در حوزه اکوتوریسم می‌شود.

همان‌گونه که از تعریف فوق می‌توان برداشت کرد، توسعه کارآفرینی اکوتوریستی نیاز به بسترها و عوامل زمینه‌ساز متعددی است که بر اساس شرایط و نوع کارآفرینی و مقیاس کارآفرینی در بخش اکوتوریسم متفاوت است؛ زیرا توسعه کارآفرینی به دلیل ماهیت چندبعدی، میان‌رشته‌ای و ماهیت نوآوری، تحت تأثیر عوامل گوناگونی مانند دوری از تأمین‌کنندگان اصلی، فاصله از بازارها، دسترسی به مهارت‌های مدیریتی و نیروی کار ماهر، شرایط سخت اقلیمی و فیزیکی قرار دارد (یانگ، ۱۹۸۸: ۱۸۴). با وجود این، کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی به دلیل داشتن ویژگی‌هایی مانند دوری از مرکز، کوچک‌مقیاس بودن، توان مالی پایین روستاییان، زیرساخت‌های ضعیف مناطق روستایی با سه چالش کلیدی، شامل نیاز به آموزش کافی، حمایت‌های مدیریتی و دسترسی به منابع مالی کافی، مواجه‌اند (هلن و هونگر، ۲۰۰۰: ۴۹).

در این راستا، در حوزه‌های مطالعاتی مختلف و در ارتباط با موضوعات تخصصی توسعه کارآفرینی، مطالعاتی صورت گرفته و سطوح تحلیل و شاخص‌های سنجش آنها متناسب با هدف مطالعه ارائه شده است که در آنها نگرش و بستریهای فکری و اندیشه‌ای، شکل‌دهنده نوع نگاه محقق به توسعه کارآفرینی و عوامل مؤثر بر آن است. در این زمینه می‌توان به مطالعات متعددی اشاره کرد که هر کدام به بررسی توسعه کارآفرینی و شاخص‌های مؤثر بر آن پرداخته و در چارچوب رویکرد خاصی آن را تحلیل کرده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱. نگرش به توسعه کارآفرینی و شاخص‌های سنجش آن

منبع	نگرش به توسعه کارآفرینی	شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی
آیسون، ۱۹۹۰	کارآفرینی با نگرش زمینه‌ای، سازمانی و محیطی	ژنتیک، خانواده، آموزش، تجربه‌ها، مکان جغرافیایی، مهارت و دانش، تجربه، شرایط اقتصادی، دسترسی به سرمایه‌های موجود، فرصت‌های دسترسی به مشاوره، دسترسی به خدمات حمایتی، مشتریان و افراد مورد نیاز
مایا، ۲۰۰۲ و مایک، ۲۰۰۱	کارآفرینی با نگرش عوامل محیطی و نهادی	زیرساخت‌ها، حمایت‌ها، سرمایه، خدمات حرفه‌ای، بازار نیروی کار، فرهنگ، آموزش، کیفیت زندگی، سیاست‌های کلان، امنیت، سیاست‌های تجاری
آن و همکاران، ۲۰۰۳	کارآفرینی با نگرش ساختارهای جامعه محلی و ملی	محیط اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، برنامه‌ها، سازمان‌های حمایت‌کننده، زیرساخت‌ها، صنعت و فناوری

## ادامه جدول ۱. نگرش به توسعه کارآفرینی و شاخص‌های سنجش آن

منبع	نگرش به توسعه کارآفرینی	شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی
سازمان بهره‌وری آسیا، ۲۰۰۷	توسعه کارآفرینی با نگرش آموزش‌های کارآفرینانه	آگاهی و آموزش
زالتان و سزرب، ۲۰۱۰	توسعه کارآفرینی با نگرش ترکیب متغیرهای نهادی و فردی	درک فرصت، کسب مهارت، نترسیدن از شکست، شبکه‌های ارتباطی، حمایت فرهنگی، فرصت‌یابی، زیرساخت‌های تکنولوژی، کیفیت منابع انسانی، رقابت‌پذیری، تولید جدید، رشد بالا، تیپولوژی فعالیت، سرمایه‌گذاری ریسکی
دابسون، ۲۰۰۹	توسعه کارآفرینی با نگرش حمایت بخش عمومی	آموزش، دسترسی به وام و سرمایه، تحقیق و توسعه، شبکه‌های کارآفرینی، محیط‌های حمایتی
ستونسون و لندسترم، ۲۰۰۵	توسعه کارآفرینی با نگرش فعالیت کارآفرینانه	سود، رشد، نارضایتی، رقابت‌پذیری، تجربه کاری، آموزش، مدل‌های نقش
ایزبرگ، ۲۰۱۱	توسعه کارآفرینی با نگرش فعالیتی اکوسیستمی	رهبری، مشتریان، دولت، سرمایه مالی، ویژگی‌های فردی، هنجارهای اجتماعی، شبکه‌ها، نیروی کار، نهادهای آموزشی، نهادهای غیر دولتی، زیرساخت‌ها، حمایت‌های حرفه‌ای
جیانزهونگ و اسمالبون، ۲۰۱۱	توسعه کارآفرینی با نگرش فعالیتی سیستمی	راهنمایی‌های بازار و فروش، حمایت تکنولوژیک و تحقیق، سیستم حمایت خدماتی، حمایت‌های مالی و اعتباری، حمایت‌های سازمانی، سرمایه‌گذاری
نادیما و اندرسون، ۲۰۰۸	توسعه کارآفرینی با نگرش سیاست‌گذاری کارآفرینانه	فرهنگ کارآفرینی، توانایی‌های کارآفرینانه، تکنولوژی، تحقیق و توسعه، شرایط بازار، سیاست‌گذاری و قانونگذاری
اگانسیجان، ۲۰۱۱	توسعه کارآفرینی با نگرش ساختاری - کارکردی	محیط، ویژگی‌های شخصیتی، امکانات، مهارت، الگوی رفتاری، آموزش

منبع: جمع‌بندی نگارنده از منابع در دسترس

با وجود مشترکات بسیار زیاد در شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی از دیدگاه محققان، نکته اساسی در نحوه ترکیب و جایگاه قرارگیری شاخص‌ها در فرآیند کارآفرینی است که توافقی بین محققان در این زمینه وجود ندارد و این مسئله در همه مدل‌های کارآفرینی اشاره شده، محسوس است. از سوی دیگر، در بیشتر مدل‌های توسعه کارآفرینی ارائه شده، تأکید اساسی بر رویکرد اقتصادی و رشدگرا بوده و توجه به محیط زیست و اجتماع محلی کمتر مشاهده می‌شود. بنابراین، مجموعه مباحث فوق در زمینه توسعه کارآفرینی و شاخص‌های مؤثر بر آن، نشان می‌دهد که این اصطلاح در حوزه‌های مطالعاتی مختلف مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است و طیفی از عوامل و عناصر بر آن تأثیر دارند؛ به همین دلیل در مطالعات انجام شده بر اساس سطح تحلیل (فردی، سازمانی، سطح جامعه) تعدادی از شاخص‌ها را انتخاب شده و مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. با وجود این باید اشاره کرد که شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی، تحت تأثیر عوامل مثبت و منفی موجود در محیط است که به نحوه پیوند این عوامل و روابط خنثی‌کنندگی و تقویت‌کنندگی عوامل و همچنین نوع کارآفرینی و مقیاس آن بستگی دارد (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۸۹: ۸۹). بر این اساس، توسعه کارآفرینی در حوزه اکوتوریسم به دلیل ارتباط عمیق با بحث‌های توسعه پایدار و محیط زیست، نوع ویژه‌ای از

کارآفرینی را شکل می‌دهد که تلفیقی از رویکرد رشدگرایی اقتصادی بر پایه حفظ محیط زیست است. به گفته‌ای مسئله توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، شکل‌دهنده مفهوم اقتصاد زیست‌محیطی در جوامع محلی است که تا حدودی با سایر اشکال کارآفرینی تفاوت دارد.

