

# طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی در روستاهای هدف گردشگری

محمد رضا قلی پور

گروه کارآفرینی، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

محمودرضا چراغعلی<sup>۱</sup>

استادیار گروه مدیریت، دانشگاه گلستان، گرگان، ایران

هادی ثنائی پور

استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم انسانی آزادشهر، دانشگاه گنبد کاووس

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۶/۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۸

## چکیده

کارآفرینی اکوتوریسم از جمله مهمترین فعالیتهای اقتصادی است که در حال گسترش و استقبال عمومی در سطح جهانی می‌باشد. در مناطق روستایی اهمیت این موضوع بیشتر است چراکه به دلیل رکود بخش کشاورزی و مشکلات فراروی جوامع روستایی، راه‌حل جایگزین سیاست‌گذاران، توسعه کسب و کارهای روستایی است و بهره‌برداری از فرصت‌های اکوتوریسم می‌تواند به بازسازی اقتصاد روستایی و رفاه اجتماعی منجر شود. هدف از انجام این پژوهش طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری است که به روش آمیخته اکتشافی انجام شد. در مرحله اول با استفاده از مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته و نظرخواهی از خبرگان و مطلعین کلیدی، به استخراج مفاهیم پرداخته شد و با استفاده از روش نظریه برخاسته از داده‌ها در سه گام کدگذاری باز، محوری و انتخابی و بهره‌گیری از نرم‌افزار NVivo مدل مفهومی طراحی شد. در مرحله دوم روابط بین مولفه‌ها و ابعاد با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار Smart-PLS بررسی و آزمون شد. جامعه آماری این بخش، مدیران، کارآفرینان و کارشناسان فعال در حوزه اکوتوریسم بود که تعداد نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی مورگان ۲۴۸ نفر برآورد شد. نمونه‌گیری در این مرحله به روش تصادفی ساده صورت پذیرفت. نتایج نشان می‌دهد روابط علی مثبت و معنی‌داری بین عوامل فردی، بازاریابی، اقتصادی، فرهنگی، محیطی و حمایتی با توسعه کارآفرینی اکوتوریسم وجود دارد. در انتها نیز پیشنهادهایی مبتنی بر نتایج پژوهش ارائه شد.

**کلمات کلیدی:** اکوتوریسم، توسعه کارآفرینی، رفاه اجتماعی.

## مقدمه

امروزه کارآفرینی به‌عنوان موتور رشد اقتصادی و توسعه اجتماعی به‌شمار می‌آید (Tsai & Kuo, 2011) و حدود سی درصد تفاوت در نرخ رشد تولید ناخالص داخلی کشورها، ناشی از تفاوت در سطح فعالیت‌های کارآفرینانه آنها است (Audretsch et al., 2002). برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران به‌دنبال یافتن پاسخی برای این سوال هستند که چگونه اقتصاد کارآفرینانه، پویا و رقابتی ایجاد کنند (Stevenson & Lundström, 2001). کارآفرینی گردشگری یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد در جهان است. در سال ۲۰۱۴، تقریباً ۹ درصد به‌کل تولید ناخالص داخلی در دنیا کمک کرده و برآورد شده است که گردشگران بین‌المللی بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۳۰، به میزان ۳/۳ درصد سالیانه افزایش خواهند یافت تا به حدود ۱٫۸ میلیارد نفر برسد (UNWTO, 2015).

اکوتوریسم یکی از راه‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی است چراکه اساساً خدمات آن توسط کسب‌وکارهای کارآفرینانه ارائه می‌شود. اکوتوریسم، یکی از مهمترین و جذابترین انواع گردشگری است که به‌واسطه تنوع طبیعی و فرهنگی موجود در مناطق روستایی، توجه سیاست‌گذاران و کارآفرینان را به‌خود جلب کرده و به یکی از بخش‌های مهم اقتصادی در بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده است (Lee et al., 2011, p. 413). تحقیقات نشان می‌دهد بیشترین ظرفیت و فرصت برای گردشگری اکوتوریسم در مناطق روستایی قابل‌شناسایی است. اهمیت این نوع از گردشگری تا حدی است که در بسیاری از سیاست‌های توسعه‌ای روستایی در کشورهای مختلف، از اکوتوریسم به‌عنوان راه‌حلی برای بهبود معیشت روستائیان و کارآفرینی روستایی یاد می‌شود چراکه رونق گردشگری وابستگی زیادی به کارآفرینان گردشگری دارد (Najda-Janoszka & Kopera, 2014, p. 190-191).

در مناطق روستایی اهمیت این موضوع بیشتر است چراکه به‌دلیل رکود بخش کشاورزی و مشکلات فراروی جوامع روستایی، برنامه‌ریزان همواره بر اهمیت توسعه گردشگری روستایی تاکید کرده‌اند. لذا بهره‌برداری مناسب از این فرصت‌ها می‌تواند به کارآفرینی، درآمدزایی و ... در روستاها بیانجامد چراکه گردشگری روستایی، سیاستی برای بازسازی اقتصاد روستایی است (Kim, 2005: 14). همچنین طی سال‌های اخیر در سراسر اروپا برای رفع چالش‌های اقتصادی و اجتماعی نواحی روستایی که با کاهش فعالیت‌های کشاورزی سنتی روبه‌رو شده‌اند، گردشگری روستایی در کانون توجه قرار گرفته است (Sharply, 2008: 33). بنابراین کارآفرینی در حوزه اکوتوریسم نیازمند عوامل بسترساز و فراهم بودن شرایط محیطی برای شکل‌گیری و تحقق است و توسعه کارآفرینی اکوتوریسم یعنی مجموعه‌ای از عوامل و شرایط زمینه‌ای، سیاست‌ها و رویه‌های قانونی و شیوه‌های رفتاری منطبق با اصول کارآفرینی که در نهایت منجر به توسعه پایدار و افزایش رفاه اجتماعی روستائیان می‌شود (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۲). در زمینه رفاه اجتماعی، موضوع سرمایه اجتماعی اهمیت یافته است و در ایران نیز طی سال‌های اخیر توجه دولت بیشتر معطوف به سیاست‌گذاری‌های رفاه اجتماعی و اجرای برنامه‌هایی جهت کاهش فقر، ایجاد برابری و عدالت اجتماعی بوده است (میجلی، ۱۳۹۸). بی‌تردید رفاه اجتماعی محصول فرآیند توسعه اقتصادی است. در این شرایط، سیاست‌های مرتبط با توسعه کارآفرینی اهمیت یافته و توسعه کارآفرینی، الگوی مطلوبی برای توسعه منطقه‌ای محسوب می‌شود. با توجه به توضیحات مطرح شده، هدف از انجام این پژوهش پاسخگویی به این سوال است که مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی در روستاهای هدف گردشگری از چه ابعاد و مولفه‌هایی تشکیل شده و رابطه بین این ابعاد و مولفه‌ها چگونه است. پژوهش حاضر از لحاظ هدف بنیادی، از نظر ماهیت اکتشافی و از نظر روش گردآوری داده‌ها، آمیخته است که به ترتیب از روش‌های کیفی و کمی برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. در بخش کیفی

