



Lorestan University

Online ISSN: 2717-2325

Journal of Geographical Studies of Mountainous AreasJournal homepage: <http://www.gsma.lu.ac.ir>**Research Paper**

The development of small tourism businesses as an economic opportunity for rural areas (Case of study: Northern Sarroud rural district, Boyer Ahmad County)

Arsalan Biniiaz^a, Mahmoud Mohammadi^{b,*}

^a Department of Agriculture Economic, Payame Noor University, Tehran, Iran.

^b Department of Economic Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran.

ARTICLE INFO**Article history:**

Received: 21 July 2023;

Accepted: 1 December 2023

Available online: 18 August 2024

Keywords:

Small tourism businesses,
Economic opportunity,
Rural areas, North
Sarroud village, Boyer
Ahmad County.

ABSTRACT

Small businesses in the field of tourism are considered as an important factor for innovation, which helps by combining existing resources in new ways for the development and economy of rural areas. Therefore, the present research was conducted with the aim of the development of small tourism businesses as an economic opportunity for rural areas of North Sarroud rural district, Boyar Ahmad County. The research method is applied and qualitative-quantitative. In order to analyze the data, grounded theory and software (SPSS) was used. The statistical population in the current research consists of two parts: the first part: experts and elites in the field of tourism and rural planning, therefore, based on targeted sampling, 30 people were selected as the sample population. The second part includes managers and village experts (members of the council and Village manager) who were determined based on the available sampling of 57 people. From the results of the interviews, from the grounded theory method, categories (bank credits and financial support, informing and training entrepreneurs in the field of business, political and legal, marketing, paying attention to the sustainability approach in creating tourism businesses and interaction between organizations and tourism entrepreneurs as effective factors in the prosperity of small tourism businesses in villages) were extracted. Then, based on the Pearson correlation test, there is a significant and positive relationship between two variables (small business boom) and economic opportunity in rural areas at a significance level of 0.001. Also, according to the results of path analysis, it showed that (sustainability approach in creating tourism businesses with the highest value of 0.178 and political, legal and marketing factors with the lowest value of 0.151) included the overall effect.

1. Introduction

Tourism is one of the most important and effective economic issues and one of the prominent communication, social and cultural factors in the world, and it is an activity that has many capabilities to create new businesses and can help in the development of employment and entrepreneurship. In the meantime, the importance of entrepreneurship and the creation of small tourism businesses and its effects on the economic

growth and development of rural areas, human resource empowerment, job creation, the establishment and development of social justice, a wide and active presence in global markets, Poverty alleviation and increase in life expectancy is undeniable.

northern Sarroud rural district, Boyer Ahmad County are among the areas that have the potential and diverse weather conditions to attract domestic and foreign tourists, And many businesses have

*Corresponding Author.

Email Adresses: abiniiaz@pnu.ac.ir (A. Biniiaz), mohamadi@pnu.ac.ir (M. Mohammadi)

To cite this article:

Biniiaz, A., Mohammadi, M. (2024). The development of small tourism businesses as an economic opportunity for rural areas (Case of study: Northern Sarroud rural district, Boyer Ahmad County). *Journal of Geographical Studies of Mountainous Areas*, 5 (18), 93-108.



Doi: 10.22034/gsma.2024.715555

been created in line with it by the host community, but it still has not been able to lead to the growth and economy of rural areas and become based on income generation. The existence of tourist attractions in the historical, cultural and natural fields of the villages of this village and the prosperity of the established businesses can be the areas of economic growth and development of various economic sectors, provide environmental, social, etc. in the villages of this city and become an important tourism hub in Kohgiluyeh and Boyer-Ahmad Province and at the macro and national level.

At the same time, the available statistics fully reveal the weakness of the economic foundation of rural communities. Therefore, in the current research, an attempt has been made to identify the key factors and main drivers involved in the prosperity of tourism micro-businesses, and investigate the direct and indirect effects of each of the factors in the rural economy of the northern Sarroud rural district, Boyer Ahmad County.

Therefore, the present research was conducted with the aim of the development of small tourism businesses as an economic opportunity for rural areas of North Sarroud rural district, Boyer Ahmad County.

2. Methodology

The research method is applied and qualitative-quantitative. In order to analyze the data, grounded theory and software (SPSS) was used. The statistical population in the current research consists of two parts: the first part: experts and elites in the field of tourism and rural planning, therefore, based on targeted sampling, 30 people were selected as the sample population. The second part includes managers and village experts (members of the council and Village manager) who were determined based on the available sampling of 57 people.

3. Results

From the results of the interviews, from the grounded theory method, categories (bank credits and financial support, informing and training entrepreneurs in the field of business, political and legal, marketing, paying attention to the sustainability approach in creating tourism businesses and interaction between organizations and tourism entrepreneurs as effective factors in the prosperity of small tourism businesses in villages) were extracted. Then, based on the Pearson correlation test, there is a significant and positive relationship between two variables (small

business boom) and economic opportunity in rural areas at a significance level of 0.001. Also, according to the results of path analysis, it showed that (sustainability approach in creating tourism businesses with the highest value of 0.178 and political, legal and marketing factors with the lowest value of 0.151) included the overall effect.⁴

4. Discussion

Despite the development of the tourism industry in the country's villages, and as a result, the creation of small businesses in the villages of Sarroud has not prospered as much as it should. A major part of the underdevelopment of businesses is caused by the centralized structure of the government in tourism plans and its businesses. Therefore, many businesses depend on the authority of the decision-making power in the center and the political authority governs it, and they are ignored or shut down against any changes in the managers and the new government. On the other hand, the existence of cumbersome laws is always a very big problem on the way to the prosperity of small businesses, according to the opinion of many interviewees; Every once in a while, tourism entrepreneurs face a new law, laws that do not support this type of business and are like a big stone in front of entrepreneurs. The multitude of laws along with bureaucracy and administrative formalities still take time for entrepreneurs and they worry about these things instead of developing their businesses. On the other hand, strengthening the banking system and government financial and monetary institutions by providing banking facilities with special conditions, reducing bank fees and interest on a temporary and short-term basis can be a strong point for entrepreneurs in the field of tourism. In this regard, it is necessary to adopt cooperation between the tourism heritage organization and operating banks for credits related to tourism businesses, and the appropriateness of the amount of credit loan with the business should also be taken into account.

5. Conclusion

In a final summary, it can be concluded that the mentioned factors can create new jobs in the rural society and reduce the ominous phenomenon of unemployment and cause prosperity and economic prosperity.

Acknowledgments

The author(s) declared no potential conflicts of Interest with respect to the research, authorship, And/or publication of this article



دانشگاه گلستان

شاپای الکترونیکی: ۲۷۱۷-۲۳۲۵

فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی

<http://www.gsma.lu.ac.ir>



مقاله پژوهشی

رونق کسب و کارهای خرد گردشگری به عنوان یک فرصت اقتصادی برای مناطق روستایی (مورد مطالعه: دهستان سررود شمالی شهرستان بویراحمد)

ارسلان بی‌نیاز^۱؛ محمود محمدی^{۲*}

^۱ گروه اقتصاد کشاورزی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

^{۲*} گروه علوم اقتصادی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله

دریافت مقاله:

۱۴۰۲/۰۴/۳۰

پذیرش نهایی:

۱۴۰۲/۰۹/۱۰

تاریخ انتشار:

۱۴۰۳/۰۵/۲۸

واژگان کلیدی:

کسب و کارهای خرد

گردشگری، فرصت

اقتصادی، مناطق روستایی،

دهستان سررود شمالی،

شهرستان بویراحمد.

