

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

حمدالله سجاسی قیداری^{۱*} - عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری^۲ - مهدی پور‌طاهری^۳

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

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

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

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۱۲/۰۱ تاریخ تصویب: ۱۳۹۲/۰۲/۱۵ صص ۲۷-۳۷

چکیده

هدف: هدف اساسی از انجام تحقیق حاضر، شناخت تفاوتهای کارآفرینی اکوتوریستی درین روستاهای منطقه و اولویت‌بندی

روستاهای با پتانسیل گردشگری رودرهاي به لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی و تحلیل فضایی آنها است.

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

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

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

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

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

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

حفظات از منابع زیستی در مناطق روستایی خواهد بود که نتیجه آن، کمک به توسعه اقتصادی و پایداری روستاهای حاشیه کلان شهر است و افزون‌براین، شکل‌دهنده و تقویت‌کننده روابط درون منطقه‌ای بین کانون‌های شهری و روستایی در زمینه جذب فرصت‌ها، درآمدهای سرریز کانون‌های شهری به روستاهای انتقالی می‌باشد. زیرا، از یکسو کارآفرینان با شناسایی فرصت در زمینه‌های متفاوت، زمینه را برای متنوع‌سازی اقتصاد روستایی هموار می‌سازند. از سوی دیگر، محیط روستا به لحاظ دارابودن ظرفیت‌های بالقوء انسانی و طبیعی، دارای محیط بکر اقتصادی و نوآوری‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف زراعت، دامداری، بازدید از طبیعت، صنایع روستایی، صنایع دستی و خدمات گردشگری است؛ براین‌اساس، یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی به شدت در حال رشد و گسترش است، صنعت گردشگری می‌باشد. نقاط روستایی به دلیل برخورداری از ظرفیت‌های گردشگری می‌توانند به عنوان یکی از کانون‌های گردشگری در قلمرو سرزمینی باشند. به همین دلیل از بین فرصت‌های گردشگری موجود در مناطق روستایی، وجود جاذبه‌های طبیعی، چشم‌اندازهای بکر و آب و هوای مناسب زمینه را برای توسعه اکوتوریسم در روستاهای بیش از سایر جنبه‌های گردشگری تقویت می‌نمایند که این، منطبق با مناطق حفاظت‌شده رابطه هم‌زیستی وجود دارد و برای نواحی حفاظت‌شده درآمد مستقیم ایجاد می‌کند (درام و مور، ۱۳۸۸، ص. ۳۴)؛ البته باید توجه داشت که بر اساس موقعیت مکانی و زمانی، اکوتوریسم دارای گونه‌های متعددی است که یکی از پرجاذبه‌ترین آن‌ها اکوتوریسم درهای یا دره‌های گردشگری می‌باشد. این پدیده به ویژه در روستاهای مناطق حاشیه شهرهای بزرگ بیش از پیش اهمیت می‌یابد؛ زیرا، پیشرفت‌های تکنولوژیک، کم‌شدن زمان کار و تنش‌های روانی و خستگی ناشی از انواع آلودگی‌های شهری، آزادشدن بخش عمدت‌های از زمان به عنوان اوقات فراغت و آزاد به صورت روزانه و هفتگی، سبب ایجاد نیاز به حرکت از شهر به پیرامون (روستاهای و مناطق طبیعی با چشم‌انداز زیبا و دور از آلودگی‌ها) شده است؛ براین‌اساس، فرصت‌های متعدد اکوتوریستی روستاهای حاشیه شهرهای بزرگ، منبعی برای فشارهای مختلف زندگی ماشینی شهری می‌باشند (شهریان، ۱۳۸۳، ص. ۳۰). اگر فرصت‌های اکوتوریستی به درستی و با رویکرد کارآفرینانه، برنامه‌ریزی و مدیریت شوند، فرایند نیرومندی برای بهره‌وری اقتصادی پایدار و بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت

۱. مقدمه

۱.۱. طرح مسئله

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

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

۲. روش تحقیق

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

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

۲. روش‌شناسی تحقیق

۱.۲. قلمرو و جغرافیایی تحقیق

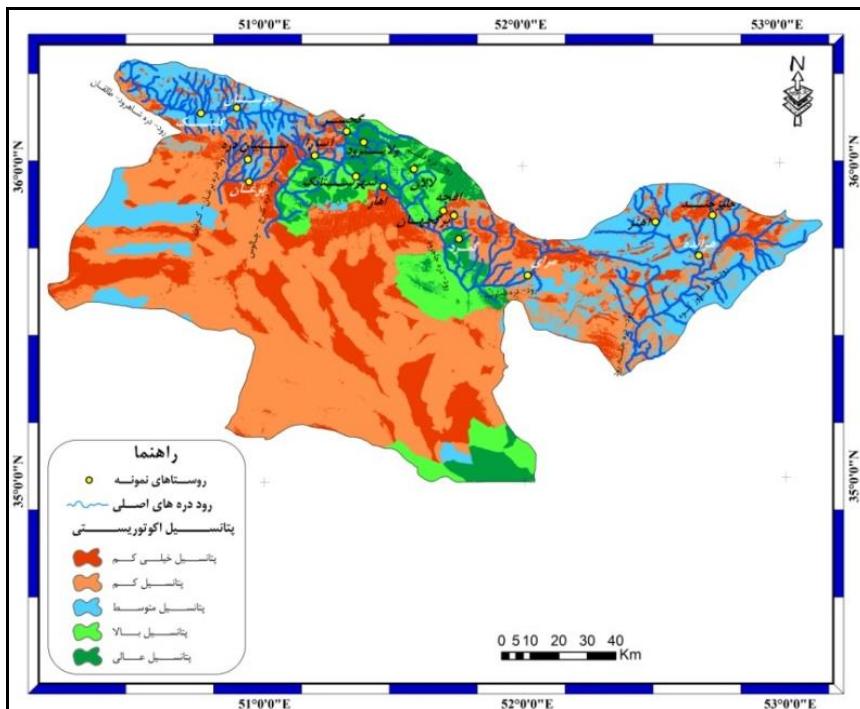
استان تهران با وسعتی حدود ۱۸۹۵۶ کیلومتر مربع بین ۳۴ تا ۳۶/۵ درجه عرض شمالی و ۵۰ تا ۵۳ درجه طول شرقی واقع شده است. این استان در جنوب مرکزی رشته‌کوه‌های البرز قرار دارد و به لحاظ موقعیت جغرافیایی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. استقرار در دامنه‌های جنوبی رشته‌کوه‌های البرز، منابع سرشار آبی و نیز شرایط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

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

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

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

نام روستا	نام مسیر
هرانده، جلیز جند، اهنز	فیروزکوه حبله رود
مرای	دماؤند
برگ جهان، کمرد، افجه	جاجروم و لوسانات
شهرستانک، آسارا، ولایترود، گچسر	رود کرج و چالوس
گلینک، جوستان	شاهروند- طالقان
برغان، سیبان دره	برغان- کردان
آهار، لالان	میگون- فشم



شکل ۱- روستاهای نمونه اکوتوریستی انتخاب شده براساس مدل پتانسیل اکوتوریستی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

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

از بین روستاهای هفده گانه انتخاب شده، ۹ روستا به عنوان روستاهای حفاظت شده و ۸ روستا بیرون از محدوده حفاظت شده قرار گرفتند. برای تعیین حجم نمونه از کسبوکارهای مرتبط با گردشگری مسیرهای هفتگانه و نیز روستاهای نمونه، به دلیل نبود داده‌های رسمی تلاش شد تا از طریق داده‌های جمع‌آوری شده در رابطه با وضع موجود کسبوکارهای مرتبط با گردشگری در منطقه به تعیین حجم نمونه اقدام گردد. لازم است ذکر شود داده‌ها با رویکرد خبره محوری از طریق بخشداری‌ها برای مسیرها و از طریق