همچنین، واکاوی انتقادی ادبیات مرتبط با توسعه کارآفرینی مشخص می‌کند که کارآفرینی اکوتوریستی، همچون مفهومی فازی مورد توجه بوده و هنوز هم ادبیات مرتبط با این مفهوم در حال تکامل است. بنابراین مفهوم توسعه کارآفرینی اکوتوریستی به منزله مفهومی فازی و چندبعدی است که تا کنون در ادبیات نظری جهانی و داخلی کمتر به آن پرداخته شده است. همچنانکه پیش‌تر آمد، محققانی از حوزه‌های مختلف مطالعاتی در این زمینه به بحث پرداخته‌اند؛ بحث‌هایی که مستقیماً در رابطه با توسعه کارآفرینی اکوتوریستی هستند. در این زمینه می‌توان به مدل چرخه حیات گردشگری باتلر (ولا و بیچریل، ۱۳۸۴)، مدل تکامل فضایی بورتون (هال کالین و جنکینز، ۱۳۷۷)، مدل الماس (فادوا و هالم، ۲۰۰۱) و مدل آشوب (راسل و فالکنر، ۲۰۰۴) اشاره کرد که ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی اکوتوریسم را تبیین کرده‌اند، ولی همچنان چارچوبی مشخصی از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رهیافت پایداری به صورت مشخص ارائه نشده است.

همان‌گونه که پیش‌تر نیز بیان شد، توسعه کارآفرینی اکوتوریستی متأثر از عوامل گوناگونی بوده و در چارچوب‌های مختلف بررسی شده است. عده‌ای آن را فقط در قالب عوامل زمینه‌ای نگریسته‌اند؛ برخی آن را از دریچه قواعد، قوانین و ساختار دیده‌اند و گروهی نیز آن را در سطح مهارت‌های فردی و گروهی مورد تحلیل قرار داده‌اند. با این حال، بر اساس مجموعه مباحث پیشین در رابطه با مؤلفه‌ها و شاخص‌های توسعه کارآفرینی، در کل می‌توان آنها را به سه شاخه اساسی مؤلفه‌ها و شاخص‌های رفتاری، زمینه‌ای و ساختاری تقسیم‌بندی کرد (میرزایی اهرنجانی و امیری، ۱۳۸۱).

در بُعد رفتاری به ویژگی‌ها و شاخص‌های شخصیتی، روان‌شناختی و اجتماعی کارآفرینان پرداخته می‌شود که عمده آن ویژگی‌های فردی و گروهی کارآفرینان بوده و ماهیت غالب آنها ذاتی است و در برخی زمینه‌ها از طریق اکتساب موارد دیگری تقویت و پررنگ‌تر می‌شوند. برای مثال، ویژگی‌ها و شاخص‌هایی مانند توفیق‌طلبی، ریسک‌پذیری، گروه‌گرایی، هوشیاری و... از مواردی هستند که عمدتاً در ذات افراد کارآفرین وجود دارد و با شکل‌گیری برخی شرایط تقویت می‌شوند؛ اما این گفته به این معنا نیست که کارآفرینان ذاتاً کارآفرین به دنیا می‌آیند، بلکه گویای این است که این افراد در ذات خود شخصیت و روحیه مناسب کارآفرین شدن دارند و شاید در هیچ دوره از زندگانی به کارآفرینی نپردازند. در مقابل افرادی وجود دارند که از ویژگی و شخصیت ذاتی کارآفرینی پایینی برخوردارند، اما از طریق قرارگیری در محیط‌ها و شرایطی به کارآفرینی سوق پیدا می‌کنند، لذا ماهیت این بعد از ویژگی‌ها و شاخص‌های کارآفرینان ذاتی و اکتسابی است.

در بعد زمینه‌ای می‌توان به وجود شاخص‌های مرتبط با شرایط و بسترهایی مانند محیط طبیعی، زیرساخت‌های فیزیکی و منابع مالی اشاره کرد که در کلیه پیشرفت‌ها مورد توجه قرار گرفته و جزء ضروریاتی به‌شمار می‌رود که نبود یا کمبود آنها، مانع توسعه است و روند آن را آهسته می‌کند.

در بعد ساختاری ویژگی‌ها و شاخص‌هایی مورد توجه قرار می‌گیرد که دربرگیرنده پشتوانه‌های کلان حمایتی و

قانونی بوده و عمدتاً در چارچوب سیاست‌های دولتی، سازمان و جامعه، مورد بررسی قرار می‌گیرد. گفتنی است که بر اساس نگاه فرآیندی به کارآفرینی، در مرحله فرآیند و نتایج، کارآفرینی شکل گرفته ناشی از ترکیب این عوامل، دارای ویژگی‌هایی در زمینه خلاقیت و نوآوری است که خاص اکوتوریسم بوده و همچنین رشد و توسعه‌ای را شکل خواهد داد که در کنار کسب سود و درآمد برای کارآفرینان، اثرات مثبت اجتماعی را نیز در بر گرفته و سازگار با شرایط زیست‌محیطی و پتانسیل‌های اکوتوریستی خواهد بود.

مسئله مهم در رابطه با توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، شناسایی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی است که از طریق مطالعه توسعه کارآفرینی و اجزا و عناصر آن - که در چارچوب نظری اشاره شد - می‌توان الگوی مطلوب برای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی را بر اساس موارد ذکر شده در قالب شکل ۱ ارائه کرد.