چکیده

کسب و کارهای خرد در حوزه گردشگری به عنوان یک عامل مهم برای نوآوری در نظر گرفته می‌شود که با ترکیب منابع موجود به روش‌های جدید برای توسعه و اقتصاد مناطق روستایی کمک می‌کند. از این رو، پژوهش حاضر با هدف رونق کسب و کارهای خرد گردشگری به عنوان یک فرصت اقتصادی برای مناطق روستایی دهستان سررود شمالی شهرستان بویراحمد انجام شده است. روش تحقیق از نوع کاربردی و کیفی-کمی است. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش گراندد تئوری و نرم‌افزار (SPSS)، استفاده شده است. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل دو بخش است: بخش اول: متخصصان و نخبگان در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی روستایی هستند، از این رو، براساس نمونه‌گیری هدفمند، تعداد (۳۰) نفر به عنوان جامعه نمونه انتخاب شد. بخش دوم نیز، شامل مدیران و خبرنگاران روستایی (اعضای شورا و دهیاران روستا) هستند که براساس نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۵۷ نفر تعیین شدند. از نتایج مصاحبه‌ها از روش گراندد تئوری، مقولات (اعتبارات بانکی و پشتوانه مالی، اطلاع‌رسانی و آموزش به کارآفرینان در زمینه کسب و کارها، سیاسی و قانونی، بازاریابی، توجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری و تعامل بین سازمان‌ها و کارآفرینان گردشگری به عنوان عوامل موثر در رونق کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاها) استخراج شد. سپس براساس آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر (رونق کسب و کارهای خرد) و فرصت اقتصادی در مناطق روستایی در سطح معناداری ۰/۰۰۱، ارتباط معنادار و مثبتی وجود دارد. همچنین مطابق نتایج تحلیل مسیر، نشان داد (رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری با مقدار ۰/۱۷۸ بیشترین و عوامل سیاسی قانونی و بازاریابی با مقدار ۰/۱۵۱ کمترین) میزان اثر کلی را شامل شدند.

۱. مقدمه

پدیده گردشگری که برخاسته از افزایش اوقات فراغت است به تدریج در همه جوامع جهان رسوخ کرده است و امروزه بهترین بخش از اوقات فراغت افراد در جوامع گوناگون به گردشگری اختصاص یافته است (Moradi, 2015: 46). گردشگری یکی از

مسائل مهم و موثر اقتصادی و از عوامل برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در جهان به شمار می‌آید (Saqai & Alizadeh, 2013: 17)، و فعالیتی است که قابلیت‌های فراوانی برای ایجاد کسب و کارهای جدید دارد و می‌تواند به توسعه اشتغال‌زایی و کارآفرینی کمک کند و پس از دو صنعت مواد شیمیایی و سوخت و پیش از محصولات خودروسازی در جایگاه سوم جهان قرار

* نویسنده مسئول:

پست الکترونیک نویسندگان: abiniaz@pnu.ac.ir (ا. بی‌نیاز)؛ mohamadi@pnu.ac.ir (م. محمدی)

نحوه استناددهی به مقاله: بی‌نیاز، ارسلان، محمدی، محمود (۱۴۰۳). رونق کسب و کارهای خرد گردشگری به عنوان یک فرصت اقتصادی برای مناطق روستایی (مورد مطالعه: دهستان سررود شمالی شهرستان بویراحمد). فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق کوهستانی. سال پنجم، شماره ۲ (۱۸)، صص ۹۳-۱۰۸.

بوده و پیش‌بینی می‌شود این تعداد تا سال ۲۰۲۸، با نرخ رشد سالانه ۱/۵ درصد به ۱۹۱۴۰۰۰ شغل افزایش یابد. همانگونه که اشاره شد، ایران از نظر اشتغال گردشگری و کسب و کارهای خرد مرتبط با آن در مقایسه با سایر کشورهای جهان و حتی در منطقه در جایگاه مطلوبی قرار ندارد، و از آنجا که امروزه یکی از عمده‌ترین مشکلات اجتماعی و اقتصادی جامعه ایران و مناطق روستایی معضل بیکاری و به ویژه بیکاری جوانان است که به نوبه خود زمینه‌ساز مشکلات و معضلات گسترده‌تری در جامعه است، بهره‌برداری بهینه از کسب و کارهای خرد از منظر اشتغال‌زایی، درآمدزایی و کارآفرینی برای کشور به همراه دارد ضروری است و باید هر چه زودتر و به بهترین نحو به آن توجه شود و در دستور کار برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار گیرد (Jaafari et al, 2020: 155). در این بین، با در نظر گرفتن محدودیت‌های قابل توجه کسب و کارهای کوچک از جمله منابع مالی و انسانی از یک سو و توجه به محیط پویا و مبهم پیرامون این نوع کسب و کارها، به نظر می‌رسد که کسب و کارهای خرد فراتر از شیوه‌های سنتی، به شدت نیازمند شیوه‌ها و رویکردهای جدیدی در حوزه بازاریابی می‌باشند.

از این رو، روستاهای دهستان سررود شمالی بویراحمد از جمله مناطقی است که دارای پتانسیل و شرایط آب و هوایی متنوع برای جلب گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد، و کسب و کارهای متعددی در راستای آن از سوی جامعه میزبان ایجاد شده است ولی هنوز آنچنان که باید نتوانسته منجر به رشد و اقتصاد مناطق روستایی و مبنی بر درآمدزایی افراد تبدیل شود. وجود جاذبه‌های گردشگری در زمینه‌های تاریخی، فرهنگی و طبیعی روستاهای این دهستان و رونق در کسب و کارهای ایجاد شده می‌تواند زمینه‌های رشد و توسعه اقتصادی بخش‌های مختلف اقتصادی، زیست-محیطی، اجتماعی و ... را در روستاهای این شهر فراهم آورد و به عنوان یک قطب مهم گردشگری در استان کیهگیلویه و بویراحمد و در سطح کلان و ملی مطرح شود. این در حالی است که آمار و ارقام موجود، ضعف بنیه اقتصادی جوامع روستایی را کامل بازگو می‌کند. از این رو در پژوهش حاضر تلاش شده تا با شناسایی عوامل کلیدی و پیشران‌های اصلی دخیل در رونق کسب و کارهای خرد گردشگری به بررسی و اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از عوامل در اقتصاد روستایی دهستان سررود شمالی بویراحمد پرداخته شود.

گرفته است (UNWTO Tourism Highlights, 2018). از سوی دیگر، تضعیف فعالیت‌های اقتصادی سنتی در مناطق روستایی به ویژه اقتصاد مبتنی بر منابع طبیعی همچون کشاورزی در طی چند دهه اخیر، جست و جوی راهکارهای جدید برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی را ضرورت بخشیده است. به عبارت دیگر، اشتغال و درآمد حاصل از فعالیت‌های کشاورزی به تنهایی نتوانسته است مسایلی نظیر فقر، اشتغال و پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را رفع کند و به نگهداشت جمعیت در روستاها منجر شود، بنابراین بایستی گزینه‌های جدیدی با استفاده از منابع محلی مورد توجه قرار گیرد (Shamsi et al, 2020: 159). یکی از زمینه‌هایی که می‌تواند حرف جدیدی برای برطرف کردن مشکلات روستاییان بزند و جامعه روستایی را از رخوت و سستی خارج نماید، کارآفرینی در زمینه گردشگری روستایی از طریق ایجاد کسب و کارهای خرد است که با ایجاد راهکارهای بدیع و نو و بروز خلاقیت، مسیری جدیدی را پیش روی سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و مسئولین این حوزه باز کرده است که به اذعان بسیاری از کارشناسان این حوزه، این مسیر جدید می‌تواند به عنوان راهبردی نوین جهت متنوع-ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی قرار گیرد. پژوهش توسعه گردشگری روستایی اهمیت بسیاری برای جوامع روستایی دارد؛ توسعه گردشگری می‌تواند برای روستانشینان منبع درآمد و اشتغالزایی فراهم کند (Javan et al, 2024: 84). بنابراین، اهمیت کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای خرد گردشگری و تاثیرات آن در رشد و توسعه اقتصادی مناطق روستایی، توانمندسازی منابع انسانی، اشتغال‌زایی، استقرار و توسعه عدالت اجتماعی، حضور گسترده و فعال در بازارهای جهانی، فقرزدایی و افزایش امید به زندگی غیرقابل انکار است (Belali et al, 2013: 33).

در این راستا Booth et al (2020), Jiménez-García et al (2020), Jones et al (2020), Widyaningsih et al (2020), Alhammad, (2020)، توسعه گردشگری و کسب و کارهای مرتبط با آن را ملزومات توسعه اقتصادی پایدار کشورها عنوان نمودند. بنا به گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (۲۰۱۸)، ایران از نظر سهم گردشگری در تولید ناخالص داخلی در بین ۱۸۵ کشور، در جایگاه ۱۲۶ام قرار گرفته است. در همین سال سهم سفر و گردشگری در اشتغال ایران برابر با ۱۵۵۷۵۰۰ شغل

به صورت مستقل با صنعت گردشگری ارتباط مستقیم دارند (Heydari Chianeh, 2014).