تحقیق از روش نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده شد که نوعی روش تحقیق کیفی است که به دنبال ایجاد نظریه است. نظریه‌ای که ریشه در داده‌های مفهومی دارد و براساس جمع‌آوری و تحلیل نظام‌مند داده‌ها، ایجاد شده و می‌تواند تبیین تئوری کاملی از پدیده اجتماعی مورد مطالعه در این پژوهش ارائه دهد. برای جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان و مطلعین کلیدی در حوزه توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی استفاده شد. در این بخش از روش نمونه‌گیری هدفمند به شیوه گلوله‌برفی استفاده شد. انتخاب این افراد بر مبنای تخصص و خبرگی آنها بوده که دارای مدرک دکتری با حداقل ۵ سال سابقه کار اجرایی و یا مدرک کارشناسی ارشد با حداقل ۱۵ سال سابقه کار اجرایی مرتبط و تجربه باشند و در خصوص موضوع تحقیق حاضر دارای تألیفات، مقالات و فعالیت‌های پژوهشی باشند. تعداد مصاحبه‌های انجام شده برابر ۱۵ مصاحبه است که برای اطمینان بیشتر از حد کافی نیز فراتر رفتیم. مدت مصاحبه‌ها بین ۴۵ الی ۶۰ دقیقه انجام شد. با انجام این تعداد مصاحبه، تشخیص محقق این بود که اطلاعات گردآوری شده به نقطه اشباع رسیده و نیازی به انجام مصاحبه بیشتر نیست. همچنین در مراحل مصاحبه بر رویکرد رفاه اجتماعی تأکید شد و اطلاعات با محوریت این موضوع از خبرگان اخذ شد. در تحلیل داده‌ها، از روش سیستماتیک استراوس و کوربین<sup>۱</sup> (۱۹۹۸) استفاده شد و رویکرد نظام‌مند مدل‌سازی در سه گام اصلی گذگذاری باز، گذگذاری محوری و گذگذاری انتخابی انجام شد. ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی نرم‌افزار NVivo بود که از این نرم‌افزار برای دسته‌بندی و طبقه‌بندی مفهوم‌های استخراج شده از مصاحبه و اسناد استفاده شد. پس از انجام مصاحبه‌ها و ادغام مفاهیم مشترک، به وسیله روش نظریه برخاسته از داده‌ها، مقوله‌ها در شش دسته شرایط علی، زمینه، پدیده یا مقوله محوری، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها استخراج شد و در نهایت الگوی پارادایمی طراحی شد. در بخش کمی، برای آزمون مدل از روش مدلیابی معادلات ساختاری<sup>۲</sup> با استفاده از نرم‌افزار Smart-PLS استفاده شده است. جامعه آماری مورد نظر در این بخش، مدیران سازمان‌ها و موسسات دولتی و خصوصی فعال در حوزه گردشگری و متخصص در زمینه کارآفرینی و اکوتوریسم به تعداد ۷۰۰ نفر بوده و حجم نمونه آماری با استفاده از جدول کرجسی و مورگان به تعداد ۲۴۸ نفر برآورد شد. نمونه‌گیری در این مرحله به روش تصادفی ساده صورت پذیرفت.

#### رویکرد نظری

#### کارآفرینی و اکوتوریسم کارآفرینانه

به طور کلی واژه‌ی کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. هیسریچ<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۰۵) فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می‌دانند که توأم با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است؛ نتیجه این فرایند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را با فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد. طبق واژه نامه‌ی دانشگاهی و بستر، کارآفرین کسی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را برعهده گیرد- (احمد پور، ۱۳۹۱).

در دنیای امروز توسعه کارآفرینی تبدیل به یک سیاست کلیدی شده و کارآفرینی به راهبردی‌ترین و ابزار اقتصادی جوامع پیشرفته تبدیل شده است. رشد و توسعه اقتصادی کشورها مرهون کارآفرینان و فعالیت‌های کارآفرینانه است.

<sup>۱</sup> Strauss and Corbin

<sup>۲</sup> SEM

<sup>۳</sup> Hisrich

از این رو لازمه دستیابی به توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها، توسعه کارآفرینی است (زالی و رضوی، ۱۳۹۵). بنابراین توسعه کارآفرینی و ترویج فرهنگ کارآفرینی در کشور یک ضرورت جدی اقتصادی، اجتماعی و سیاسی است (Bjuggren et al., 2010).

یکی از زمینه‌های بروز کارآفرینی در اکوتوریسم است. این شکل از گردشگری فعالیت‌های فراغتی انسان را اغلب در طبیعت امکان‌پذیر می‌سازد و مبتنی بر مسافرت‌های هدفمند همراه با برداشت‌های معنوی، دیدار از جاذبه‌های طبیعی و مطالعه آن‌ها و بهره‌گیری و لذت‌جویی از پدیده‌های متنوع طبیعت است و بر حفاظت از ارزش‌ها و جاذبه‌های طبیعی تکیه دارد. از نظر انجمن بین‌المللی اکوتوریسم، «اکوتوریسم سفری مسؤلانه به مناطق طبیعی است که در آن محیط زیست، حفظ و بر رفاه مردم محلی تأکید شود» (Situmorang and Mirzanti, 2012).

اکوتوریسم کارآفرینانه نوعی گردشگری بوده و هدف آن ایجاد مزیت برای افراد ساکن در روستا است. به‌عنوان مثال، امکان دارد روستاییان از گردشگران میزبانی کنند، طرح‌ها را خود مدیریت کرده و منافع را به اشتراک بگذارند. بنابراین، همه پروژه‌های گردشگری جامعه محور باید مردم محلی را هم در مزایای طرح و هم تصمیم‌گیری راجع به اداره آن، به طور منصفانه مشارکت دهند. این نوع گردشگری، برای گردشگران این امکان را فراهم می‌کند تا زیست-گاه‌های محلی و حیات وحش را کشف کرده و فرهنگ‌های سنتی و آیین‌های محلی را مورد تمجید و احترام قرار دهند. جوامع محلی نیز با آگاهی نسبت به ارزش‌های تجاری و اجتماعی میراث طبیعی و فرهنگی خود، در حفاظت از این منابع، تقویت خواهند شد (Haring and Claudio, 2014). در این رویکرد، اعضاء جامعه محلی، برای مشارکت در برنامه ریزی، مدیریت و بهره‌برداری از منافع فردی و جمعی گردشگری، فرصت‌هایی به دست خواهند آورد. چرا که اساساً توسعه اکوتوریسم جامعه محور با این دیدگاه که رشد مناسب آن باید با مشارکت جامعه و ذی‌نفعان همراه باشد، هماهنگ است (Yang et al., 2013).

اکوتوریسم کارآفرینانه و رفاه اجتماعی

اکوتوریسم فرصت بسیار مناسبی در اختیار بازدیدکنندگان قرار می‌دهد تا نسبت به اهمیت حفظ فرهنگ‌ها و چگونگی محافظت از فرهنگ‌های محلی و طبیعت آگاه شوند. این شرایط برای جوامع محلی و روستاها و نواحی دوردست درآمد خوبی ایجاد می‌کند. همچنین توسعه و اجرای اکوتوریسم در بردارنده نتایجی است که اهمیت نواحی حفاظت شده را افزایش داده و ارزش اقتصادی آنها را بالا می‌برد. اکوتوریسم می‌تواند در جوامع محلی پیرامون آن اشتغال‌زایی نموده و در آن انگیزه اقتصادی ایجاد کند (محمدپور زرنندی و طباطبایی، ۱۳۸۹). اکوتوریسم به تنوع زیستی، ارزش اقتصادی می‌دهد و اکوتوریست‌هایی که همه ساله به مناطق طبیعی جذاب مسافرت می‌کنند، سالانه میلیونها دلار به کشور میزبان ارز وارد کرده و برای بسیاری از مردم محلی اشتغال ایجاد می‌کنند. اکوتوریست‌ها به تسهیلات اقامتی، سرویس‌های پذیرایی در رستوران‌های لوکس نیاز ندارند و بدین ترتیب اکوتوریست‌ها تفاوت‌هایی عمده با توریست‌ها دارند. به عنوان مثال، منطقه جنگلی دور افتاده «مونه ورده» در کاستاریکا، سالانه ۱۵ هزار نفر بازدید کننده دارد و هر یک از اکوتوریست‌ها مبلغی ورودی اضافی می‌پردازند تا