شکل ۱. مدل مفهومی تجربی الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریستی

منبع: نگارندگان

بنابراین می‌توان در طراحی الگوی مفهومی مطلوب توسعه کارآفرینی اکوتوریستی، به دو گام اساسی اشاره کرد: گام اول ورودی‌ها، یعنی توجه به عوامل بسترساز و زمینه‌ساز است که نقش عناصر پایه در الگو را داشته و متشکل از سه بعد کلیدی شرایط محیطی (یا بعد زمینه‌ای)، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی (یا بعد ساختاری) و ویژگی‌های فردی و جمعی کارآفرینانه (یا بعد رفتاری کارآفرین) است. در این گام به آن دسته از سیاست‌ها و رویه‌هایی که تسهیل‌کننده و تشویق‌کننده کارآفرینی در مناطق با پتانسیل و ظرفیت اکوتوریستی هستند، توجه می‌شود و قوانین، سیاست‌ها و حمایت‌های دولتی را دربرمی‌گیرند. شرایط محیطی نیز به مواردی چون، وجود فرهنگ کارآفرینی، تشویق و ترغیب، شرایط بازار، وجود پتانسیل‌های اکوتوریستی و مشارکت افراد محلی تمرکز دارد. در ویژگی‌های کارآفرینانه نیز به علایق فردی و اجتماعی کارآفرین به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه اکوتوریسم، درک کارآفرینانه از اکوتوریسم و مواردی از این دست توجه می‌شود. بنابراین بر اساس مجموعه مباحث نظری، تحلیل‌های به عمل آمده از توسعه کارآفرینی، تعریف کارآفرینی اکوتوریستی و ابعاد سه‌گانه اشاره شده در فوق، مؤلفه‌ها و شاخص‌های نهایی مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی تدوین و ارائه شده است (جدول ۲).

جدول ۲. مؤلفه‌ها و شاخص‌های بسترها و زمینه‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی

متغیر اصلی	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
بسترها و شرایط محیطی کارآفرینی اکوتوریستی	زیرساخت‌ها و تکنولوژی سازگار با کارآفرینی اکوتوریسم	زیرساخت‌های فیزیکی سبز فناوری سبز
	ظرفیت‌های محیطی منطبق با کارآفرینی اکوتوریسم	تنوع زیستی تنوع جغرافیایی
	فرصت‌های ناشی از بازار کارآفرینی اکوتوریسم	حجم تقاضای اکوتوریسم رقابت‌پذیری در اکوتوریسم نزدیکی به بازار مصرف
	دسترسی به منابع مالی مرتبط با کارآفرینی اکوتوریسم	دسترسی به اعتبارات بانکی سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز
سیاست‌ها و رویه‌های قانونی	بستر اجتماعی تقویت کارآفرینی اکوتوریسم	فرهنگ کارآفرینی مشوق
	سیاست‌های حمایتی دولت از کارآفرینی اکوتوریسم	حمایت بیمه‌ای از کارآفرینی حمایت مشاوره‌ای از کارآفرینی اکوتوریسم
	ترتیبات قانونی مناسب کارآفرینی اکوتوریسم	بسترهای قانونی کارآفرینی اکوتوریسم خوانا بودن قوانین کارآفرینی اکوتوریسم
ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه	برخورداري از قابلیت کارآفرینانه در اکوتوریسم	برخورداري از دانش تخصصی کارآفرینی اکوتوریسم آموزش مهارت کارآفرینی اکوتوریسم برخورداري از تجربه
	درک کارآفرینانه از اکوتوریسم	قصد و انگیزه کارآفرینی اکوتوریستی درک امکان‌پذیری کارآفرینی اکوتوریسم
	ویژگی‌های رفتاری - اجتماعی کارآفرینان اکوتوریسم	توفیق طلبی هوشیاری و خلاقیت کارآفرینانه احساس تعلق ریسک‌پذیری همکاری و مشارکت تشخیص فرصت‌های اکوتوریستی

منبع: نگارندگان

گام دوم، برآیند فعالیت کارآفرینانه اکوتوریستی است و کسب و کارها و خدمات شکل‌گرفته ناشی از کارآفرینی را نشان می‌دهد. در این مرحله، نتیجه کارآفرینی اکوتوریستی در محصولات و خدمات نمود عینی می‌یابد و در سه شکل می‌توان نتایج، اثرات و پیامدهای آن را مورد توجه قرار داد:



الف) نوآوری‌ها و خلاقیت‌های شکل گرفته در زمینه اکوتوریسم (شومپتر، ۱۹۳۴)؛  
 ب) رشد و توسعه صورت گرفته از طریق اکوتوریسم در سطح محلی و منطقه‌ای که به تغییرات نسبت به گذشته اشاره دارد (ورهول، ونکرس، اودرتسچ و توریگ، ۲۰۰۱؛ احمدپور داریانی، ۱۳۸۰)؛  
 ج) سازگاری زیست‌محیطی کسب‌وکارهای شکل گرفته که از ویژگی‌های اساسی و متمایزکننده یک فعالیت کارآفرینی اکوتوریستی بر پایه 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 مورد ارزیابی قرار داد (کوستر، ۲۰۰۱؛ سکرکا، ۲۰۱۱؛ کروستون، ۲۰۰۸؛ کوه، ۱۹۹۵) (جدول ۳).

جدول ۳. مؤلفه‌ها و شاخص‌های کسب‌وکارهای ناشی از توسعه کارآفرینی اکوتوریستی

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

منبع: نگارندگان

البته باید توجه داشت، اغلب محققان در پیچیده‌بودن توسعه کارآفرینی توافق دارند که در رابطه با عوامل تأثیرگذار بر توسعه کارآفرینی و همچنین نحوه ترکیب و میزان به‌کارگیری هر یک از عوامل در فرآیند توسعه کارآفرینی متفاوت بوده و وابسته به چندین عامل اساسی، از جمله نوع کارآفرینی، مقیاس کارآفرینی، زمان کارآفرینی، مکان کارآفرینی است. از سوی دیگر، انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در محیط‌های اکوتوریستی و رعایت استانداردهای زیست‌محیطی، به نوعی شکل‌دهنده محدودیت‌هایی در کارآفرینی رشدگرا است؛ زیرا در این شکل از کارآفرینی توجه به ظرفیت‌های محیطی، چشم‌اندازها، سلامت و بهداشت محیط و حفظ تنوع زیستی، از جمله اصول اساسی است که بدون داشتن حس وابستگی به مکان اکوتوریستی امکان‌پذیر نخواهد بود.