امروزه گردشگری یکی از فعالیت‌های برجسته جهان است؛ به طوری که برای بعضی از کشورها و مناطق جزء نخستین فعالیت‌های اقتصادی به شمار می‌رود اقتصاددانان آن را سومین پدیده اقتصادی پس از صنعت نفت و خودروسازی می‌دانند و به منزله ابزار مهم توسعه اقتصادی برای تولید درآمد و مشاغل در اقتصادهای ملی به رسمیت شناخته شده است. گردشگری به منزله مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی تاثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد و جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی شناخته شده است (Mododi Arkhodi et al, 2019: 89).

صنعت گردشگری صنعتی چندوجهی است که می‌تواند اثر مثبتی بر سایر بخش‌های کشور مانند کسب درآمد ارزی، افزایش درآمد ملی جامعه میزبان، افزایش درآمد دولت، افزایش سرمایه‌گذاری، افزایش اشتغال نیروی کار، توسعه تولید، فروش و گردش اقتصادی صنایع دستی داشته باشد و مهم‌تر از همه تغییر دید و نگرشی است که می‌تواند بر گردشگران در مورد آن کشور به وجود آورد. به همین دلیل توجه به این صنعت از اهمیت بالایی برخوردار است و کشورها برای افزایش سهم خود برنامه‌ریزی‌های مفصلی را انجام داده‌اند. از این رو، به منظور تحقق هدف اصلی پژوهش یعنی رونق کسب و کارهای خرد گردشگری در توسعه اقتصادی مناطق روستایی، گردشگری روستایی به عنوان رویکردی اساسی برای توسعه اقتصادی-اجتماعی روستاهای مستعد و با ظرفیت توسعه گردشگری به کار گرفته شده است (Najafi kani & Najafi, 2021: 146). گردشگری روستایی در کنار اقتصاد کشاورزی در جوامع روستایی موجب افزایش تولید و درآمد روستاییان می‌شود. بسیاری از محققان بر این باورند که گردشگری توسعه روستایی را به همراه دارد و بین دو مفهوم توسعه گردشگری و توسعه روستایی نوعی تعامل و همکاری دوجانبه وجود دارد. بدین ترتیب رونق گردشگری در نواحی روستایی، یکی از راهبردهای توسعه در مناطق روستایی است زیرا توسعه گردشگری با تنوع اشتغال در بخش کشاورزی و سایر بخش‌های فعال در روستا همراه می‌شود و به تدریج بخشی از روستاییان از فواید خدمات گردشگری به مثابه مکملی برای فعالیت‌های سایر بخش‌های فعال در روستا بهره‌مند می‌شوند (Bakhshinejad, 2020: 4). در این راستا، اقتصاد

در ادبیات غرب کلمه‌های گوناگونی در معنای کسب و کار به کار می‌رود که سه واژه مهم آن عبارت است از: Commerce, Trade, Business. کلمه Commerce این گونه معنا شده است: نظام اقتصادی است که شکل‌دهنده محیطی برای Business است. این نظام شامل نظام‌های قانونی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و تکنولوژیکی است که در هر کشوری در حال فعالیت هستند. در معنای Business باید گفت که کسب و کار، سازمانی است که درگیر معامله کالا یا خدمات یا هر دوی آن با مصرف‌کنندگان است (Sullian, 2003: 29). در پژوهش حاضر، معنای مدنظر از کلمه کسب و کار، کلی‌ترین معنای آن است: یعنی تمام فعالیت‌هایی که انسان به منظور کسب سود در جهت تامین نیازهای مادی خود انجام می‌دهد. بنابراین، کسب و کار فعالیت‌هایی است که فرد تحت عنوان کارمند در سازمانی بزرگ یا کوچک انجام می‌دهد یا اقداماتی است که وی در قالب فعالیت‌های اقتصادی خرد بدان می‌پردازد (Masoudipour, 2017: 51). ادبیات مربوط به کسب و کار واحدهای کوچک، بسیار گسترده است و این گستردگی نیز باعث شده است که در کشورهای مختلف تعریف‌های گوناگونی برای این واحد ارائه گردد، این تعریف‌ها با توجه به ساختار سنی، جمعیتی، فرهنگی و درجه توسعه یافتگی متفاوت هستند. کسب و کار کوچک در کشورهای مختلف جهان دارای شباهت‌های بسیاری هستند، اما با وجود این، نمی‌توان تعریف واحد و یکسانی از آنها به دست آورد، هر کشور با توجه به شرایط ویژه خود تعریفی از این کسب و کارها ارائه کرده است. بیشتر این تعریف‌ها بر اساس معیارهای کمی، مانند تعداد کارکنان و میزان گردش مالی مطرح شده‌اند (Reeve, 2000). بر اساس مطالعات صورت گرفته، کسب و کارهای کوچک و خرد، توانایی پاسخگویی سریع به تغییرات بازار و نیازهای مشتری را دارند و به آسانی می‌توانند خود را با شرایط جدید هماهنگ کنند (Zhang et al, 2006)، در واقع آنها رفتاری پویا در مواجهه شدن با شرایط متغیر محیطی دارند (Sarosa, 2007). همچنین نقش آنها به عنوان مولد اشتغال، تقویت انسجام اجتماعی، کاهش فقر، افزایش مزیت رقابتی و توسعه ملی و منطقه‌ای در بسیاری از کشورها مورد تاکید قرار گرفته است (Christina et al, 2014)، در این راستا، گردشگری و کسب و کارهای خرد مرتبط با آن تاثیر بسزایی در ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید، کسب درآمد و تحریک اقتصاد ملی و بین‌المللی داشته است به طوری که نزدیک به صد نوع شغل

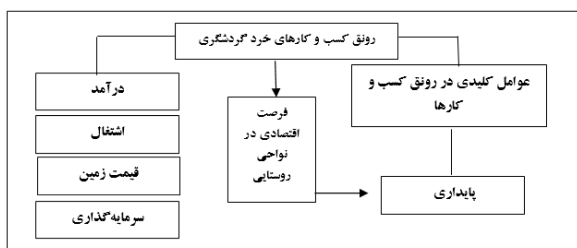
گردشگری و کسب و کارهای وابسته به آن از جمله فعالیت‌هایی در بعد اقتصاد روستاها است که با توجه به خصایص و ویژگی‌های گردشگری نیازمند ارتقاء آستانه‌های چرخه تطبیقی اقتصادی برای کاهش احتمال شکست و افزایش تاب‌آوری برای دستیابی به تعادلی پایدار است. از این رو، دیدگاه‌های مختلف در خصوص موفقیت کسب و کارهای گردشگری وجود دارد. دیدگاه نخست در این زمینه، نگاه اقتصادی است و بر مبنای آن گردشگری و فرصت‌های کارفرمیه مرتبط با آن از طریق ایجاد کسب و کارهای فردی رقابت آنها در بازار آزاد به بهترین شکل توسعه می‌یابند. دیدگاه دوم به کسب و کارهای گردشگری، رهیافت توسعه اجتماعی گردشگری و کسب و کارها است. از این منظر گردشگری محصولی اجتماعی است و علاوه بر ضرورت موجود مهارت‌های کارآفرینانه کسب و کار، توانایی‌های محلی همچون رهبری محلی و شبکه‌های رسمی و غیررسمی نیز، نیاز است (Abdullah Zadeh & Khaja Shahkoui, 2013: 95). از این دیدگاه سه شاخص عمده اثرگذار بر ایجاد و رونق کسب و کارهای گردشگری شامل: چارچوب قانونی و نظارتی مرتبط با گردشگری، زیرساخت‌ها و محیط کسب و کار، منابع انسانی، فرهنگی و منابع طبیعی (Kaviani et al, 2018: 253).