صرف نگهداری هر چه بیشتر منطقه شود. بسیاری از کشورها درآمد بسیار بالایی از اکوتوریسم دارند، به طوری که می‌توانند از این درآمد برای بهتر ساختن وضع زندگی و معیشتی مردم حداکثر استفاده را ببرند. اغلب کشورهای آفریقایی از این دست هستند. اکوتوریسم یکی از الگوهای فضایی گردشگری در عصر پسا مدرن است و این در حالی است که از نظر اقتصادی نیز سبب پویایی اقتصاد جوامع محلی با ایجاد اشتغال و درآمد می‌شود (سلطانی و همکاران، ۱۳۹۲). با این تفاسیر، اکوتوریسم می‌تواند به رفاه اجتماعی منجر شود. رفاه اجتماعی، یکی از مباحث مهم اقتصادی - اجتماعی که در مجامع، سازمان‌ها و متون اقتصادی مطرح گردیده که در چهار مفهوم اصلی رفاه عمومی، بهزیستی، همیاری و رفع نیازهای افراد به‌کار می‌رود (بیرو، ۱۳۹۳).

رفاه اجتماعی تعبیری است که بیشتر به یک وضعیت چندجانبه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی معطوف است و حفظ شأن انسان‌ها و مسئولیت‌پذیری جامعه در قبال آن و ارتقای توانمندی کلیت جامعه در عرصه‌های فردی و جمعی از اهداف اساسی آن است و مهم‌ترین وجه آن زدودن یا کاهش فقر در جامعه است (کارکنان نصرآبادی، ۱۳۹۲). رفاه اجتماعی را نمی‌توان صرفاً توسط مؤلفه‌های اقتصادی و مادی تضمین کرد و علاوه بر آن باید منابع جامعه مدنی از جمله سرمایه‌های اجتماعی و گروه‌های گوناگون مردم را فعال و بسیج کرد (میجلی، ۱۳۹۸). رفاه اجتماعی محصول فرآیند توسعه اقتصادی است و توسعه اقتصادی به معنای فراگیر آن، زمانی اتفاق می‌افتد که فقر و نشانه‌های آن از جامعه زدوده شوند. توسعه، فرآیند بهبود بخشیدن به کیفیت زندگی مردم است که از سه جنبه مهم برخوردار است: (الف) ارتقای سطح زندگی مردم (ب) ایجاد شرایطی که موجب رشد عزت نفس مردم شود و (ج) افزایش آزادی‌های مردم در انتخاب، از طریق وسعت بخشیدن به حدود متغیرهای انتخاب آنها. به این ترتیب توسعه اقتصادی نقش بسزایی در بهبود کیفیت زندگی داشته و افزایش رفاه عمومی را در زمره هدف‌های اصلی قرار می‌دهد (بیرو، ۱۳۹۳).

در خصوص توسعه کارآفرینی، توسعه اکوتوریسم و همچنین کارآفرینی در اکوتوریسم تاکنون پژوهش‌های متعددی به‌طور مجزا انجام شده اما بررسی پایگاه‌های پژوهشی و جستجو در منابع علمی نشان می‌دهد موضوع توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی تاکنون مغفول مانده و از آنجا که کارآفرینی اکوتوریسم بر بستر مناطق روستایی شکل می‌گیرد، انجام پژوهشی در این زمینه اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. برخی از مهمترین تحقیقات و نتایج آنها در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: خلاصه نتایج تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط با موضوع پژوهش

نویسندگان	عنوان	نتیجه
حبیبی و کتعی کاشانی (۱۳۹۸)	تأثیر کارآفرینی راهبردی بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم	کارآفرینی راهبردی، ذهنیت کارآفرینانه، رهبری کارآفرینانه، فرهنگ کارآفرینانه، مدیریت استراتژیک منابع و بکارگیری خلاقیت توسعه بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم تأثیر دارد.
مراذاده و همکاران (۱۳۹۷)	پیشران‌های اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع‌محور	نتایج این تحقیق نشان داد که توانمندسازی روانشناختی با وزن ۰/۴۵۹، در جایگاه نخست قرار گرفت. توانمندسازی سیاسی با وزن ۰/۲۲۶، توانمندسازی اقتصادی با وزن ۰/۱۷۲، و توانمندسازی اجتماعی با وزن ۰/۱۴۲، در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.
یعقوبی و همکاران (۱۳۹۷)	ارزیابی تأثیر مولفه‌های توانمندسازی بوم‌گردی بر شبکه بهره برداران	توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی، شاخص‌های توانمند سازی روانشناختی و اجتماعی را ارتقا داده اما در شاخص‌های اقتصادی و سیاسی، میزان اثرگذاری در حد قابل قبولی نبوده است.
صالحی و همکاران (۱۳۹۷)	مشارکت محلی و توسعه بوم‌گردی در روستای جنت رودبار	نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه بوم‌گردی مثبت است. همچنین، نسبت به اثرات پیامدهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و محیط زیستی آگاه بوده و لذا از طرح‌های بوم‌گردی حمایت می‌نمایند.
قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۶)	الگوی توسعه کارآفرینی روستایی با رویکرد الگوسازی ساختاری تفسیری	از میان عوامل زیرساختی، اقتصادی، نهادی، مشارکتی، فردی و نظام‌های حمایتی شناسایی شده، "عوامل زیرساختی" مستقرترین (زیربنایی‌ترین عنصر) و عوامل فردی و مشارکتی روبنایی‌ترین عنصر (وابسته‌ترین عنصر) در مدل کارآفرینی مستقل روستایی منطقه

است	
لطفی و همکاران (۱۳۹۶)	نقش آموزش در تمایل به کارآفرینی بوم‌گردی بین توسعه کارآفرینی اکوتوریستی و میزان آموزش و آگاهی رابطه معنادار و همبستگی مثبت (مستقیم) وجود دارد و می‌توان ادعان داشت که با افزایش میزان آموزش و آگاهی، میزان کارآفرینی اکوتوریستی نیز در منطقه مورد نظر توسعه و افزایش پیدا می‌کند.
دستم و سوادی (۱۳۹۶)	این چارچوب شامل مشوق‌های محیطی و نهادی، ساختار و مدیریت توسعه، نگرش، رفتار و فرهنگ کارآفرینانه، تأمین منابع توسعه، نظام نوآوری، زمینه‌ها و فرصت‌ها و پیامدهای توسعه کارآفرینی در گردشگری ورزشی بود.
داوری و همکاران (۱۳۹۶)	بررسی عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ
شاطریان و همکاران (۱۳۹۵)	ارزیابی عوامل اثرگذار بر فضای ارزش آفرینی طبیعت گردی در اکوسیستم‌های بیابانی
امیدی و همکاران (۱۳۹۵)	بررسی عوامل موثر بر توسعه اکوتوریسم بین عوامل اقتصادی، زیرساختی، سیاست گذاری، اجتماعی و آموزشی - ترویجی و توسعه اکوتوریسم رابطه مثبت وجود دارد.
سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۴)	اولویت بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی
سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۳)	تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی
لی و جان (۲۰۱۹)	بررسی رابطه گردشگری و توسعه پایدار
فرانزیدیس (۲۰۱۹)	بررسی یک کسب‌وکار گردشگری اجتماعی
آکونیو و همکاران (۲۰۱۸)	چارچوب کارآفرینی اجتماعی توریسم برای توسعه پایدار
سونارتو و همکاران (۲۰۱۸)	توسعه کارآفرینی سبز برای حمایت از توان گردشگری
آرسیک و همکاران (۲۰۱۷)	اولویت‌بندی توسعه پایدار اکوتوریسم در پارک ملی درردپ
پروف و همکاران (۲۰۱۷)	یکپارچگی چارچوب‌ها برای توسعه اکوتوریسم
دی لیما و همکاران (۲۰۱۶)	توانمندسازی شرکت‌های اکوتوریسم و توسعه قومی
سیری ناری و همکاران (۲۰۱۶)	مناطق حفاظت شده خصوصی، توسعه بوم‌گردی و رفاه مردم
یاسی (۲۰۱۵)	توسعه صنعت گردشگری با کارآفرینی
چن (۲۰۱۴)	مزایای توسعه اکوتوریسم در جزایر گرمسیری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