## روش پژوهش

برای تبیین و توجیه دلایل چگونگی بودن و چرایی وضعیت مسئله و ابعاد آن، نیاز به تکیه‌گاه استدلالی محکمی بود. این تکیه‌گاه از طریق جست‌وجوی نقادانه در ادبیات و مباحث نظری پژوهش و تدوین گزاره‌ها و قضایای کلی موجود درباره کارآفرینی اکوتوریستی فراهم شده است. بنابراین روش به کار رفته در این پژوهش کاربردی، اکتشافی، توصیفی و تحلیلی است. این پژوهش از جنبه هدف کاربردی است؛ زیرا در پی توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در زمینه «توسعه گردشگری» انجام می‌گیرد که نتایج حاصل از آن می‌تواند برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان امر را در زمینه امور برنامه‌ریزی کارآفرینی و گردشگری روستایی رهنمون باشد. از جنبه جمع‌آوری اطلاعات به‌ویژه شناسایی جنبه‌های تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی روستاییان، از نوع اکتشافی است. به لحاظ توصیف ویژگی‌های جامعه مورد مطالعه و فرآیند توسعه کارآفرینی از نوع توصیفی است و به دلیل ارتباط بین متغیرهای توسعه کارآفرینی و اکوتوریسم، از نوع تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش، صاحبان کسب‌وکارهای مرتبط با اکوتوریسم در روددره‌های استان تهران هستند. در این مطالعه برای انتخاب روستاهای نمونه در منطقه، از روش تلفیقی تحلیل تصمیم‌گیری چند معیاری تاپسیس در محیط GIS استفاده شد که فعالیت‌های اکوتوریستی در یک طبقه‌بندی کلی به پهنه‌هایی با پتانسیل اکوتوریستی از بسیار ضعیف تا بسیار قوی تقسیم شدند. سپس با استفاده از تابع تعریف‌شده در رابطه با انتخاب روستاهای اکوتوریستی با پتانسیل روددره‌ای، در پنج مرحله اساسی در محیط GIS از طریق محاسبه و همپوشانی لایه‌های به‌دست آمده ناشی از اجرای الگوریتم مورد نظر، نتایج در هر مرحله استخراج شد که در نهایت هفده روستای نمونه اکوتوریستی در هفت مسیر اصلی روددره‌ای انتخاب شد (جدول ۴).

جدول ۴. پراکندگی روستاهای نمونه در مسیرهای هفت‌گانه اکوتوریسم روددره‌ای

نام روستا	نام مسیر	نام روستا	نام مسیر
گلینک، جویستان	شاهرود - طالقان	هرانده، جلیزچند، آهنز	فیروزکوه حبله‌رود
برغان، سیبان دره	برغان - کردان	مرای	دماوند
آهار، لالان	میگون - فشم	برگ جهان، کمرد، افجه	جاجرود و لوسانات
شهرستانک، آسارا، ولایترو، گچسر	رود کرج و چالوس		

از آنجا که داده‌های رسمی برای تعیین حجم نمونه موجود نبود، تلاش شد تا اطلاعات مورد نیاز از طریق داده‌های جمع‌آوری شده در رابطه با وضع موجود کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در منطقه که با رویکرد خبره‌محوری از بخشداری‌ها برای مسیرها و از طریق شوراها و دهیارها در سطح روستاهای نمونه به‌دست آمده بود، به تعیین حجم نمونه اقدام شود. با توجه به مجموع تعداد کسب‌وکارهای ذکر شده در سطح کارشناسی بخشداری روستاهای نمونه، تعداد کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در مسیرهای هفت‌گانه منطقه ۱۸۷۳ مورد و در سطح کل روستاهای نمونه با اتکا به نظرات خبرگان شوراها و دهیاران، مجموع کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در بین روستاهای هفده‌گانه ۷۳۰ مورد گزارش شد که مجموع این دو سطح برابر با ۲۶۰۳ به‌دست آمد. برای نمونه‌گیری از بین کسب‌وکارهای موجود در منطقه مورد مطالعه، از فرمول کوکران با احتمال ۹۵ درصد برای نمونه‌های معلوم استفاده شد و نتیجه محاسبات ۳۳۵ نمونه را

نشان داد. برای توزیع تعداد نمونه‌ها بین دو سطح مسیرهای هفت‌گانه و روستاهای نمونه، هم می‌توان با برقراری تناسب نمونه‌ها را توزیع کرد و هم می‌توان به صورت تصادفی عمل کرد که هر دو شیوه در ادامه اشاره شده است.

از آنجایی تناسب کسب‌وکارهای مناطق روستایی به نسبت کل مسیرها کم بود (۷۳۰ مورد در مقابل ۱۸۷۳ مورد) و تعداد نمونه‌های اختصاص یافته برای مجموع روستاهای مدنظر رقم پایینی به دست می‌آمد (۹۴ نمونه برای ۲۴۱ مسیر) و از سوی دیگر، توزیع ۹۴ پرسشنامه برای هفده روستا براساس تناسب کسب‌وکارهای موجود در آنها رقم کوچکی بود و قدرت و قابلیت تعمیم‌دهی را کاهش می‌داد، لذا برای تمرکز بیشتر و با توجه هدف مطالعه، از شیوه تناسب برای توزیع پرسشنامه استفاده نشد، بلکه عملکرد این‌گونه بود که برای هر روستا در زمینه کسب‌وکار، آستانه ۱۰ مدنظر قرار گرفت و در مواقعی که تعداد کسب‌وکارها مانند روستای جلیزجند بسیار بود، تعداد نمونه‌ها را افزایش داده و در مواردی که مانند سبباندرد اندک بود، تعداد نمونه‌ها کمتر از ۱۰ مورد در نظر گرفته شد تا تناسب نسبی میان آنها برقرار شود و تا حدودی امکان تعمیم‌دهی نتایج نیز وجود داشته باشد.

در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات، از روش‌های اسنادی و کتابخانه‌ای و روش‌های میدانی مشاهده و تکمیل پرسشنامه بر اساس شاخص‌های استخراج شده در چارچوب الگوی نظری، استفاده شد. نگارش ادبیات موضوع با بهره‌گیری از روش اسنادی و کتابخانه‌ای (مرور اینترنت، مقاله‌ها، مجله‌ها، کتاب‌ها، طرح‌ها و گزارش‌ها و...) انجام گرفت. اطلاعات و داده‌های فضایی و توصیفی روستاها نیز 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 محیط زیست و منابع طبیعی به دست آمد. سپس در گام دوم، از طریق تدوین پرسشنامه بر اساس شاخص‌های مطرح شده در فرضیه‌ها، مصاحبه و مطالعات میدانی، اطلاعات مربوط به متغیرهای پژوهش تکمیل شد. همچنین در هنگام کار از مدارک و آمارهای موجود، مشاهدات میدانی از روستاها، تکمیل پرسشنامه در سطح کارشناسی بخش‌داری‌ها، شوراها و دهیاران روستاهای نمونه نیز بهره‌جویی شده است. در انتها با توجه به متغیرهای پژوهش و روش‌های تجزیه و تحلیل، پرسشنامه مورد نیاز شامل سؤال‌های بسته و باز در قالب طیف لیکرت در مقیاس سنجش اسمی و رتبه‌ای و در برخی جنبه‌ها فاصله‌ای، تدوین شد و در اختیار نمونه‌ها قرار گرفت. برای آزمون الگوی نظری پیشنهاد شده، سه آزمون آماری همبستگی پیرسون و رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر به کار رفت که در ادامه نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل‌ها آمده است.