واکاوی مطالعات موجود حاکی از آن است که اگر چه تاکنون مطالعات متعددی به صورت جداگانه در زمینه کسب و کارهای گردشگری و اقتصاد روستایی صورت پذیرفته است، اما با محوریت رونق کسب و کارهای خرد گردشگری و نقش آن در اقتصاد روستایی کمتر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. با این حال در پژوهش حاضر سعی شد در راستای دستیابی به اهداف تحقیق، مطالعاتی مورد بررسی قرار گیرند که بیشترین قربت را با موضوع و اهداف تحقیق دارند. در این راستا نگاهی کوتاه به نتایج چند مورد از پژوهش‌های انجام شده، خواهیم داشت:

Afrakhte et al (2015)، در پژوهشی به بررسی پایداری اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رضوانشهر، پرداخته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که نخست روستاهایی که در موقعیت طبیعی مناسب و در تپ جلگه ای قرار دارند از ضریب پایداری اقتصادی بالاتری برخوردارند. در نهایت این تحقیق برای پایداری اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رویکرد متنوع‌سازی معیشت را با تاکید بر مشاغل خانگی، گردشگری و توریسم، کشت دوم و صنایع تبدیلی و تکمیلی را ارائه می‌نماید. Kaviani et al

(2018)، در پژوهشی تحت عنوان، ارزیابی نقش و تاثیر توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، به این نتایج دست یافتند، که توسعه فضای کسب و کار گردشگری از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و به خوبی قادر است میزان تغییرات و واریانس متغیر توسعه پایدار روستایی را توضیح دهد. Afrakhte & Javan (2020)، در پژوهشی به بررسی ساختار نهادی کژکارکرد و گردشگری نواحی کوهستانی (رضوانشهر)، پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که به دلیل برتری ساختار نهادی کژکارکرد، گسترش گردشگری موجب توسعه نامتوازن سکونتگاه‌های کوهستانی شده است. Farzin et al (2020)، در پژوهشی با عنوان، تحلیلی نهادگرایی بر فضای کسب و کار و کارآفرینی بخش گردشگری ایران، به این نتایج دست یافتند، سیستم قانونی، سیاست‌های دولت و علم و فناوری با تم‌های فرعی آن، بر محیط کسب و کارهای گردشگری تاثیر دارد و مدیریت و سازمان‌دهی این عوامل می‌تواند در بهبود و توسعه این صنعت تاثیرات عمیقی داشته باشند. Tayebi et al (2021)، در پژوهشی تحت عنوان، طراحی و تبیین الگوی کسب و کارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار، به این نتایج دست یافتند، فضای کسب و کار، اقتضات بازار اختصاصی، ویژگی‌های واحد کسب و کار، شناخت مشتری، ارزش پیشنهادی به مشتری و موفقیت کسب و کار گردشگری با رویکرد توسعه پایدار به عنوان عوامل کلیدی موثر بر مدل کسب و کار معرفی شد. Moradi et al (2023)، در پژوهشی تحت عنوان، تبیین فضای خوشه‌های گردشگری با تاکید بر کسب و کارهای کوچک روستایی در ناحیه طبس، به این نتایج دست یافتند، سطح اکثر شاخص‌ها در میان روستایان از سطح متوسط بالاتر است. همچنین با نتایج حاصل از تکنیک آراس و گاتمن نشان داد که روستاهای (هودر، جوخراه، کریت، دستگران و) دارای پتانسیل قوی برای جذب گردشگری و ایجاد خوشه‌های گردشگری هستند، و سایر روستاها دارای پتانسیل کمتری برای جذب گردشگر هستند. Firoznia et al (2023)، در پژوهشی تحت عنوان، واکاوی اثرات کارآفرینی با محوریت کسب و کارهای کوچک در رونق گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی: دهستان حسنلو)، به این نتایج دست یافتند، بین ابعاد شناسایی و کارآفرینی روستایی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. Azizi-Khalkheili et al (2023)، در

خوردن میوه و پیاده رو در مزارع است. [Streimikiene et al. \(2022\)](#)، به بررسی اشکال و عوامل اصلی تقویت رقابت گردشگری با اجرای اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه مقصد گردشگری پرداختند، و اظهار داشتند که شرکت کنندگان در کسب و کار به فناوری‌های جدید در خدمات گردشگری علاقمند هستند که تاثیر مثبتی بر محیط زیست و جوامع محلی دارد.



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش،
منبع: (Research findings, 2023)

۲. روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و دارای ماهیت تفسیری و تحلیلی بوده و از لحاظ روش در گروه پژوهش‌های کیفی و کمی قرار دارد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش گراند تئوری و نرم‌افزار (SPSS)، استفاده شده است. روش گردآوری اطلاعات نیز به دو صورت مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و مصاحبه و پرسشنامه است، برای تنظیم پرسشنامه شاخص‌ها از مقالات مرتبط استخراج شد و در قالب پرسشنامه منعکس شد. جدول (۱). در این راستا، به منظور شناسایی عوامل موثر در رونق کسب و کارهای خرد گردشگری، از روش تئوری زمینه‌ای استفاده شد. سپس به منظور ارتباط بین رونق کسب و کارهای خرد گردشگری و اقتصاد روستایی از آزمون‌های همبستگی و تحلیل مسیر استفاده شد. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل دو بخش است:

بخش اول: متخصصان و نخبگان در حوزه گردشگری و برنامه‌ریزی روستایی هستند، در این بین؛ بر اساس نمونه‌گیری هدفمند، تعداد (۳۰) نفر به عنوان جامعه نمونه انتخاب شد. بخش دوم نیز، شامل مدیران و خبرگان روستایی (اعضای شورا و دهیاران روستا) هستند که بر اساس نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۵۷ نفر تعیین شدند.

پژوهشی تحت عنوان، تحلیل راهبردی کسب و کارهای روستایی وابسته به گردشگری در دوران همه‌گیری کرونا، به این نتایج دست یافتند، اهمیت زنجیره تامین گردشگری با متنوع‌سازی فعالیت‌های وابسته به گردشگری، توجه به رویکردهای نوآورانه برای گردشگری غذایی سالم با نقش فزاینده ترجیحات مصرف کننده و گردشگران، بکارگیری فناوری‌های نوین در گردشگری سبز، توسعه خدمات گردشگری الکترونیکی، توسعه و حمایت از شرکت‌های دانش بنیان و فناوریانه در حیطه گردشگری کشاورزی و روستایی، تخصیص کمک‌های مالی و داوطلب متخصص در برنامه‌ریزی محلی، ترویج و توسعه پروژه‌های گردشگری اجتماع محور و حمایت از آسیب‌پذیرترین افراد مناطق روستایی از مهمترین راهکارها محسوب می‌شود. [Najafi et al. \(2024\)](#)، در پژوهشی با عنوان، نقش گردشگری در رونق کسب و کارهای کوچک و توسعه اقتصادی نواحی روستایی بابلسر، به این نتایج دست یافتند، افزایش تنوع شغلی به تبع وجود جاذبه‌های گردشگری در روستاهای ساحلی با افزایش فرصت‌های شغلی، افزایش درآمد روستاییان، افزایش سطح آگاهی و دانش عمومی در راستای فعالیت‌های کارآفرینانه و افزایش انگیزه جوانان جهت سکونت و اشتغال در روستا رابطه معناداری دارند. [Javan et al. \(2024\)](#)، در پژوهشی به شناسایی تأثیرگذارترین و تأثیرپذیرترین عوامل توسعه گردشگری روستایی در راستای اقتصاد پایدار، پرداخته‌اند. نتایج نشان داد عواملی مانند شناسایی ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل، تدوین و اجرای سند راهبردی و توسعه گردشگری روستایی و اطلاع رسانی مناسب از توانمندی‌های گردشگری روستایی از تأثیرگذارترین عوامل توسعه گردشگری روستایی در راستای اقتصاد پایدار روستا به شمار می‌آیند. [Goh \(2015\)](#)، در مطالعه‌ای با عنوان شناسایی ویژگی‌ها و محدودیت‌های کسب و کارهای کوچک در گردشگری به عنوان یک فرصت اقتصادی برای مناطق روستایی در پارک ملی کینابالوف به این نتایج دست یافتند، جامعه آماری مورد پژوهش هیچ حمایت مالی یا آموزشی از منابع دولتی دریافت نداشتند ولی انگیزه‌های بالایی برای شرکت در فعالیت‌های مربوط به توسعه کسب و کار محلی مرتبط با گردشگری مشاهده شد. [Krittapat & Parinya \(2018\)](#)، در پژوهشی به بررسی خوشه‌های گردشگری در زمینه کشاورزی پرداختند و به این نتایج دست یافتند که مهمترین خوشه‌های گردشگری در زمینه محصولات کشاورزی شامل درو کردن،