## یافته‌ها

### یافته‌های بخش کیفی

در گام کیفی تحقیق، برای تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان از فرآیند کدگذاری باز، محوری و گزینشی مبتنی بر رویکرد سیستماتیک نظریه برخاسته از داده‌ها استفاده شد و برای دسته‌بندی داده‌ها از نرم‌افزار NVivo استفاده شد. بدین ترتیب ابتدا متن مصاحبه با خبرگان به صورت یک سند درآمد و سپس به عنوان یک ورودی در نرم افزار تعریف شد و در محیط نرم‌افزار جهت کدگذاری قرار گرفت و به تفکیک کدگذاری شدند. کدگذاری باز، بخش اول از فرآیند تحلیل است که به نام‌گذاری، مفهوم‌سازی و مقوله‌بندی پدیده (توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی) از راه تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها می‌پردازد. نمونه‌ای از مصاحبه‌ها در ادامه آورده شده است.

### خبره ۴:

"اصولاً گردشگری موجب فقر زدایی می‌شود. اما از آنجایی که بعضی از گونه‌های گردشگری بنحاطر عدم رعایت ظرفیت قابل تحمل موجب نگرانی از آینده مشترک بشر شد. سازمان ملل با تعریف توسعه پایدار که عبارت از برطرف کردن نیازهای فعلی ما با در نظر گرفتن نیاز نسل‌های آینده بدون کاهش تولید آنها بود زمینه ساز گسترش اکوتوریسم با رویکرد ارتقا سطح درآمد جوامع محلی و روستایی شد"

خبره ۱۰:

"عواملی همچون آداب و رسوم و سنت‌های قدیمی و میراث فرهنگی به‌منظور بازگشت به نشاط اجتماعی در عصر کنونی که عصر صنعت مدرن و زندگی لوکس که دغدغه‌های فراوان ذهنی را برای انسان امروزی ایجاد کرده، زمینه ساز توسعه کارآفرینی رفاه اجتماعی روستاهای هدف می‌شود."

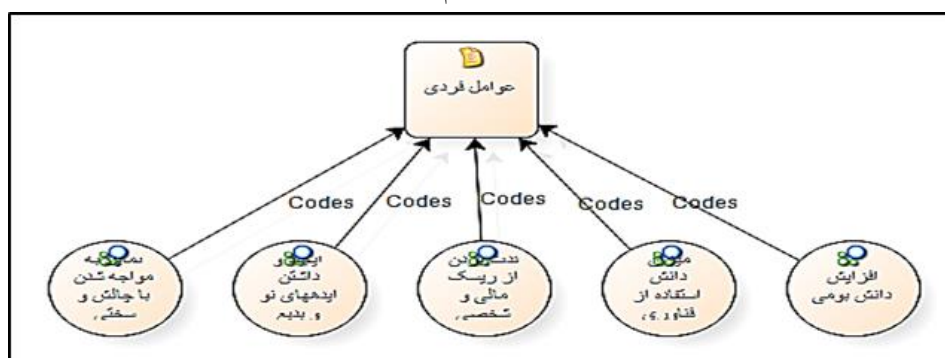
کدگذاری محوری، بخش دوم از تجزیه و تحلیل است که کدها (مقوله‌ها یا مفاهیم) مستخرج از جداول بالا در مرحله کدگذاری اولیه، پالایش و جهت تشکیل خانواده کدها (کدگذاری محوری) از یکدیگر تفکیک شدند. هدف از انجام این بخش، دسته‌بندی کدهایی است که متعلق به یک خانواده اند. نمونه‌ای از کدهای محوری مستخرج از مصاحبه‌ها در ادامه ارائه شده است.

جدول ۲: نمونه‌ای از مقوله‌های استخراج شده در مراحل کدگذاری باز و محوری

کدهای باز	کدهای محوری
افزایش دانش بومی	توانمندسازی، یادگیری و توسعه فردی
لذت بردن از ریسک مالی و شخصی	
تمایل به مواجه شدن با چالش و سختی	
ایجاد و داشتن ایده‌های نو و بدیع	
میزان دانش استفاده از فناوری	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

نمونه‌ای از دسته‌بندی داده‌ها در فرآیند کدگذاری در محیط نرم‌افزار NVivo به‌شکل زیر است:

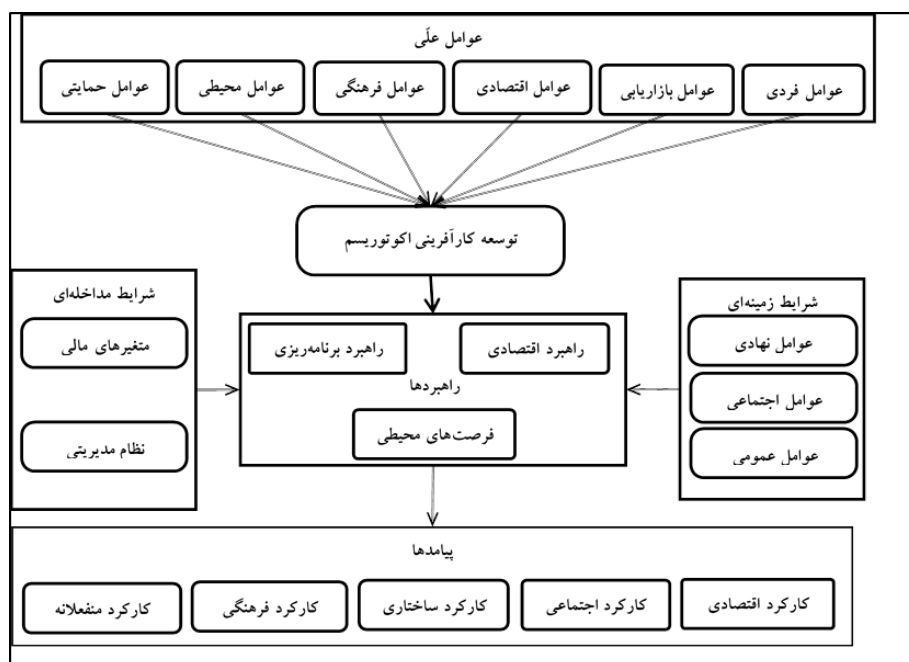


شکل ۱- نمودار درختی مقوله عوامل فردی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

کدگذاری گزینشی گام پایانی تحلیل کیفی است که در آن مقولات و مفاهیم فرمول‌بندی شده و روابط میان آنها ترسیم می‌شود. فرآیند کدگذاری که از داده‌ها آغاز شده و در طی فرآیند انتزاع به تدوین نظریه منتهی می‌شود. در این مرحله ارتباط میان کدهای متمرکز در قالب یک شبکه بیان می‌شود. در این مرحله به کمک پارادایم کدگذاری و به

کمک آنچه از مطالعه پژوهش‌های پیشین و تفسیر نتایج گفتگو با خبرگان به دست آمده، به صورت بندی مدل کیفی پژوهش پرداخته شد.