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

۳. مبانی نظری تحقیق

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

موردمطالعه، از فرمول کوکران برای نمونه‌های معلوم با احتمال ۹۵٪ استفاده شد که نتیجه آن برابر با ۳۳۵ نمونه بود. توزیع نمونه‌ها براساس تناسب کسبوکارهای موجود در آن‌ها به دلیل کمبودن تعداد کسبوکارهای ذکر شده در مناطق روستایی نمونه (۷۳۰ مورد) نسبت به کل مسیرها (۱۸۷۳ مورد) بود. به همین دلیل تعداد نمونه‌های اختصاص‌یافته برای مجموع رستاهای نمونه بسیار پایین و برابر با ۹۴ نمونه و برای مسیرها برابر با ۲۴۱ مورد بود. افزون‌براین، توزیع ۹۴ نمونه در ۱۷ روستای نمونه براساس تناسب کسبوکارهای موجود در آن‌ها، تعداد نمونه موجود در هر روستا را کم می‌کند و بنابراین، قدرت و قابلیت تعمیم‌دهی نمونه بر جامعه آماری را پایین می‌آورد؛ بنابراین، برای مرکز بیشتر به نقاط روستایی نمونه با توجه به هدف مطالعه، از شیوه تناسب استفاده نکردیم و حداقل نمونه‌ها برای هر روستا در زمینه کسبوکارها را ۱۰ مورد در نظر گرفتیم. در مواردی که تعداد کسبوکارها مانند روستای جلیزجند بسیار بود، تعداد نمونه‌ها افزایش یافت و در مواردی که مانند سیستان‌دره کمتر بود، تعداد نمونه‌ها کمتر از ۱۰ مورد در نظر گرفته شد تا تناسب نسبی نیز برقرار گردد و تاحدودی امکان تعمیم‌دهی نتایج نیز وجود داشته باشد.

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

فرصت‌هایی را شناسایی کنند که مرتبط با محیط زیست باشد. به همین دلیل، کم کم مفاهیم و اصطلاحاتی نظری کارآفرینی زیست-محیطی، کارآفرینی اکولوژیک و کارآفرینی سبز برای تشویق کارآفرینان در عمل به مسؤولیت‌های زیستمحیطی، وارد ادبیات کارآفرینی گردیدند (مارسدن و اسمیت، ۲۰۰۵، ص. ۴۴۱؛ دین و مکمولن، ۲۰۰۷، ص. ۵۰؛ افتخاری و سجاسی‌قیداری، ۱۳۸۹، ص. ۷۸؛ شاهحسینی، ۱۳۸۶، ص. ۶۶؛ هال، گریگوریف و دانک، ۲۰۱۰). کارآفرینی زیستمحیطی^۳ نسبتاً یک زمینه جدید در مطالعات و تحقیقات دانشگاهی و دراستای پایداری^۴ و مسؤولیت‌های زیست-محیطی^۵ است؛ زیرا، به مرور زمان ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی مورده توجه در کارآفرینی تغییر یافته‌اند (ماساکی و هلسن، ۲۰۰۴، ص. ۱۴۸) و به اثرات زیستمحیطی کارآفرینی بیشتر از گذشته توجه شده است؛ زیرا، از یکسو به دلیل افزایش آگاهی اجتماعی از اهمیت محیط زیست و از سوی دیگر، ارتباط تنگاتنگ سلامتی اجتماعی و روانی با محیط زیست، امروزه بسیاری از مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات در الگوهای مصرفی بازآفرینی کرده‌اند (سوی و تیل، ۱۹۹۲، ص. ۵۲) و به سمت کالاهایی که استانداردهای زیستمحیطی را رعایت می‌کنند، گرایش پیدا کرده‌اند (کاتلر و آرمستانگ، ۱۹۹۹، ص. ۳۶۴). توجه به کارآفرینی زیستمحیطی نگرشی است که به اهمیت حفظ محیط زیست و استفاده از روش‌های بهینه و استفاده منطقی از منابع و حفظ نگهداری محیط زیست می‌اندیشد. کارآفرینی زیستمحیطی یا اکولوژیک، یعنی نظام کارآفرینی خاصی که توانایی حفظ، بهره‌برداری مناسب و بازاری محیط زیست را به صورت پایدار داشته باشد. این تعریف بسیار ساده‌ای از کارآفرینی زیستمحیطی است. کارآفرینی اکولوژیک در پرگیرنده ایده‌هایی متشکل از فناوری سبز، بازاریابی تجاری عادلانه و سبز، کشاورزی ارگانیک و اجتماعی، کسبوکارهای متعهد به اجتماع^۶ (اجتماع‌محور)، مدیریت سازمانی، کارآفرینی اجتماعی با اهداف غیرانتفاعی و فعالیت‌های مردم‌نهاد^۷ در چشم‌اندازی اکولوژیک از پایداری اجتماعی عملی^۸ است. کارآفرین سبز و به تعبیر دیگر، کارآفرین اکولوژیک فردی است که علاوه بر سودآوری و منفعت، به مسائل اجتماعی و محیط زیستی توجه می‌کند (مایکل، ۲۰۰۷).