جدول ۱: مولفه‌های اصلی و فرعی تحقیق

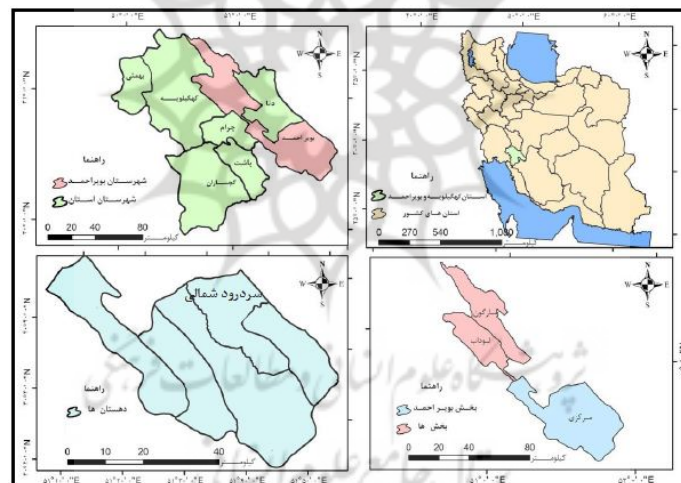
مولفه اصلی	زیرمجموعه‌ها
درآمد	افزایش درآمد ساکنین، ارتقای درآمد ناشی از فعالیت‌های گردشگری، افزایش میزان قدرت خرید ساکنین، افزایش میزان استفاده از کالاهای تجملی و لوکس، کاهش احساس فقر، ایجاد شکاف و اختلاف درآمدی بین ساکنین
اشتغال	ایجاد موقعیت‌های شغلی جدید، بالا رفتن انگیزه و تلاش برای فعالیت‌های اقتصادی، تقویت شغل‌های کاذب، کاهش میزان مهاجرت به مناطق شهری، اشتغال زنان و جوانان
قیمت زمین	بالا رفتن قیمت زمین، سوداگری زمین، تغییر کاربری‌های زمین
سرمایه‌گذاری	تحریک سرمایه‌گذاری در محدوده، بالا رفتن میزان ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاری، افزایش میزان سرمایه‌گذاری برای بهبود کیفیت خدمات حمل و نقل،

منبع: (Safaeepour et al, 2014, Darban Astane, 2019)

۱.۲. معرفی محدوده مورد مطالعه

شهرستان بویراحمد یکی از شهرستان‌های استان کهگیلویه و بویراحمد است، و مرکز آن نیز شهر یاسوج است. این شهرستان از شمال با شهرستان‌های دنا و مارگون، از شمال شرقی با شهرستان سمیرم استان اصفهان، از غرب با شهرستان کهگیلویه، از جنوب غربی با شهرستان چرام، از جنوب با شهرستان‌های رستم و ممسنی

استان فارس و از شرق نیز با شهرستان سپیدان استان فارس همسایه است. بخش مرکزی این شهرستان شامل دهستان‌های (سررود جنوبی، سررود شمالی، دشت روم و کاکان) است. دهستان سررود شمالی شامل روستاها ده برآفتاب، گنجه‌ای بزرگ، سریز، گنجه کهنه، بلهزار، مهربان، گوشه، حبیب‌آباد مزدک، ده کهنه مزدک، مادوان و بنسنگان) است.



شکل ۲: نقشه دهستان سررود شمالی در شهرستان بویراحمد، منبع: (Research findings, 2023)

۳. یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر، در ابتدا داده‌های مربوط به (عوامل کلیدی و مهم در رونق کسب و کارهای خرد گردشگری) از مصاحبه‌ها جمع‌آوری شد. سئوالات به صورت کلی و باز از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد و پس از هر بار مصاحبه، پژوهشگر نسبت به تحلیل و کدگذاری باز اقدام نمود. در ابتدا کدهای اولیه شناسایی شدند و ضمن حذف کدهای مشابه با یکدیگر، کدهای مفهومی شناسایی شدند و در نهایت پس از بررسی و

طبقه‌بندی کدهای مفهومی، مقوله‌ها شناسایی شدند. در مجموع تعداد ۲۷ مفهوم و (۶) مقوله شناسایی شد. در جدول (۲) قسمتی از یکی از مصاحبه‌ها و ارتباط آن با مفاهیم به دست آمده از پژوهش آمده است. سپس در مرحله بعد، کدهای شناسایی شده در مرحله قبلی به همراه مقولات آنها در قالب (۶) کد محوری قرار داده شد. جدول (۳).

جدول ۲: قسمتی از مصاحبه و کدهای مفهومی به دست آمده از کدهای اولیه مرتبط با این بخش مصاحبه

کدهای اولیه مرتبط با این قسمت از مصاحبه	متن مصاحبه
برند و برندینگ منابع ملموس و ناملموس هویت کسب و کار گردشگری ارتقاء خوشنامی افزایش توانمندی رقابتی کسب و کار	در بازار پررقابت امروز کسب و کارهای خرد مربوط به گردشگری، برند و برندینگ اصل اساسی در بازاریابی است. رونق هر کسب و کاری نیازمند منابع ملموس و ناملموس است. اهمیت منابع ملموس بیشتر از ناملموس است. یکی از این منابع ملموس؛ برند و برندسازی است. در واقع، برند شناسنامه کسب و کار محسوب می‌شود، و به کسب و کار هویت می‌دهد، همچنین برندسازی کسب و کار برای توسعه سیاستگذاری و خط‌مشی کسب و کارهای گردشگری عامل اساسی است و باعث توسعه اقتصادی روستاها می‌شود و هم به عنوان مجرای برای شناسایی هویت کسب و کار عمل نماید. و موجب ارتقاء خوشنامی و هویت کسب و کار گردد و در نهایت منجر به افزایش توانمندی‌های رقابتی اون کسب و کار با سایر کسب و کارها می‌شود.

منبع: (Research findings, 2023)

جدول ۳: کدگذاری محوری

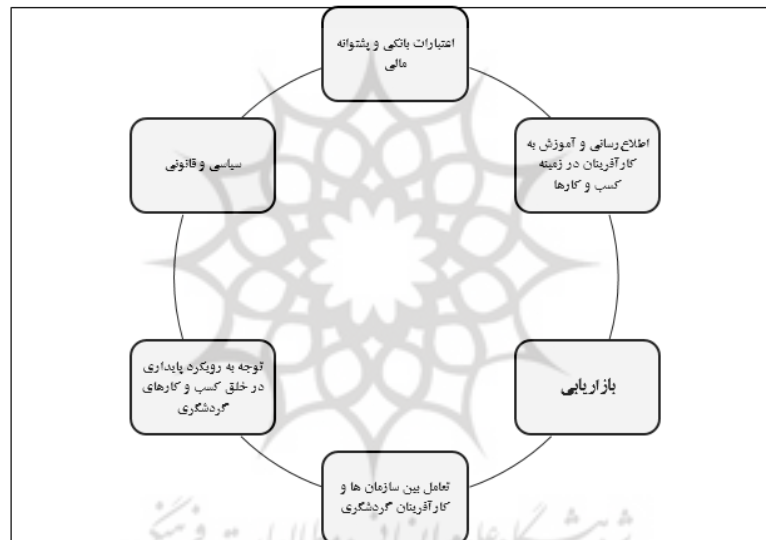
ردیف	مقوله اصلی	مفاهیم
۱	اعتبارات بانکی و پشتوانه مالی	اخذ اعتبارات بانکی از سوی بانک‌های عامل همکاری بین میراث گردشگری و بانک‌های عامل برای اعتبارات مربوط به کسب و کارهای گردشگری تناسب میزان وام اعتباری با کسب و کار
		منعکس نمودن فعالیت‌ها و برنامه‌های صورت گرفته سازمان‌های مرتبط با گردشگری و مراجع تصمیم‌گیر در زمینه کسب و کارهای خرد گردشگری اطلاع‌رسانی به جامعه میزبان در زمینه‌های مربوط به نوع کسب و کار اطلاع‌رسانی کارآفرینان از نقاط قوت، ضعف کسب و کارها اطلاع‌رسانی کارآفرینان از فرصت‌ها و تهدیدات مرتبط با کسب و کارها اطلاع‌رسانی کارآفرینان از فرصت‌های ناب گردشگری و خلق کسب و کارهای جدید آموزش به کارآفرینان در زمینه کسب و کارهای خلق شده برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های متعدد برای آموزش کارآفرینان در جهت بهبود کسب و کار به روز کردن دانش کارآفرین در حوزه‌های مختلف گردشگری سامانه جامع اطلاع‌رسانی در خصوص کارآفرینان مربوط به گردشگری
		کاهش بروکراسی و تشریفات اداری زمان‌بر فساد و تبعیض در رابطه با گردشگری در مناطق مختلف کاهش مشکلات مالیاتی در خصوص کسب و کارها عدم تغییر در اهداف و رویه سازمان‌های گردشگری در خصوص حمایت به کسب و کارها با تغییر مدیران در هر دوره انتخابات کاهش قوانین دست و پاگیر به منظور رونق کسب و کارها
۳	سیاسی و قانونی	کاهش بروکراسی و تشریفات اداری زمان‌بر فساد و تبعیض در رابطه با گردشگری در مناطق مختلف کاهش مشکلات مالیاتی در خصوص کسب و کارها عدم تغییر در اهداف و رویه سازمان‌های گردشگری در خصوص حمایت به کسب و کارها با تغییر مدیران در هر دوره انتخابات کاهش قوانین دست و پاگیر به منظور رونق کسب و کارها
		کاهش بروکراسی و تشریفات اداری زمان‌بر فساد و تبعیض در رابطه با گردشگری در مناطق مختلف کاهش مشکلات مالیاتی در خصوص کسب و کارها عدم تغییر در اهداف و رویه سازمان‌های گردشگری در خصوص حمایت به کسب و کارها با تغییر مدیران در هر دوره انتخابات کاهش قوانین دست و پاگیر به منظور رونق کسب و کارها
		کاهش بروکراسی و تشریفات اداری زمان‌بر فساد و تبعیض در رابطه با گردشگری در مناطق مختلف کاهش مشکلات مالیاتی در خصوص کسب و کارها عدم تغییر در اهداف و رویه سازمان‌های گردشگری در خصوص حمایت به کسب و کارها با تغییر مدیران در هر دوره انتخابات کاهش قوانین دست و پاگیر به منظور رونق کسب و کارها
۴	بازاریابی	بازاریابی فروش محصولات مربوط به کسب و کارها برندسازی کسب و کارها بهره‌گیری از فضاهای مجازی برای فروش محصولات گردشگری
		بازاریابی فروش محصولات مربوط به کسب و کارها برندسازی کسب و کارها بهره‌گیری از فضاهای مجازی برای فروش محصولات گردشگری
		بازاریابی فروش محصولات مربوط به کسب و کارها برندسازی کسب و کارها بهره‌گیری از فضاهای مجازی برای فروش محصولات گردشگری