شکل ۲: مدل مفهومی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

#### اعتبارپذیری و اعتمادپذیری مدل مفهومی

اعتبار شامل فعالیت‌هایی است که احتمال بدست آوردن یافته‌های معتبر را افزایش می‌دهد. بدین منظور از معیارهای اعتمادپذیری، انتقال‌پذیری، اتکاپذیری و تأییدپذیری استفاده شد. پس از تهیه مدل مفهومی نهایی و برای اعتبارسنجی آن از نظرات ۸ تن از اساتید دانشگاه استفاده شد و مدل پیشنهادی با انجام اصلاحات لازم مورد تأیید این افراد قرار گرفت. رسیدن به قابلیت اعتبار یا همان اعتبارپذیری با استفاده از تکنیک‌های تثلیث، تکنیک کسب اطلاعات دقیق موازی، تکنیک کنترل‌های اعضا، خود بازمینی محقق در طی فرایند جمع آوری و تحلیل داده‌ها و استفاده از کمیته راهنما حاصل شد.

#### یافته‌های بخش کمی

در این بخش با استفاده از رویکرد مدل‌یابی معادلات ساختاری، به بررسی الگوی پیشنهادی پرداخته شد. برای ارزیابی نیکویی برازش الگو از معیارهای بارهای عاملی، آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی، روایی همگرا و معیار GOF استفاده شد. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰,۴ می‌باشد که محاسبات نشان داد تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سؤالات از ۰,۴ بیشتر است و نشان از مناسب بودن این معیار دارد. لذا نشانگرهای انتخابی با زیربنای عاملی طرح تحقیق مناسب می‌باشند؛ بنابراین با توجه به دقت الزام برای اندازه‌گیری سازه‌های تحقیق در این مرحله به بررسی ارتباط علی بین سازه‌های تحقیق پرداخته شود. مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در PLS، بعد از سنجش بارهای عاملی ضرایب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی محاسبه و گزارش می‌شود (جدول ۲).

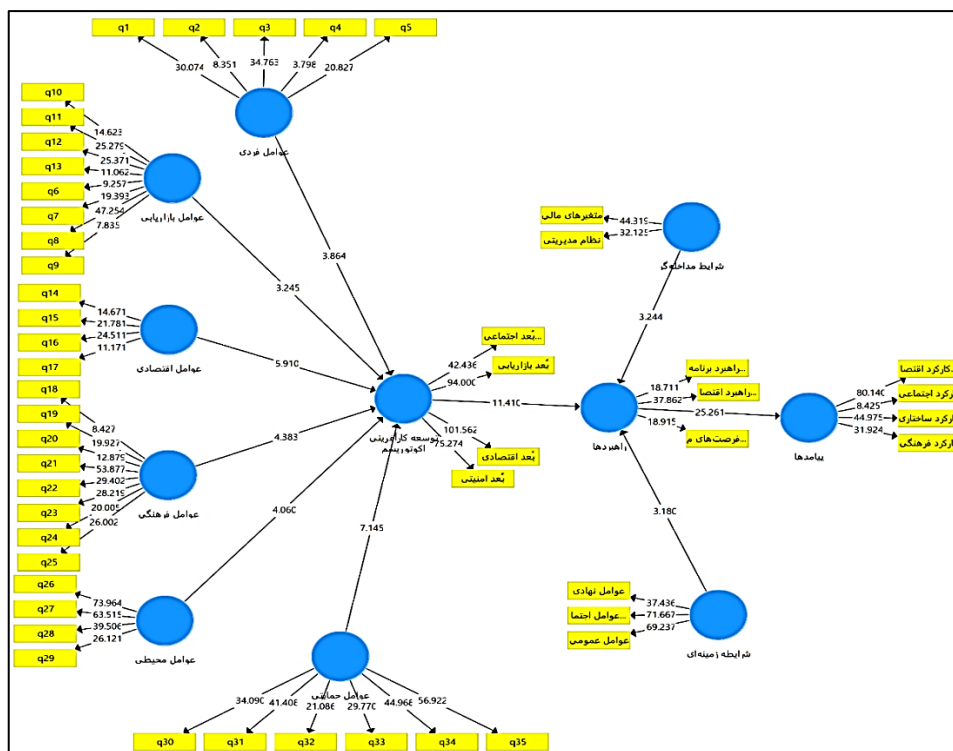


جدول ۲: نتایج معیار آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها (نویسندگان، ۱۳۹۹)

متغیرهای مکنون	ضریب آلفای کرونباخ (Alpha>0.7)	ضریب پایایی ترکیبی (CR>0.7)	میانگین واریانس استخراجی (AVE>0.5)
عوامل فردی	۰,۷۸۶	۰,۸۴۸	۰,۶۵۵
عوامل بازاریابی	۰,۷۹۶	۰,۸۴۹	۰,۶۲۳
عوامل اقتصادی	۰,۷۲۰	۰,۷۹۶	۰,۶۶۶
عوامل فرهنگی	۰,۸۴۰	۰,۸۷۹	۰,۶۸۲
عوامل محیطی	۰,۸۶۵	۰,۹۰۹	۰,۷۱۴
عوامل حمایتی	۰,۸۸۲	۰,۹۱۱	۰,۶۱۳
توسعه کارآفرینی اکوتوریسم	۰,۹۱۵	۰,۹۴۰	۰,۷۹۷
شرایط مداخله	۰,۷۴۹	۰,۸۵۰	۰,۷۳۹
شرایط زمینه‌ای	۰,۸۶۱	۰,۹۱۵	۰,۷۸۲
راهبردها	۰,۸۹۸	۰,۹۱۱	۰,۵۵۶
پیامدها	۰,۸۱۳	۰,۸۷۵	۰,۶۴۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به اینکه مقدار مناسب برای آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ۰,۷ است و معیارهای پیشنهادی مقدار مناسبی را اتخاذ نموده‌اند و می‌توان مناسب بودن وضعیت پایایی پژوهش را تأیید نمود. روایی همگرا معیار دوم از بررسی برازش مدل‌های اندازه‌گیری است که به بررسی میزان همبستگی هر سازه با سؤالات (شاخص‌ها) می‌پردازد. با توجه به اینکه مقدار مناسب برای AVE، ۰,۵ است و معیارهای پیشنهادی مقدار مناسبی را اتخاذ کرده‌اند، در نتیجه مناسب بودن روایی همگرا تأیید می‌شود. در ادامه مدل ساختاری یا آزمون معنی‌داری ضرایب مسیر فرض شده در مدل تحقیق و واریانس تبیین شده (ضریب تبیینی) برآورد شد. مدل معادلات ساختاری روابط علی بین متغیرهای نهانی یا مکنون را مشخص می‌کند و آثار علی و میزان واریانس تبیین شده را شرح می‌دهد که نتایج آن در شکل ۲ نمایش داده شده است.



شکل ۲: نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری برای بررسی الگوی پژوهش منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

بررسی برازش مدل در حداقل مربعات جزئی با استفاده از معیار کیفیت جهانی انجام می‌شود. ه شاخص نیکویی و برازش بالاتر از ۰,۵ است که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل است (جدول ۳).