## بحث و یافته‌ها

یکی از مهم‌ترین مراحل ارائه الگو، شناسایی نحوه ارتباط عوامل و اجزای مختلف یک الگو با یکدیگر است. بر همین اساس مطالعه پیش رو به دنبال شناسایی رابطه بین عواملی مانند شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی مناسب و ویژگی‌های کارآفرینانه تأثیرگذار در تبیین توسعه کارآفرینی اکوتوریسم دره‌ای و میزان تبیین‌کنندگی هر یک از عوامل در الگو است. برای این کار به کمک آزمون همبستگی پیرسون، به بررسی رابطه بین عوامل سه‌گانه شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های فردی - اجتماعی کارآفرینی در سطح صاحبان کسب‌وکارها، به منزله افرادی

که مستقیماً درگیر فعالیت‌های اقتصادی و کسب‌وکار هستند، پرداخته شد. در ادامه با بهره‌گیری از آزمون رگرسیون چندمتغیره، میزان اثرگذاری تک‌تک عوامل نامبرده (متغیرهای مستقل) در الگو روی متغیر وابسته کارآفرینی اکوتوریستی، مشخص شد.

### تحلیل همبستگی بین متغیرها

با توجه به داده‌های به‌دست‌آمده از سطح مطالعاتی گروه صاحبان کسب‌وکارها، به انجام آزمون همبستگی پیرسن اقدام شد. نتایج به‌دست‌آمده از آزمون همبستگی پیرسن نشان می‌دهد که بین تمام عوامل سه‌گانه با یکدیگر رابطه معنادار و مثبت وجود دارد ولی مقایسات زوجی نشان داد که شدت و اثر آن با یکدیگر یکسان نیست. بین عامل شرایط محیطی با سیاست‌ها و رویه‌های قانونی در سطح آلفا ۰/۰۵ و با اطمینان ۹۵ درصد، رابطه معنادار و مثبت است. میزان همبستگی بین عامل شرایط محیطی با سیاست‌ها و رویه‌های قانونی بر اساس آزمون پیرسن ۰/۱۳۱ است که همبستگی (R) مثبت و ضعیف بین این دو عامل را نشان می‌دهد. همچنین بین عامل شرایط محیطی و ویژگی‌های کارآفرینانه نیز در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد، رابطه معناداری وجود دارد و نشان‌دهنده وجود همبستگی مثبت با شدت متوسط (۰/۳۸۹) است. بین عامل سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و عامل ویژگی‌های کارآفرینانه نیز با توجه به Sig به‌دست‌آمده در سطح اطمینان ۰/۹۵، رابطه معنادار و مثبت بوده و شدت همبستگی به‌دست‌آمده در حد ضعیف (۰/۱۱۴) محاسبه شده است. بنابراین از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها، بین عوامل سه‌گانه مطرح‌شده، رابطه معنادار و مثبتی در جهت توسعه کارآفرینی اکوتوریستی برقرار است. علاوه بر این، از دید صاحبان کسب‌وکارها، رابطه همبستگی بین عوامل سه‌گانه (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های کارآفرینی) با کارآفرینی اکوتوریستی معنادار بوده و همه مثبت هستند (جدول ۵).

جدول ۵. همبستگی بین عوامل سه‌گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها

کارآفرینی اکوتوریستی	ویژگی‌های کارآفرینانه	سیاست‌ها و رویه‌های قانونی	شرایط محیطی		
۰/۴۰۸ **	۰/۳۸۹ **	۰/۱۳۱ *	۱	Pearson Correlation	شرایط محیطی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۱۷		Sig. (2-tailed)	
۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	تعداد	
۰/۱۷۲ **	۰/۱۱۴ *	۱	۰/۱۳۱ *	Pearson Correlation	سیاست‌ها و رویه‌های قانونی
۰/۰۰۲	۰/۰۳۶		۰/۰۱۷	Sig. (2-tailed)	
۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	تعداد	
۰/۵۵۴ **	۱	۰/۱۱۴ *	۰/۳۸۹ **	Pearson Correlation	ویژگی‌های کارآفرینانه
۰/۰۰۰		۰/۰۳۶	۰/۰۰۰	Sig. (2-tailed)	
۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	تعداد	
۱	۰/۵۵۴ **	۰/۱۷۲ **	۰/۴۰۸ **	Pearson Correlation	کارآفرینی اکوتوریستی
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	Sig. (2-tailed)	
۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	۳۳۵	تعداد	

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

با توجه به نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسن در نمونه‌های مطالعه شده، بین عوامل سه‌گانه تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی (شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های کارآفرینی) رابطه معنادار برقرار بوده و بر این اساس فرضیه پژوهش، مبنی بر وجود رابطه معنادار بین عوامل شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی مناسب و ویژگی‌های کارآفرینانه تأثیرگذار در تبیین توسعه کارآفرینی اکوتوریسم دره‌ای، پذیرفته می‌شود. علاوه بر این، برای برقراری رابطه رگرسیونی بین متغیرهای مستقل و وابسته، همبستگی عوامل متغیرهای مستقل با متغیر وابسته از نظر صاحبان کسب‌وکارها برقرار شد و در کلیه موارد رابطه معنادار بود.

### تحلیل رگرسیون چندمتغیره و تحلیل مسیر بین متغیرهای مستقل و وابسته

پس از مشخص شدن وجود رابطه معنادار بین مؤلفه‌های سه‌گانه (متغیر مستقل) با کارآفرینی اکوتوریستی (متغیر وابسته)، به تحلیل رگرسیون و تحلیل مسیر رابطه متغیرهای مستقل با کارآفرینی اکوتوریستی پرداخته می‌شود. در مرحله اول نتایج به دست آمده از نظر صاحبان کسب‌وکارها، نشان می‌دهد که میان کارآفرینی اکوتوریستی با عوامل سه‌گانه به میزان ۰/۵۹۹ همبستگی وجود دارد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که ۳۵/۲ درصد تغییرات میزان کارآفرینی اکوتوریستی از طریق ترکیب خطی متغیرهای سه‌گانه تبیین شده است. به گفته دیگر، از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها متغیرهای سه‌گانه توانسته‌اند ۳۵/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته (کارآفرینی اکوتوریستی) را تبیین کنند (جدول ۶). همچنین بر اساس مقدار محاسبه شده برای F، در سطح اطمینان ۹۹ درصد، می‌توان گفت که از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها، ترکیب خطی متغیرهای مستقل به‌طور معناداری قادر به تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته کارآفرینی اکوتوریستی است (جدول ۷).