افزایش مشارکت اجتماعی در طرح‌های مربوط به کسب و کارها	توجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری	۵
خلق کسب و کارها با حمایت از فرهنگ بومی و میراث فرهنگی		
بهبود در کیفیت محصولات		
تقویت اقتصادی جامعه میزبان		
توجه به حفظ تنوع زیستی و کاهش اثرات منفی	تعامل بین سازمان‌ها و کارآفرینان گردشگری	۶
تعامل و انسجام لازم و کافی بین سازمان‌ها		
همکاری بین سازمان‌ها و کارآفرینان		

منبع: (Research findings, 2023)

کارآفرینان گردشگری شناسایی شد. بر این اساس شکل (۳)، به عنوان مدل مفهومی عوامل کلیدی و موثر در رونق کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای دهستان سررود شمالی ترسیم شد.

مطابق نتایج به دست آمده ۶ مقوله: اعتبارات بانکی و پشتوانه مالی، اطلاع‌رسانی و آموزش به کارآفرینان در زمینه کسب و کارها، سیاسی و قانونی، بازاریابی، توجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری و تعامل بین سازمان‌ها و



شکل ۳: مدل مفهومی عوامل کلیدی و موثر در رونق کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای دهستان سررود شمالی،

منبع: (Research findings, 2023)

ارتباط بین این دو متغیر از آزمون‌های همبستگی و تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج به شرح جداول (۴ و ۵) است.

سپس در فاز کمی پژوهش، به بررسی نقش هر یک از عوامل در اقتصاد مناطق روستایی پرداخته شد. از این رو، به منظور

جدول ۴: نتایج تحلیل همبستگی بین رونق کسب و کارهای خرد گردشگری و اقتصاد مناطق روستایی

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	سطح معناداری
رونق کسب و کارهای خرد گردشگری	درآمد	۰/۵۴۳	۰/۰۰۱
	اشتغال	۰/۵۵۶	۰/۰۰۱
	قیمت زمین	۰/۵۷۶	۰/۰۰۱
	سرمایه‌گذاری	۰/۵۶۱	۰/۰۰۱

منبع: (Research findings, 2023)

موقعیت‌های شغلی جدیدی برای جوانان روستایی فراهم نماید و انگیزه و تلاش آنها را برای فعالیت‌های اقتصادی ارتقاء دهد و در نهایت منجر به کاهش مهاجرت آنها شود. همچنین قابل ذکر است، رونق کسب و کارهای گردشگری، در افزایش سرمایه‌گذاری‌ها در راستای بهبود کیفیت خدمات و حمل و نقل در روستاهای دهستان سررود شمالی موثر است. در کنار اثرات مثبت، بالا رفتن قیمت زمین، سوداگری زمین و تغییر کاربری‌های زمین از موارد تاثیرپذیر از رونق در کسب و کارها است.

سپس به منظور میزان اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر یک از عوامل شناسایی شده در اقتصاد روستایی از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج به شرح جدول (۵) است.

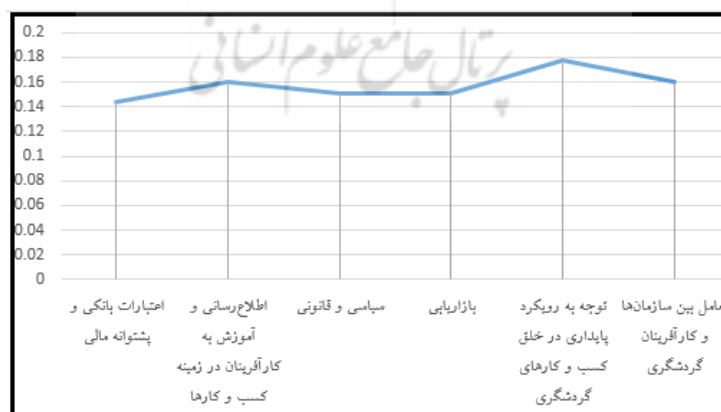
همانطور که در جدول (۴) ملاحظه می‌شود، بین متغیر رونق کسب و کارهای خرد گردشگری و مولفه‌های (درآمد با مقدار ۰/۵۴۳، اشتغال با ضریب همبستگی ۰/۵۵۶، قیمت زمین با مقدار ۰/۵۷۶ و سرمایه‌گذاری با مقدار ۰/۵۶۱)، ارتباط معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، با رونق کسب و کارهای گردشگری میزان درآمد ساکنین محلی افزایش می‌یابد و منجر به افزایش قدرت آنها را در خرید کالاهای تجملی و لوکس می‌شود، و در نهایت شکاف و اختلاف درآمدی را بین روستاهای این دهستان با سایر روستاهای شهرستان ایجاد می‌کند.

از سوی دیگر، به دلیل مهاجرت روافزون جوانان به شهرستان و سایر شهرهای استان، رونق کسب و کارهای خرد با در نظر گرفتن عوامل مطرح شده می‌تواند با تقویت شغل‌های کاذب،

جدول ۵: اثرات هریک از عوامل رونق کسب و کارهای خرد گردشگری در اقتصاد روستایی

عوامل	اثرات مستقیم	اثرات غیرمستقیم	مجموع اثرات علی
اعتبارات بانکی و پشتوانه مالی	۰/۱۳۴	۰/۰۱۱	۰/۱۴۴
اطلاع‌رسانی و آموزش به کارآفرینان در زمینه کسب و کارها	۰/۱۵۱	۰/۰۰۹	۰/۱۶۰
سیاسی و قانونی	۰/۱۳۱	۰/۰۲۰	۰/۱۵۱
بازاریابی	۰/۱۴۱	۰/۰۱۰	۰/۱۵۱
توجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری	۰/۱۴۰	۰/۰۳۸	۰/۱۷۸
تعامل بین سازمان‌ها و کارآفرینان گردشگری	۰/۱۳۰	۰/۰۳۰	۰/۱۶۰

منبع: (Research findings, 2023)



شکل ۴: مجموعه اثرات کلی رونق کسب و کارهای خرد گردشگری در اقتصاد مناطق روستایی سررود شمالی،

منبع: (Research findings, 2023)

گونه تغییر در سمت مدیران و دولت جدید نادیده گرفته می‌شود و یا به حالت تعطیل در می‌آیند. از سوی دیگر، وجود قوانین دست و پاگیر همواره معضل بسیار بزرگی بر سر راه رونق کسب و کارهای خرد است، بر اساس دیدگاه بسیاری از مصاحبه‌شوندگان؛ کارآفرینان گردشگری هر چند وقت یکبار با یک قانون جدید مواجه می‌شوند، قوانینی که هیچ گونه حمایتی از این نوع کسب و کارها ندارد و همانند سنگ بزرگ در برابر کارآفرینان است. تعدد قوانین در کنار بروکراسی و تشریفات اداری همچنان برای کارآفرینان زمان‌بر است و آنها به جای اینکه به توسعه کسب و کارهایشان پردازند، نگران این موارد هستند.