جدول ۳: محاسبه برازش مدل ساختاری

متغیر	Communality	R2
عوامل فردی	۰,۶۵۵	--
عوامل بازاریابی	۰,۶۲۳	--
عوامل اقتصادی	۰,۶۶۶	--
عوامل فرهنگی	۰,۶۸۲	--
عوامل محیطی	۰,۷۱۴	
عوامل حمایتی	۰,۶۱۳	
توسعه کارآفرینی اکوتوریسم	۰,۷۹۷	۰,۷۰۱
شرایط مداخله	۰,۷۳۹	--
شرایط زمینه‌ای	۰,۷۸۲	--
راهبردها	۰,۵۵۶	۰,۵۲۳
پیامدها	۰,۶۴۴	۰,۵۶۳
شاخص نیکویی برازش	GOF = ۰,۶۳۶	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

با توجه به جدول ۳ مقدار GOF برای مدل پژوهش بالای ۰,۵ است. بنابراین مدل پژوهش، قدرت آزمون فرضیه‌ها را دارد. بدست آوردن مقدار ۰,۶۳۶ برای GOF در مورد مدل مفهومی پژوهش، برازش بسیار مناسب مدل کلی آن تأیید می‌شود.

جدول ۴: تحلیل مسیر آثار سازه‌های تحقیق به منظور آزمون مدل تحقیق

اثر متغیر	بر متغیر	ضریب مسیر	t مقدار	P	نتیجه	R2
عوامل فردی	۰,۱۹۵	۳,۸۶۴	۰,۰۰۰۱*	پذیرش		
عوامل بازاریابی	۰,۱۷۸	۳,۲۴۵	۰,۰۰۱**	پذیرش		
عوامل اقتصادی	۰,۲۶۱	۵,۹۱۰	۰,۰۰۰۱**	پذیرش	۰,۷۰۱	
عوامل فرهنگی	۰,۲۲۵	۴,۳۸۳	۰,۰۰۰۱**	پذیرش		
عوامل محیطی	۰,۲۰۳	۴,۰۶۰	۰,۰۰۰۱**	پذیرش		
عوامل حمایتی	۰,۴۱۱	۷,۱۴۵	۰,۰۰۰۱**	پذیرش		
توسعه کارآفرینی اکوتوریسم	۰,۶۶۸	۱۱,۴۱۰	۰,۰۰۰۱**	پذیرش		
شرایط مداخله‌گر	۰,۲۲۰	۳,۲۴۴	۰,۰۰۲**	پذیرش	۰,۵۲۳	
شرایط زمینه‌ای	۰,۲۱۶	۳,۱۸۰	۰,۰۰۰۱**	پذیرش		
راهبردها	۰,۷۵۰	۲۵,۲۶۱	۰,۰۰۰۱**	پذیرش	۰,۵۶۳	

\*\*معنی‌داری کمتر از یک درصد؛ \*معنی‌داری کمتر از ۵ درصد

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

کارآفرینی از رویکردهای جدید در زمینه نوآوری اقتصادی و از راهکارهای جدید مورد توجه برای توسعه اقتصادی مناطق روستایی است. در این راستا کارآفرینی گردشگری و به‌ویژه کارآفرینی اکوتوریسم از جمله مهمترین فعالیت‌های اقتصادی روستاهای امروزی است که به شدت در حال گسترش و استقبال عمومی در سطح جهانی می‌باشد. از این‌رو با رویکرد میان رشته‌ای، نگاه کارآفرینانه به فعالیت‌های گردشگری و اکوتوریسم روستایی از

موضوعات و مباحث جدید علمی است که برای عملیاتی کردن آن نیاز مدل‌سازی و برنامه‌ریزی آینده‌نگر با رویکرد راهبردی است. بر این اساس هدف از انجام این پژوهش طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری است که به روش آمیخته اکتشافی انجام شد. در مرحله اول با بهره‌گیری از مبانی نظری، پیشینه تحقیق و همچنین با استفاده از مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته و نظرخواهی از خبرگان و مطلعین کلیدی، به استخراج مفاهیم پرداخته شد و با استفاده از روش نظریه برخاسته از داده‌ها در سه گام کدگذاری باز، محوری و انتخابی، مدل مفهومی طراحی شد. سپس اعتبارپذیری و اعتمادپذیری یافته‌های تحقیق مورد بررسی قرار گرفت.

در مرحله دوم روابط بین مولفه‌ها و ابعاد با استفاده از روش مدل‌یابی معادلات ساختاری بررسی و آزمون شد. نتایج نشان می‌دهد روابط علی مثبت و معنی‌داری بین عوامل فردی، بازاریابی، اقتصادی، فرهنگی، محیطی و حمایتی با توسعه کارآفرینی اکوتوریسم وجود دارد. سازه عوامل حمایتی، اقتصادی و فرهنگی و محیطی بیشترین تأثیر را بر سازه توسعه کارآفرینی اکوتوریسم دارد و ضریب مسیر این متغیرها در سطح کمتر از یک درصد معنادار است. عوامل فردی، بازاریابی، اقتصادی، فرهنگی، محیطی و حمایتی با ضریب تعیین  $0,701$  توانایی تبیین  $70/1$  درصد از تغییرات توسعه کارآفرینی اکوتوریسم را دارند.

همچنین روابط علی مثبت و معنی‌داری بین توسعه کارآفرینی اکوتوریسم، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای با راهبردهای مدل وجود دارد. توسعه کارآفرینی اکوتوریسم، شرایط مداخله‌گر و شرایط زمینه‌ای با ضریب تعیین  $0,523$  توانایی تبیین  $52/3$  درصد از تغییرات متغیر راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم را دارند. نهایتاً اینکه روابط علی مثبت و معنی‌داری بین راهبردهای مدل با پیامدهای مدل وجود دارد. سازه راهبردهای مدل با ضریب تعیین  $0,563$  توانایی تبیین  $56/3$  درصد تغییرات متغیر پیامدهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم را دارد.

این پژوهش در راستای پژوهش‌های پیشین نظیر فرانزیدیس (۲۰۱۹) و داوری و همکاران (۱۳۹۶) در رابطه با حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه، لی و جان (۲۰۱۹)، دی لیما و همکاران (۲۰۱۶) و اسکالونا اورکا و همکاران (۲۰۱۵) در زمینه اهمیت کارآفرینی بر پایداری و رشد فزاینده محلی و تقویت اجتماعات محلی از طریق کارآفرینی اکوتوریسم، حبیبی و کنعانی کاشانی (۱۳۹۸) در رابطه با توسعه کارآفرینی اکوتوریسم، عسگری و همکاران (۱۳۹۷) در رابطه با پیشران‌های کلیدی در کارآفرینی مبتنی بر بوم‌گردی در روستاهای هدف گردشگری، قدیری معصوم و همکاران (۱۳۹۶) در زمینه نظام‌های حمایتی مؤثر در کارآفرینی مستقل روستایی و لطفی و همکاران (۱۳۹۶) و باسی (۲۰۱۵) در زمینه اهمیت آموزش و توانمندسازی بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی می‌باشد. در نهایت پیشنهادات مبتنی بر نتایج این پژوهش عبارتند از:

توجه به ابعاد و نتایج حاصل از این پژوهش برای برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها در زمینه توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای بوم‌گردی.

در نظر داشتن هر مقصد گردشگری (خصوصاً مناطق روستایی با قابلیت بوم‌گردی) به‌عنوان یک زیربخش توسعه اقتصادی - اجتماعی منطقه‌ای.

در نظر داشتن رویکرد توسعه پایدار و توجه به بهداشت، افزایش سلامت اهالی منطقه، حفظ سیما و منظر سنتی روستا با حمایت و تقویت محیط زیست بومی.

ایجاد تشکیلات و سازمان‌دهی نهادهای مردمی در زمینه‌ها و موضوعات متعدد اجتماعی بر اثر نتایج حاصل از توسعه بوم‌گردی در مناطق روستایی.

احیاء، اصلاح و یا ایجاد تشکل‌های مردمی در روستاهای هدف گردشگری با ارتقاء سطح آموزشی و واگذاری امور به مردم.