جدول ۶. نتایج رگرسیون متغیرهای اصلی سه‌گانه در ارتباط با متغیر برآیند توسعه کارآفرینی از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها

مدل	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین R	ضریب تعیین تعدیل شده R	اشتباه معیار
۱	۰/۵۹۹ (a)	۰/۳۵۸	۰/۳۵۲	۰/۱۵۶۵۷

a Predictors: شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های کارآفرینی

جدول ۷. معناداری رگرسیون متغیرهای اصلی سه‌گانه بر متغیر برآیند توسعه کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها

#### ANOVA(b)

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی df	میانگین مربعات	F	سطح معناداری Sig.
۱	۴/۵۳۰	۳	۱/۵۱۰	۶۱/۵۹۳	۰/۰۰۰ (a)
	۸/۱۱۴	۳۳۱	۰/۰۲۵		
	۱۲/۶۴۴	۳۳۴			

a Predictors: شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های کارآفرینی

b Dependent Variable: کارآفرینی اکوتوریستی

در نهایت، بر اساس ضریب استاندارد شده تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، نتایج در گروه صاحبان کسب و کارها نشان می‌دهد که تأثیر آماری معناداری بر میزان کارآفرینی اکوتوریستی دارند. همچنین از نظر ضریب تأثیر متغیرها بر میزان کارآفرینی اکوتوریستی، متغیر ویژگی‌های کارآفرینانه در شرایط موجود با ضریب تأثیر ۰/۴۵۹، بیشترین میزان اثر را بر کارآفرینی اکوتوریستی دارد و پس از آن، به ترتیب متغیرهای شرایط محیطی با ضریب تأثیر ۰/۲۱۷ و سیاست‌ها و رویه‌های قانونی با مقدار ۰/۰۹۱ در میزان کارآفرینی اکوتوریستی اثرگذارند (جدول ۸).

جدول ۸. ضرایب میزان شدت اثرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از دیدگاه کاسبان (a) Coefficients

مدل	ضریب غیراستاندارد		ضریب استاندارد		سطح معناداری Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
۱	۰/۴۵۸	۰/۲۲۱		۲/۰۷۴	۰/۰۳۹
	۰/۳۳۷	۰/۰۷۵	۰/۲۱۷	۴/۵۱۹	۰/۰۰۰
	۰/۰۹۳	۰/۰۴۵	۰/۰۹۱	۲/۰۴۳	۰/۰۴۲
	۰/۴۸۷	۰/۰۵۱	۰/۴۵۹	۹/۵۷۶	۰/۰۰۰

a Dependent Variable: کارآفرینی اکوتوریستی

بنابراین بر اساس نظر صاحبان کسب و کارها، در وضع موجود تمام عوامل سه‌گانه اثرات مثبتی بر شکل‌گیری کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی داشته و مشوق شکل‌گیری کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی هستند. در ادامه برای دستیابی به مدل نهایی، ضرایب تأثیر متغیرهای مستقل بر یکدیگر، ضرایب تأثیر غیر مستقیم متغیرهای مستقل و ضرایب تأثیر کل متغیرها از طریق محاسبه به دست آمد و دیاگرام مسیر بر پایه اولین خروجی تحلیل رگرسیونی ترسیم شد که نتایج آن ارائه شده است. بنابراین در این مرحله متغیر ویژگی‌های کارآفرینانه که بیشترین ضریب تأثیر خروجی تحلیل رگرسیونی را داشت، به منزله متغیر وابسته وارد مدل شد. ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که ۱۵/۶ درصد تغییرات متغیر ویژگی‌های کارآفرینانه از طریق ترکیب خطی متغیرهای شرایط محیطی و سیاست‌ها و رویه‌های قانونی تبیین شده است (جدول ۹). همچنین بر اساس مقدار محاسبه شده برای F، می‌توان گفت که ترکیب خطی متغیرهای مستقل به طور معناداری قادر به تبیین و پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته هستند (جدول ۱۰).

جدول ۹. خلاصه رگرسیون مرحله دوم از دیدگاه صاحبان کسب و کارها

مدل	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین R	ضریب تعیین تعدیل شده R	اشتباه معیار
۱	۰/۳۹۵ (a)	۰/۱۵۶	۰/۱۵۱	۰/۱۶۸۸۶

a Predictors: شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی

جدول ۱۰. معناداری رگرسیون متغیرهای مستقل سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و شرایط محیطی بر متغیر وابسته ویژگی‌های کارآفرینانه از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها (ANOVA(b)

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی df	میانگین مربعات	F	سطح معناداری Sig.
۱	۱/۷۴۷	۲	۰/۸۷۴	۳۰/۶۳۷	۰/۰۰۰(a)
	۹/۴۶۴	۳۳۲	۰/۰۲۹		
	۱۱/۲۱۴	۳۳۴			

a Predictors: شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی

b Dependent Variable: ویژگی‌های کارآفرینانه

با وارد کردن مؤلفه ویژگی‌های کارآفرینانه به‌منزله متغیر وابسته، مشخص شد که متغیر شرایط محیطی با ضریب تأثیر ۰/۳۸۱، بیشترین میزان اثر را بر ویژگی‌های کارآفرینانه دارد و پس از آن، متغیر سیاست‌ها و رویه‌های قانونی با ضرایب تأثیر ۰/۰۶۵ در ویژگی‌های کارآفرینانه اثرگذار بوده‌اند (جدول ۱۱).

جدول ۱۱. ضرایب شدت اثرگذاری متغیرهای مستقل سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و شرایط محیطی بر متغیر وابسته ویژگی‌های کارآفرینانه از دیدگاه کاسبان (Coefficients(a)

مدل	ضریب غیراستاندارد B	Std. Error	ضریب استاندارد Beta	T	سطح معناداری Sig.
	۰/۵۵۸	۰/۰۷۴	۰/۳۸۱	۷/۴۹۲	۰/۰۰۰
	۰/۰۶۲	۰/۰۴۹	۰/۰۶۵	۱/۲۷۱	۰/۲۰۵

a Dependent Variable: ویژگی‌های کارآفرینانه

در ادامه، مؤلفه شرایط محیطی که بیشترین ضریب تأثیر را در مرحله قبل به‌دست آورد، به‌منزله متغیر وابسته وارد مدل شد. ضریب تعیین تعدیل‌شده نشان می‌دهد که ۱/۴ درصد تغییرات متغیر شرایط محیطی از طریق ترکیب خطی متغیر سیاست‌ها و رویه‌های قانونی تبیین شده است (جدول ۱۲). همچنین بر اساس مقدار محاسبه‌شده برای F، می‌توان گفت که ترکیب خطی متغیرهای مستقل می‌تواند به‌طور معناداری تغییرات متغیر وابسته را تبیین و پیش‌بینی کند (جدول ۱۵).

جدول ۱۲. خلاصه رگرسیون مرحله سوم از دیدگاه صاحبان کسب‌وکارها

مدل	ضریب همبستگی چندگانه R	ضریب تعیین R	ضریب تعیین تعدیل‌شده R	اِستِباهِ معیار
۱	۰/۱۳۱(a)	۰/۰۱۷	۰/۰۱۴	۰/۱۸۹۳۹

a Predictors: سیاست‌ها و رویه‌های قانونی

جدول ۱۳. معناداری رگرسیون متغیرهای مستقل سیاست‌ها و رویه‌های قانونی بر متغیر وابسته شرایط محیطی از دیدگاه صاحبان کسب و کارها ANOVA(b)

مدل	مجموع مربعات	درجه آزادی df	میانگین مربعات	F	سطح معناداری Sig.
۱	۰/۰۸۹	۱	۰/۰۸۹	۵/۷۷۷	۰/۰۱۷ (a)
	۵/۱۴۳	۳۳۳	۰/۰۱۵		
	۵/۲۳۳	۳۳۴			

b Dependent Variable: شرایط محیطی

a Predictors: سیاست‌ها و رویه‌های قانونی

همچنین با وارد کردن مؤلفه شرایط محیطی به‌منزله متغیر وابسته، مشخص شد که متغیر سیاست‌ها و رویه‌های قانونی با ضریب تأثیر ۰/۱۳۱ بر متغیر شرایط محیطی تأثیرگذار بوده است (جدول ۱۴).