از سوی دیگر، تقویت نظام بانکی و موسسات مالی و پولی دولتی با ارائه تسهیلات بانکی با شرایط ویژه، کاهش کارمزد و سود بانکی به صورت مقطعی و کوتاه‌مدت می‌تواند نقطه قوتی برای کارآفرینان در حوزه گردشگری باشد، در این راستا لازم است همکاری بین سازمان میراث گردشگری و بانک‌های عامل برای اعتبارات مربوط به کسب و کارهای گردشگری اتخاذ گردد و تناسب میزان وام اعتباری با کسب و کار نیز لحاظ گردد. همچنین بر این موضوع تاکید شد که بسیاری از کارآفرینان در حوزه گردشگری از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات مربوط به کسب و کارها را در روستاهای این دهستان اطلاع لازم و کافی را ندارند و از سوی دیگر، بسیاری از فعالیت‌ها و برنامه‌ها از سوی سازمان‌های مرتبط با گردشگری در زمینه کسب و کارها از دید آنها پنهان می‌ماند و اطلاع‌رسانی در این زمینه صورت گرفته نمی‌شود. از این رو، برای رونق کسب و کارهای خرد لازم است کارآفرینان از فرصت‌های ناب گردشگری و خلق کسب و کارهای مرتبط با آن آشنایی داشته باشند و آموزش لازم را در این امر ببینند. در این راستا، آموزش کارآفرینان را می‌توان با برگزاری همایش‌ها و گردهمایی‌ها و سامانه جامع اطلاع‌رسانی در حوزه‌های مختلف گردشگری مرتفع می‌شود. در بازار پرقابلیت امروز کسب و کارهای خرد مربوط به گردشگری، برند و برندینگ اصل اساسی در بازاریابی است. رونق هر کسب و کاری نیازمند منابع ملموس و ناملموس است. اهمیت منابع ملموس بیشتر از

مطابق نتایج به دست آمده در جدول (۵) و شکل (۴)، عوامل اعتبارات بانکی و پشتوانه مالی با مقدار اثر ۰/۱۳۴، اطلاع‌رسانی و آموزش به کارآفرینان در زمینه کسب و کارها با مقدار اثر مستقیم ۰/۱۵۱، سیاسی و قانونی با مقدار اثر ۰/۱۳۱، بازاریابی با مقدار اثر ۰/۱۴۱، وجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری با مقدار اثر ۰/۱۴۰ و تعامل بین سازمان‌ها و کارآفرینان گردشگری با مقدار اثر ۰/۱۳۰، کمترین میزان اثر غیرمستقیم را در اقتصاد روستایی داشتند، به نحوی که اطلاع‌رسانی و آموزش به کارآفرینان در زمینه کسب و کارها بیشترین اثر و تعامل بین سازمان‌ها و کارآفرینان گردشگری کمترین اثر مستقیم را داشتند، و همچنین از بین آنها توجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری با مقدار ۰/۱۷۸ بیشترین و عوامل سیاسی قانونی و بازاریابی با مقدار ۰/۱۵۱ کمترین میزان اثر کلی را شامل شدند.

۴. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر در دو بخش کمی و کیفی تنظیم شد، در بخش کیفی پژوهش بر پایه یافته‌ها و نتایج به دست آمده از مصاحبه‌های پیاپی و پیوسته‌ای که با متخصصان صورت گرفت، ۶ مقوله: اعتبارات بانکی و پشتوانه مالی، اطلاع‌رسانی و آموزش به کارآفرینان در زمینه کسب و کارها، سیاسی و قانونی، بازاریابی، توجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری و تعامل بین سازمان‌ها و کارآفرینان گردشگری به عنوان عوامل موثر در رونق کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای دهستان سررود شمالی شناسایی شدند. بر این اساس با وجود توسعه صنعت گردشگری در روستاهای کشور و به تبع آن ایجاد کسب و کارهای خرد در روستاهای سررود آنچنان که باید رونق نیافته است که بخش عمده‌ای از توسعه نیافتگی کسب و کارها ناشی از ساختار متمرکز دولت در طرح‌های گردشگری و کسب و کارهای آن است. از این رو، بسیاری از کسب و کارها بر اختیار قدرت تصمیم‌گیری در مرکز است و اختیار سیاسی بر آن حاکم است و در برابر هر

شده می‌تواند باعث ایجاد مشاغل جدید در جامعه روستایی شود و پدیده شوم بیکاری را کاهش دهد و موجب شکوفایی و رونق اقتصادی شود. نتایج تحقیق با مطالعات فیرونیا و همکاران (۱۴۰۲)، نجفی و همکاران (۱۴۰۲)، همخوانی دارد.

در نهایت در راستای نتایج به دست آمده، راهکارهای ذیل پیشنهاد شد:

- پیشنهاد می‌شود آموزش عمومی، تخصصی و کاربردی برای شناخت کسب و کارهای گردشگری و آگاهی از کارکردهای آن در اقتصاد مناطق روستایی در سه گروه مسئولان و تصمیم‌گیران، جامعه روستایی و گردشگران تقویت شود.
- به منظور تسریع در امور و جلوگیری از اتلاف وقت و هزینه‌ها، توصیه می‌گردد بین سازمان‌های ذی‌ربط و کارآفرینان در حوزه گردشگری پنجره واحد تشکیل شود. با این هدف انسجام و همکاری بین آنها افزایش می‌یابد.
- توصیه می‌گردد به منظور رونق کسب و کارهای گردشگری؛ متخصصان و کارشناسان در راستای تقویت انسجام و همکاری سازمان‌های ذی‌ربط گفتگوهای متعددی انجام دهند و در افزایش کارایی و پاسخگویی مدیران و سازمان‌ها راهکارهای متعددی اتخاذ شود.

تقدیر و سپاسگزاری

بنا به اظهار نویسنده مسئول، پژوهش فاقد حامی مالی می‌باشد.

فهرست منابع

Abdullah Zadeh, G. Khaja Shahkoui, A. 2013. Identifying and explaining factors affecting the success of tourism businesses in rural areas (case study: Pilgrimage village of Gorgan). Journal of new attitudes in human geography, 5(2). pp. 93-108. 20.1001.1.66972251.1392.5.2.6.1 (In Persian)

Afrakhte, H., Javan, F., & Riahi, V. 2015. Economic sustainability of rural settlements in Razvanshahr city. Geography, 13(46), 93-117. https://mag.iga.ir/article_701143.html?lang=en (In Persian)

ناملموس است. یکی از این منابع ملموس؛ برند و برندسازی است. در واقع، برند شناسنامه کسب و کار محسوب میشود و به کسب و کار هویت می‌دهد، همچنین برندسازی کسب و کار برای توسعه سیاستگذاری و خط‌مشی کسب و کارهای گردشگری عامل اساسی است و باعث توسعه اقتصادی روستاها می‌شود و هم به عنوان مجرای برای شناسایی هویت کسب و کار عمل نماید. و موجب ارتقاء خوشنامی و هویت کسب و کار گردد و در نهایت منجر به افزایش توانمندی‌های رقابتی اون کسب و کار با سایر کسب و کارها می‌شود. از سوی دیگر، رونق کسب و کار گردشگری متضمن سلب اختیار و فرایند مشارکت و همکاری است. از این رو، کسب و کاری موفق خواهد شد که سطوح دوستی بین سازمان‌های ذی‌ربط و کارآفرینان ایجاد شود و ارتباط پایدار و مناسبی بین آنها برقرار شود، و با تاکید بر رویکرد پایدار از طریق (خلق کسب و کارها با حمایت از فرهنگ بومی و میراث فرهنگی، بهبود در کیفیت محصولات، تقویت اقتصادی جامعه میزان و توجه به حفظ تنوع زیستی و کاهش اثرات منفی آن) به اقتصاد مناطق روستایی کمک کند. همانطور که نتایج ارتباط (کسب و کارهای خرد گردشگری) و اقتصاد روستایی گویای ارتباط معنادار و مثبت بین این دو متغیر است و از بین هر یک از عوامل مطرح شده، عوامل توجه به رویکرد پایداری در خلق کسب و کارهای گردشگری بیشترین و عوامل سیاسی قانونی و بازاریابی کمترین میزان اثر را در اقتصاد روستاهای دهستان سررود شمالی به خود اختصاص داده است. در یک جمع‌بندی نهایی عوامل مطرح

Afrakhteh, H., Javan, F. 2020. Dysfunctional Institutional Structure and Tourism in Mountainous Area (Case: Mountainous Area of Rezvanshahr). JGSMA; 1 (2):1-18 URL: <http://gsma.lu.ac.ir/article-1-51-fa.html> (In Persian)

Alhammad, F. A. 2020. Trends in Tourism Entrepreneurship Research: A Systematic Review. Jordan Journal of Business Administration, 6(1): 207-330.