جذب مشارکت‌های مردمی در فعالیتهای عمرانی و توسعه‌ای روستاها که در نهایت منجر به توسعه زیرساخت‌ها، شرایط و ویژگی‌های کارآفرینی اکوتوریسم در روستاها می‌گردد.

توجه به افزایش دانش بومی در هر منطقه و افزایش میزان دانش استفاده از فناوری با ایجاد و داشتن ایده‌های نو و بدیع.

اصلاح و بازنگری قوانین و مقررات بانکی مثل کاهش الزامات و مراحل قانونی برای ارائه تسهیلات بانکی با نرخ بهره بانکی مناسب به کسب‌وکارهای بوم‌گردی.

سرمایه‌گذاری و استفاده از تمامی بسترهای تبلیغاتی در جهت جذب توریست با در نظر گرفتن محصولات و خدمات گردشگری با تدوین تاریخچه و معرفی جاذبه‌های طبیعی روستاها.

برگزاری جشنواره‌های مختلف فرهنگی، بازی‌های بومی و محلی و ارائه صنایع دستی منطقه با در نظر گرفتن و شناسایی افراد توانمند در روستاها برای توسعه اکوتوریسم.

تقویت راهبرد برنامه‌ریزی با تأمین زیرساخت‌های مهم و اساسی مستقر در روستاهای هدف گردشگری و استفاده از ظرفیت تولیدات محلی و بومی منطقه با برقراری امنیت اجتماعی.

شناسایی فرصت‌های محیطی با ایجاد فضای بانشاط، شادمانی و امید در بین جامعه از طریق تسهیل در امور گردشگری و سازماندهی مناسب امکانات.

تهیه فیلم‌ها و تیزرهای تبلیغاتی و توزیع آنها در بین مردم بومی و توریست‌ها به منظور آشنایی بیشتر با قابلیت‌های اکوتوریستی منطقه.

برنامه‌ریزی به منظور شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در منطقه به منظور ایجاد اشتغال مولد در منطقه و برای مردم بومی و جذب سرمایه‌گذار خارجی و توریست در مناطق روستایی.

## منابع

- احمدپور داریانی، محمود (۱۳۹۱). کارآفرینی، چاپ هشتم، شرکت پریس، تهران.
- امیدی نجف آبادی، مریم؛ حق بین، آبینا، فرج اله حسینی، سیدجمال (۱۳۹۵) بررسی عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم در لواسان کوچک، پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی، ۹(۳)، ۱۱-۲۲.

بیرو، آلن (۱۳۹۳) فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، انتشارات کیهان.  
حیبی، حمیدرضا و کنعانی کاشانی، علی (۱۳۹۸)، تأثیر کارآفرینی راهبردی و نقش آن بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم مورد مطالعه گردشگری استان تهران، سومین کنفرانس علمی دستاوردهای نوین در مطالعات علوم مدیریت، حسابداری و اقتصاد ایران، ایلام، موسسه پژوهشی آسو سیستم آرمون.

دانایی فرد، حسن؛ الوانی، سیدمهدی؛ آذر، عادل (۱۳۹۵) روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت، انتشارات گنج شایگان، چاپ ۱۱.  
داوری، علی، سفیدبری، لیلا، باقرصاد، وجیه. (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۰(۱)، ۱۰۱-۱۲۰.

دستوم، صلاح، سوادی، مهدی. (۱۳۹۶). طراحی چارچوب توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری ورزشی. فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)، ۷(۲)، ۲۴۹-۲۶۵.  
رضاقالی زاده، مهدیه. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گردشگری بر مثلث فقر، نابرابری و رشد اقتصادی. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱(۳۶)، ۱۲۵-۱۶۰.

زالی، محمدرضا (۱۳۹۵) معرفی دیده بان جهانی کارآفرین، دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی، تهران.  
زالی، محمدرضا؛ رضوی، سید مصطفی (۱۳۹۵) پژوهشی در زمینه: موانع توسعه کارآفرینی در ایران، دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی، تهران، چاپ پنجم.

زاهدی اصل، محمد (۱۳۹۱) مبانی رفاه اجتماعی، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.  
زاهدی، محمدرضا؛ شیبانی، ملیحه؛ علی پور، پروین (۱۳۸۸) رابطه سرمایه اجتماعی با رفاه اجتماعی، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ۹، شماره ۳۲، ۱۱۵.

سجاسی قیداری، حمدالله، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی. (۱۳۹۳). تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی. مطالعات برنامه ریزی سکونتگاه‌های انسانی، ۹(۲۶)، ۴۵-۷۰.

سجاسی قیداری، حمدالله، صادقلو، طاهره، افتخاری، عبدالرضا رکن الدین. (۱۳۹۴). سنجش و اولویت بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای گردشگری رود دره‌ای استان تهران). مجله آمایش جغرافیایی فضا، ۵(۱۶)، ۷۱-۸۸

سجاسی قیداری، حمدالله؛ افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی و آذر، عادل (۱۳۹۳). الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه موردی: از رود دره‌های گردشگری استان تهران)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۶، شماره ۲: ۲۷۳-۲۹۳.

سجاسی قیداری، حمدالله؛ رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ پورطاهری، مهدی؛ آذر، عادل (۱۳۹۳) الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (مطالعه موردی: رود دره‌های گردشگری استان تهران)، پژوهش‌های جغرافیای انسانی، دوره ۴۶، شماره ۲، (پیاپی ۸۸)، ص ۲۷۳-۲۹۲.

سعیدی کیا، مهدی (۱۳۹۲). آشنایی با کارآفرینی، نشر سپاس.

سلطانی، زهرا؛ کیانی، صدیقه و تقدیسی، احمد (۱۳۹۲). نقش اکوتوریسم در فرصت‌های شغلی و افزایش درآمد (مطالعه: شهرستان خوانسار)، تحقیقات جغرافیایی، سال ۲۸، شماره ۴: ۱۳۷-۱۵۲.

سلیمی منش، جبار؛ مدیری، مهدی؛ باقری سیدشکری، سجاده؛ عباسی، (۱۳۹۰) تحلیل و ارزیابی پتانسیل‌ها و راهبردهای توسعه اکوتوریسم در منطقه ریجاب، اطلاعات جغرافیایی، ۷۸: ۴۳-۴۹.

شاطریان، محسن؛ کیانی سلمی، صدیقه و زورمند، پریناز (۱۳۹۵) ارزیابی عوامل اثر گذار بر فضای ارزش آفرینی طبیعت گردی در اکوسیستم‌های بیابانی (نمونه موردی: مرنجاب). مهندسی اکوسیستم بیابان، شماره (۱۳)، ۱۲۹-۱۱۷.