جدول ۱۴. ضرایب میزان شدت اثرگذاری متغیرهای مستقل سیاست‌ها و رویه‌های قانونی بر متغیر وابسته شرایط محیطی از دیدگاه کاسبان Coefficients(a)

مدل	ضریب غیراستاندارد B	Std. Error	ضریب استاندارد		سطح معناداری Sig.
			Beta	T	
۱	۲/۷۸۷	۰/۰۵۱		۵۴/۶۷۳	۰/۰۰۰
	۰/۰۸۶	۰/۰۳۶	۰/۱۳۱	۲/۴۰۳	۰/۰۱۷

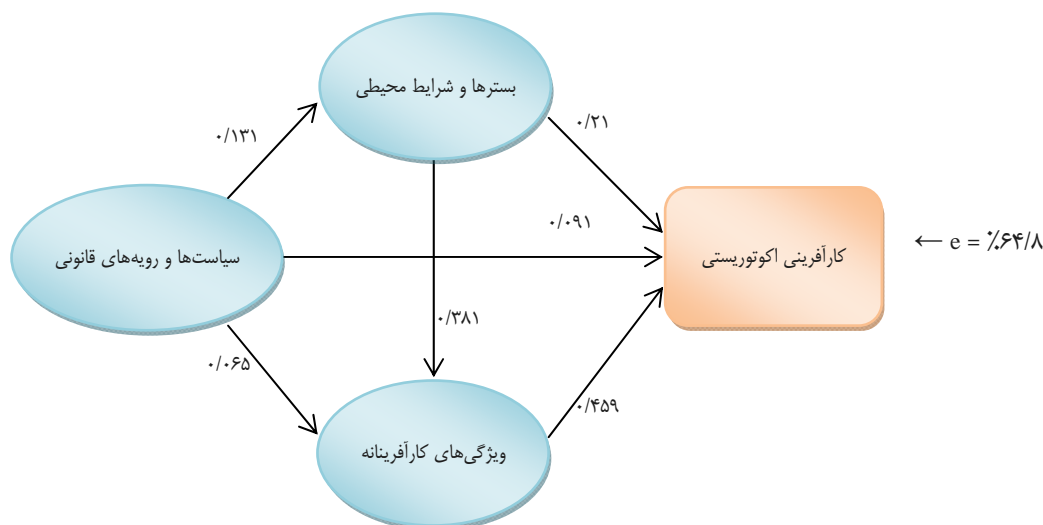
a Dependent Variable: شرایط محیطی

نتایج مدل رگرسیون در هر رابطه بین سه متغیر مستقل و متغیر وابسته کارآفرینی اکوتوریستی معنادار بوده و از نظر صاحبان کسب و کارها، متغیرهای مستقل شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های کارآفرینی بر متغیر وابسته کارآفرینی اکوتوریستی تأثیرگذارند.

## نتیجه‌گیری

همچنانکه اشاره شد، الگوی نظری تدوین شده، در واقع هم به رابطه بین عوامل سه‌گانه شرایط محیطی، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و ویژگی‌های کارآفرینانه اشاره دارد و هم الگویی پیشنهادی برای توسعه کارآفرینی اکوتوریستی است. الگوی نظری پیشنهادی، بر پایه بحث‌های نظری گسترده‌ای استوار شده که به‌طور عمده شکل‌دهنده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی هستند. همچنین با بررسی مدل‌ها و الگوهای موجود در زمینه کارآفرینی و کارآفرینی گردشگری عوامل و شاخص‌های تأثیرگذار در شکل‌گیری چنین الگویی مورد توجه قرار گرفت. پس از سه مرحله تحلیل رگرسیونی و مشخص شدن ضرایب کلیه مسیرهای تفکیکی، نمودارهای به‌دست آمده در مراحل قبلی با هم ترکیب شدند (شکل ۲).





شکل ۲. نمودار نهایی تحلیل مسیر همراه با ضرایب شدت اثر

در ادامه به محاسبه ضرایب غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته اصلی در مراحل سه گانه تحلیل مسیر پرداخته شده است که در آن شرایط محیطی با یک مسیر و سیاست‌ها رویه‌های قانونی با سه مسیر غیر مستقیم بر متغیر وابسته اصلی، یعنی کارآفرینی اکوتوریستی تأثیر می‌گذارد. پس از مشخص شدن میزان اثرات غیر مستقیم متغیرها، به محاسبه کل اثرات مستقیم و غیر مستقیم پرداخته شد که در نتیجه آن، ویژگی‌های کارآفرینانه با ضریب ۰/۴۵۹ بیشترین تأثیر را به دست آورد، سپس سیاست‌ها و رویه‌های قانونی با ضریب تأثیر ۰/۴۵۸ و ائتلاف بسیار کم در رتبه دوم قرار گرفت و رتبه سوم نیز به متغیر شرایط محیطی با ضریب تأثیر گذاری ۰/۳۸۵ اختصاص یافت (جدول ۱۵).

جدول ۱۵. اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای سه گانه بر کارآفرینی اکوتوریستی

متغیرهای مستقل	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	کل
شرایط محیطی	۰/۲۱	۰/۱۷۵	۰/۳۸۵
سیاست‌ها و رویه‌های قانونی	۰/۰۹۱	۰/۳۶۷	۰/۴۵۸
ویژگی‌های کارآفرینانه	۰/۴۵۹	-	۰/۴۵۹

بر اساس نتایج به دست آمده از تحلیل مسیر، ویژگی‌های کارآفرینانه در مجموع بیشترین اثر را بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی داشته و در واقع مهم‌ترین عامل در کارآفرینی اکوتوریستی معرفی می‌شود. البته گفتنی است که سیاست‌ها و رویه‌های قانونی نیز با اختلاف ۰/۰۰۱ اثر چشمگیری بر توسعه کارآفرینی دارد، در مجموع نتایج تحلیل مسیر برای اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها ۰/۴۵۸ به دست آمده است. نتیجه حاصل را می‌توان با این استدلال بیان کرد که قبل از هر چیز در توسعه کارآفرینی اکوتوریستی باید، جامعه روستایی از ویژگی کارآفرینانه برخوردار باشند، به گفته دیگر روحیه، اندیشه و منش کارآفرینانه از پایه‌های اساسی شکل‌گیری کارآفرینانه بوده و به دنبال آن فراهم‌بودن سیاست‌ها و رویه‌های قانونی نیز می‌تواند تقویت‌کننده این امر باشد تا روستاییان علاقه‌مند و دارای روحیه کارآفرینی بتوانند ایفای نقش کرده و

ظرفیت‌های خود را در راستای کارآفرینی اکوتوریستی به کار گیرند. بنابراین در این مطالعه از نظر صاحبان کسب‌وکارها بیش از یک‌سوم (۳۵ درصد) عوامل تأثیرگذار در الگوی توسعه کارآفرینی شناسایی شده است که به دلیل جدید بودن موضوع، نبود کارآفرینانی به مفهوم واقعی اکوتوریستی و کاهش سطح مطالعه از کارآفرینان به صاحبان کسب‌وکارها است؛ این مسئله در چرخه حیات کارآفرینی اکوتوریستی پیش‌تر تبیین شد که سطح کارآفرینی عمدتاً در مرحله نوزایی قرار دارد.