Azizi-Khalkheili, T., Razzaghi Borkhani, F., Yazdanpanah, M., Azimzadeh, A., Mohseni Kiasari, M. 2023. Strategic Analysis of Tourism-Related Rural Businesses during the Corona Epidemic. J Entrepreneurial Strategies

- Agric. 10(19), 41-54.
Doi:10.61186/jea.10.19.41
URL: <http://jea.sanru.ac.ir/article-1-328-fa.html> (In Persian)
- Bakhshinejad, M. 2020. Explaining Tourism Capacity for the Development of Rural Areas of Chaharmahal and Bakhtiari Province. *Spatial Planning*, 10(4), 1-23. doi:10.22108/sppl.2020.116552.1374 (In Persian)
- Belali, M., Moinfard, M., Hamediniya, M., & Amirahmadi, A. 2012. The Viewpoints of Managers and Experts on the Development of Sport Tourism Industry in Khorasan Razavi. *Sport Management Journal*, 4(13), 185-202. Doi: 10.22059/jsm.2012.28720 (In Persian)
- Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. 2020. Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85: 102438. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102438>
- Christina, B., Neelufar, A. and AlAmri, S. 2014. Challenges and barriers encountered by the SMEs owners in Muscat. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 12(3): 1-13. https://www.researchgate.net/publication/275215083_CHALLENGES_AND_BARRIERS_ENCOUNTERED_BY_THE_SMES_OWNERS_IN_MUSCAT
- Darban Astane, A., Hojjat Shamami, S., Tahmasi, B. 2019, .Sustainability Indicators Measurement of Economic Development in Rudbar county, *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 14(3), 757-771. https://journals.iau.ir/article_669623.html?lang=en (In Persian)
- Farzin, M. R., Hassan Pour, M., Mahmoud Zadeh, S. M., & Arab Mazar Yazdi, A. 2020. An institutional Analysis of Tourism Business Environment and Entrepreneurship of Iran. *Tourism Management Studies*, 15(50), 1-34. Doi: 10.22054/tms.2020.42394.2139 (In Persian)
- Firoznia, G., Abdolahi, A., Parishan, M., & Hashem pour, R. 2023. Analyzing the effects of entrepreneurship with a focus on small businesses in the prosperity of sustainable rural tourism (Case study: Hasanlu village). *Geographical Engineering of Territory*, 7(2), 447-460. Doi: 10.22034/jget.2023.152261 (In Persian)
- Goh, H. C. 2015. Nature and Community-based tourism (CBT) for poverty alleviation: A case study of Lower Kinabatangan, East Malaysia. *Geografia*, 11(3). https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=lguLyzEAAA&AJ&citation_for_view=lguLyzEAAA&mVmsd5A6BfQC
- Heydari Chianeh, R. 2014. The basics of tourism industry planning, Tehran: Samt Publications. (In Persian)
- Jaafari, A., Nadalipour, Z., Heydarifar, Z., & Bagheri, M. 2020. Tourism Industry Potential to Create Job Opportunities a System Dynamic Approach. *Journal of Tourism and Development*, 9(3), 153-172. Doi: 10.22034/jtd.2020.216474.1944 (In Persian)
- Javan, F., Hasanvand, A., & Arefnezhad, M. 2024. Identification of the Most Influential and Influenced Factors in Rural Tourism Development towards Sustainable Economy. *Journal of Economic Geography Research*, 5(15), 84-98. doi: 10.30470/jegr.2024.2022661.1143 (In Persian)
- Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J., Peña-Sánchez, A. R., & López-Sánchez, J. A. 2020. A Bibliometric Analysis of Sports Tourism and Sustainability (2002–2019). *Sustainability*, 12(7): 28-40. DOI:10.3390/su12072840
- Jones, P., Ratten, V., & Hayduk, T. 2020. Sport, fitness, and lifestyle entrepreneurship". *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1-11. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-020-00666-x>
- Kaviani, A. Rahmani, b. Razovian, M.T. Alipour Nakh, A. 2018. Evaluation of the role and impact of the development of tourism entrepreneurship business environment in order to achieve sustainable rural development (case example: South Esterabad village in Gorgan city). *Journal of new attitudes in human geography*. 10(2). pp. 251-275. https://journals.iau.ir/article_540589.html (In Persian)
- Krittapat, P., Parinya. N. 2018. Data mining approach for arranging and clustering the agrotourism activities in orchard, Kasetsart

- Journal of Social Sciences, 39, 407-413, <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.07.004>
- Masoudipour, S. 2017. Halal business concepts and indicators from the perspective of Islam. Quarterly Scientific Journal of Applied Ethics Studies, 12(46), 49-69. doi:10.22081/jare.2018.49804.1169 (In Persian)
- Mododi Arkhodi, M., Javanshiri, M., & Nik-Shoar, M. 2019. Identification the Priority of Birjand Tourist Attractions. Spatial Planning, 8(3), 83-106. doi:10.22108/sppl.2018.111118.1217 (In Persian)
- Moradi, M. 2015. Getting to know the tourism industry. Tehran: Academic Jihad Publishing Organization. (In Persian)
- Moradi, M., Bahadorani, B., Ziaei, M., & Akbaragheli, F. 2023. Spatial Explanation of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural Areas of Tabas Region. Journal of Arid Regions Geographic Studies, 13(50), 39-17. Doi: 10.22034/jargs.2023.373969.0 (In Persian)
- Najafi kani, A., Najafi, K. 2021. Rural tourism capacity measurement and its role in the spatial and economic development in mountain areas Case study: villages in the central district of Damavand township. Serd; 10 (35):69-90. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3669-fa.html> (In Persian)
- Najafi, K., Farahani, H., Mohammadi Yeganeh, b., Najafi Kani, A. 2024. The role of tourism in the prosperity of small businesses and the economic development of rural areas (case: villages of Babolsar). Space Economy and Rural Development Quarterly. Year 12. Number 4. pp. 133-148. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-4011-fa.html> (In Persian)
- Safaeepour, M., Damanbagh, S., Tahery, H., & Razmgir, F. 2014. The Role of Tourism on Rural Economy Case Study: Banzarde Rural district in Dalaho city. Journal of Rural Research, 5(2), 423-444. Doi: 10.22059/jrur.2014.52478 (In Persian)
- Saqai, M., Alizadeh, D. 2013. Feasibility of rural tourism product in Paveh city. Geographical space. 13 (41):1-20. <http://geographical-space.iau-ahar.ac.ir/article-1-174-fa.html> (In Persian)
- Sarosa, S. 2007. The information technology adoption process within Indonesian small and medium enterprises. University of Technology, Sydney
- Shamsi, M., Khorasani, M.A., Motiei Langroudi, S.H. 2020. Quantifying the Effects of Diversification of Economic Activities on the Welfare Level of Rural Community (Case: Central Part of Kerman County). Regional Planning, 10(37). pp. 47-62. <https://ensani.ir/fa/article/425111/> (In Persian)
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E. and Simanavicius, A. 2022. Sustainable tourism development and competitiveness: the systematic literature review. Sustainable Development, 29, 259 -71. Doi: 10.1002/sd.2133.
- Sullian, A. 2003, Economics: Principles in Action .A dictionary of Business (1996), Second Edition, Oxford, p. 503
- Tayebi, A., parhizghar, M., amini, M. T., & shermohammadi, Y. 2021. Designing and explaining the model of tourism businesses with a sustainable development approach. Journal of Tourism Planning and Development, 10(36), 219-244. doi: 10.22080/jtpd.2021.19291.3329 (In Persian)
- UNWTO Tourism Highlights. 2018. <https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>.
- Widyaningsih, H., Yulianti, E., Hernawan, H., & Yusmawati, Y. 2020, February. The Impact of Sport Tourism as a Tourism Sector Analysis in Kepulauan Seribu, Indonesia. In 4th International Conference on Sport Science, Health, and Physical Education (ICSSHPE 2019) Atlantis Press. 50-52.
- Zhang, M., Macpherson, A., & Jones, O. 2006. Conceptualizing the learning process in SMEs Improving innovation through external orientation. International Small Business Journal, 24 (3): 299-323. <https://doi.org/10.1177/0266242606063434>