شهرکی، حسن، موحدی، رضا، یعقوبی فرانی، احمد. (۱۳۹۵). واکاوی مولفه‌های فرهنگی و اجتماعی کارآفرینی روستایی: یک پژوهش

- کیفی. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۹(۴)، ۷۴۹-۷۶۸.
- صالحی، صادق؛ ابراهیمی، لیلیا؛ فتاحی، ناصر (۱۳۹۷) مشارکت محلی و توسعه بوم‌گردی (مطالعه موردی، روستای جنت رودبار)، آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، شماره (۳)، ۱۳۶-۱۲۱.
- عسگری، رسول؛ شمس‌الدینی، علی و کردوانی، پرویز (۱۳۹۷) ارائه مدل آینده نگر کارآفرینی مبتنی بر بوم‌گردی در روستاهای هدف گردشگری (مطالعه موردی: روستاهای هدف شهرستان خوروبابانک). برنامه ریزی منطقه‌ای، شماره (۳۱)، ۱۰۲-۹۱.
- فیتزپتریک، تونی (۱۳۹۵) نظریه رفاه، ترجمه هرمز همایون پور، تهران انتشارات گام نو.
- قادرمزی، حامد (۱۳۹۴) برنامه ریزی راهبردی توسعه اشتغال در نواحی روستایی شهرستان جواترود، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال چهارم، شماره ۱ (پیاپی ۱۱)، ص ۱۰۹-۱۳۰.
- کارکنان نصرآبادی، محمد (۱۳۹۲) اشتغال، رفاه اجتماعی و کارآفرینی جوانان، کنگره پیشگامان پیشرفت.
- لطفی، صدیقه؛ رمضان زاده لسبویی، مهدی و ابراهیمیان، مهناز (۱۳۹۶) سنجش نگرش مردم نسبت به نقش آموزش در تمایل به کارآفرینی بوم‌گردی (مطالعه موردی: منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک). برنامه ریزی و توسعه گردشگری، شماره (۲۱)، ۷۶-۵۴.
- محمدپور زرنندی، حسین و طباطبائی، سید محسن (۱۳۸۹). تأثیر اکوتوریسم در توسعه اقتصاد گردشگری شهر تهران، ویژه نامه اقتصاد گردشگری شهری.
- مرادزاده، عبدالباسط، قاسمی، محمد، سالارزهی، حبیب ...، یعقوبی، نورمحمد، بذرافشان، جواد. (۱۳۹۷). اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع‌محور. فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، ۱۱(۱)، ۱۶۱-۱۷۹.
- میجلی، جیمز (۱۳۹۸) رفاه اجتماعی در جهان، ترجمه محمدتقی جغتایی، تهران، دانشگاه علوم بهزیستی.
- یعقوبی، نورمحمد؛ مرادزاده، عبدالباسط و عرب، عباس (۱۳۹۷) ارزیابی تأثیر مؤلفه‌های توانمندساز بوم‌گردی بر شبکه بهره برداران. علوم مدیریت ایران، شماره (۱۳)، ۱۰۳-۸۱.
- Amolo, J. & Migiro, S.O.(2015). An entrepreneurial flair development: the role of an ecosystem. Problems and Perspectives in Management, Volume 13, Issue 2, 494-505.
- Arsic, S., Nolic, D., Zivcovic, Z. (2017). Hybrid SWOT - ANP - FANP model for prioritization strategies of sustainable development of ecotourism in National Park Djerdap, Serbia, Forest Policy and Economics, 80, 11-26.
- Ashton, R.E. (2011). Defining the ecotourism based on site needs. Kusler, JA. Compiler, Ecotourism and resource conservation, 3 (4): 9-18.
- Audrestch, D. B., Thurik, A. R., Verheul, I., & Wennekers, S. (2002). Entrepreneurship: Determinants and Policy in a European-US Comparison. Boston, Dodrecht and London: Kluwer.
- Baksh, R., Hakim, S.L., & Nugroho, I. (2013). Social Capital in the Development of Ecotourism: A Case Study in Tambaksari Village Pasuruan Regency, East Java Province, Indonesia. Journal of Basic and Applied Sciences Research, 3(3): 1-7.
- Bansal, S., Garg, I., & Sharma, G. D. (2019). Social Entrepreneurship as a Path for Social Change and Driver of Sustainable Development: A Systematic Review and Research Agenda. Sustainability, 11(4), 1091.
- Bassey B.E. (2015) Transforming the Nigeria tourism industry through tourism entrepreneurial development, African Journal of Business Management, 9(15): 569-580
- Bjuggren. C, Johansson. D, Stenkula. M; (2010) "Using Self-employment as Proxy for Entrepreneurship: Some Empirical Caveats", Ratio Working Papers,.
- Butler, J., Garg, R. Stephens, B. (2015). Social Networks, Funding, and Regional Advantages in Technology Entrepreneurship, Social Networks, Funding, and Regional Advantages.
- Chen, H. S. (2014). A Study on Benefit Evaluation of Recreational Resource by Developing Ecotourism in Tropical Islands, Journal of Geography & Natural Disasters, 4:119.
- Chirozva, C. (2015). Community agency and entrepreneurship in ecotourism planning and development in the Great Limpopo Transfrontier Conservation Area. Journal of Ecotourism, 14(2-

- 3), 185-203.
- De Lima, I. Borges; Kumble, Peter. A, De Almeida, M. Geralda; Chaveiro, E. Felício; Ferreira, Lara Cristine Gomes and Mota, R.D. (2016) Ecotourism community enterprises and ethno-development: modeling the Kalunga empowerment possibilities in the Brazilian savannah, *Braz J Sci Technol*, 3:1 DOI 10.1186/s40552-016-0013-8.
- Escalona-Orcao. A. et al. 2015. "A pathway for local development. The clusters of creative industries in small cities and rural areas of Spain". *Semestrare di Studi e Ricerche di Geografia*. Roma - XXVII, Fascicolo.
- Franzidis, A. (2019), "An examination of a social tourism business in Granada, Nicaragua", *Tourism Review*, Vol. 74 No. 6, pp. 1179-1190.
- Haring, L. S. & Claudio, M. (2014), *Touring responsibility: The trouble with 'going local' in community-based tourism in Thailand*, *Geoforum*, Volume 51, 96-106.
- Hisrich, R., Peters, M. and Dea, S., (2005). *Entrepreneurship*, MC, Grow Hill, New York.
- Kim, MJ-Kyund. (2005), *Determinants of Rural Tourism and Modeling Rural Tourism Demand in Korea*, *Journal of cleaner production*, vol. 3, No. 9, Pp. 1-11.
- Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.
- Lee, C. K. (2011). The Economic Impact of International Inbound Tourism on the South Korean Economy and its Distributional Effects on Income Classes A. *Journal of Hospitality Management*, 30, 827– 835.
- Lordkipanidze, M. and Brezet, H. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development', *Journal of Cleaner Production* 13: 787-798.
- Lordkipanidze. M., (2002), *Enhancing entrepreneurship in rural tourism for sustainable regional development. The case of Söderslätt region, Sweden*, The International Institute for Industrial Environmental Economics, IIIIEE, Lund University.
- Najda-Janoszka, M., & Kopera, S. (2014). Exploring barriers to innovation in tourism industry – the case of southern region of Poland. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 190 – 201
- Peroff, D. M., Deason, G. G., Seekamp, E., Iyengar, J. (2017). Integrating frameworks for evaluating tourism partnerships: An exploration of success within the life cycle of a collaborative ecotourism development effort, *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 100–111.
- Serenari, C., Peterson, M. N., Wallace, T., & Stowhas, P. (2017). Private protected areas, ecotourism development and impacts on local people's well-being: a review from case studies in Southern Chile. *Journal of sustainable tourism*, 25(12), 1792-1810.
- Sharpley, R. (2008). Planning for tourism: the case of Dubai. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5, 1, 13 – 30.
- Situmorang, D. and Mirzanti, I. (2012). Social entrepreneurship to develop ecotourism, *Procedia Economics and Finance*, 4: 398-405.
- Stevenson, L. & Lundström, A. (2001). *Entrepreneurship Policy for the Future: Best Practice Components*, Keynote Presentation at the 46th World Conference of the International, Council for Small Business, Taipei: ROC.
- Tsai, W. H., & Kuo, H. C. (2011). Entrepreneurship policy evaluation and decision analysis for SMEs. *Expert Systems with Applications*, 38, 8343–8351.
- UNWTO Annual Report (2015), Published by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain.
- Yang, J., Ryan, C., & Zhang, L. (2013). Social conflict in communities impacted by tourism. *Tourism Management*, 35, 82-93.