### منابع

1. Acs, Z. J. And Szerb, L., 2010, **The Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)**, Paper to be presented at the Summer Conference, on "Opening up Innovation: Strategy, Organization and Technology" at Imperial College London Business School, June 16 - 18.
2. Alison, M., 1990, **Entrepreneurship: an International Perspective**, Oxford, Jordan Hail, Linacre House.
3. Allen, J. C., Korsching, P.F., Vogt, R. 2003, **Examination of Community Action Field Theory Model for Locality Based Entrepreneurship**, Presented at the Annual Rural Sociological Society Meeting, Montreal, Canada.
4. Asian Productivity Organization, 2007, **Entrepreneurship Development for Competitive Small and Medium Enterprises**, Published by the Asian Productivity Organization, Hirakawacho, Chiyoda-ku, Tokyo, Japan.
5. Busenitz, L. W., West, G. P., Shepherd, D., Nelson, T. & Zacharakis, E., 2003, **Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions**, Journal of Management, Vol. 29, No. 3, PP. 285-308.
6. Croston, G., 2008, **75 Green Businesses You Can Start to Make Money and Make a Difference**, CA: Entrepreneur Press, Irvine.
7. Dabson, B., 2009, **Entrepreneurship as an Economic Development Strategy**, Governor's Conference on Economic and Community Development September 14, Nashville, Tennessee.
8. Fadeeva, Z., Halme, M., 2001, **EMPOST-NET: the Emerging Paradigm of Sustainable Tourism: a Network Perspective**, International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University, Sweden.
9. Hal Kalin, M. and Jenkinz, J. M., 1997, **Introduction to Tourism Industrial**, Translators: Abbas Ardakanian and Mohammadreza Habibi, Armagan Publisher, Tehran. (*in Persian*)
10. Isenberg, D., 2011, **The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship**, The Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, Based on an Invited Presentation at the Institute of International and European Affairs, May 12, 2011, Dublin Ireland.
11. Jianzhong, X. and Smallbone, D., 2011, **Regional Variations in the Environment for Entrepreneurship Development: a Tale of Three Cities in China**, International Council for Small Business (ICSB); 56th World Conference, June 2011.

12. Koester, E., 2001, **Green Entrepreneur Handbook: The Guide to Building and Growing a Green and Clean Business**, CRC Press is an Imprint of Taylor & Francis Group, Printed in the United States of America.
13. Koh, K.Y., 1995, **A Community Tourism Entrepreneurship Development Model**, Doctoral Dissertation, Texas & M University.
14. Koppl, R., 2007, **Entrepreneurial Behavior as a Human Universal**, In M. Manniti (Ed.), *Entrepreneurship: The Engine of Growth* (PP. 5–6). Westport, CT: Praeger Publishers.
15. Li, L., 2008, **A Review of Entrepreneurship Research Published in the Hospitality and Tourism Management Journals**, *Tourism Management*, Vol. 29, No. 5, PP. 1013–1022.
16. Low, M.B. & MacMillan, I. C., 1988, **Entrepreneurship: Past Research and Future Challenges**, *Journal of Management*, No. 35, 139–161.
17. Macke, D., 2001, **Situation Analysis Entrepreneurship & Rural Texas, Draft Report Rural Entrepreneurship Initiative**, Lincoln, Nebr, Center for Rural Entrepreneurship.
18. Maia, L., 2002, **Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development: the Case of Söderslätt Region Sweden**, The International Institute for Industrial Environmental Economics (IIIEE), International miljö Institute.
19. Mirzaei Ahranjani, H. and Amiri, M., 2001, **Presenting Triangle Model for Analysis Foundation of Philosophy and Basic Infrastructures of Management Theories**, *Journal of Management Knowledge in Tehran University*, Vol. 56, No. 1, PP. 3-22. (*in Persian*)
20. Nadim, A. and Hoffmann, A.N., 2008, **A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship**, Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD Statistics Working Paper.
21. Oganisjana, K., 2011, **Entrepreneurship as a Dynamic System and the Holistic Approach to Its Development**, University of Latvia, Faculty of Education, Psychology and Art, 21 October.
22. Roknadin Eftekhari, A. and Sojasi Qeidari, H., 2010, **Rural Development whit Emphasis on Entrepreneurship (Divination's, Attitude and Experiment)**, SAMT Publisher, Tehran. (*in Persian*)
23. Russell, R. & Faulkner, B., 2004, **Entrepreneurship, Chaos and the Tourism Area Life Cycle**, *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 3, PP. 556-579.
24. Schumpeter, J. A., 1934, **The Theory of Economic Development: An Inquiry in to Profits, Capital Credit, Interest and the Business Cycle**, Harvard Business Press, Cambridge.
25. Sekerka, L.E., Stimel, D., 2011, **How Durable is Sustainable Enterprise? Ecological Sustainability Meets the Reality of Tough Economic Times**, *Business Horizons*, Vol. 54, No. 2, PP. 115-124.
26. Shahabian, P., 2003, **Rural Tourism and Necessity Attend**, *Journal of Technical and Engineering City Building* No. 1, PP. 26-34. (*in Persian*)
27. Stevenson, L. and Lundström, A., 2005, **Entrepreneurship Policy, Theory and Practice**, International Studies in Entrepreneurship Series, Vol. 9, Springer, New York.
28. Vala, F. and Bicheril, U., 2004, **International Tourism**, Translaters: Goharian, M.E. and Ketabchi, M., Tehran University Publication, Tehran. (*in Persian*)

29. Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., and Thurik, R., 2001, **An Eclectic Theory of Entrepreneurship**, Tinbergen Institute Discussion Paper for Development Strategies, Max Planck Institute of Economics, Indiana University.
30. Wheelen, T. L. & Hunger, J. D., 2000, **Strategic Management and Business Policy: Entering 21st Century Global Society**, 7th ed., Prentice Hall, Upper Saddle River New Jersey.
31. Young, E., 1988, **Aboriginal Economic Enterprises: Problems and Prospects**, In D. Wade-Marshall, and P. Loveday (Eds.), Contemporary Issues in Development: North Australia: Progress and Prospects, Vol. 1, PP. 182–200, NARU Darwin.