دانش «کارآفرینی زیستمحیطی» دانشی است که از طریق خلاقیت و نوآوری به توسعه و بهره‌گیری پایدار از منابع طبیعی کمک می‌کند و با بعد محیط کارآفرینی مورد اشاره در مطالعات کارآفرینی که بر شرایط و محیط پیرامونی زمینه‌ساز کارآفرینی^۹ است. زیرا این نظریه اجتماعی، اقتصادی، قانونی، مالی، سیاسی، تدارکاتی؛ ۲. آشفتگی‌های محیطی؛ مانند: پیچیدگی محیطی، تهدیدات محیطی، پویایی‌های

و استفاده از اوقات فراغت پیوند عمیقی با محیط زیست و اجزای آن دارند که جذب گردشگر از این طریق زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های شغلی، درآمدی، پیوندهای مکانی-فضایی و نیز پیوند اجتماعی بین مکان‌ها می‌شود و ازوای جغرافیایی را کاهش خواهد داد (فیدگن، ۱۹۸۴، ص. ۴۲). چشم‌اندازهای طبیعی به طور گسترده در برگیرنده ابعاد بسیار وسیعی از پدیده‌های سطح زمین هستند که در قالب آب-وهوا، ساختارهای زمین‌شناسی نظری غارها و آتش‌شان‌ها را در بر می‌گیرد؛ بنابراین، چشم‌اندازهای محیطی به دلیل داشتن ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیستمحیطی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه کسب-وکارهای کوچک‌مقیاس اکوتوریستی از طریق کارآفرینی باشد.

فرصت‌های کارآفرینی حاصل از تقویت اکوتوریسم عبارت‌اند از: شکل-گیری بازارهای جدید اقتصادی به لحاظ عرضه و تقاضا، جلب توجه سیاست‌های کلان ملی به محیط زیست و ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی پنهان در آن، زمینه‌سازی برای ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها همانند حمل و نقل و جاده‌های ارتباطی، آب و برق، افزایش ارزش زمین‌های محلی و ایجاد درآمد برای افراد مرتبط با فعالیت اکوتوریستی (اسمیت، ۱۹۸۹، ص. ۱۳۶)؛ بنابراین، همان‌طور که مشاهده شد، در هر کدام از رویکردها به جنبه‌ای از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌ها برای توسعه کارآفرینی گردشگری توجه شده است. این در صورتی است که توسعه کارآفرینی در هریک از بخش‌ها و زیرمجموعه‌های گردشگری بدون توجه به همه عوامل امکان‌پذیر نیست؛ زیرا، از یکسو کارآفرینی به عنوان فعالیتی فرایندی است که از اجزای متعدد برخوردار است و از سوی دیگر، توسعه پایدار گردشگری و زیرمجموعه‌های آن دارای ابعاد متعدد می‌باشد که بدون درنظر گرفتن همه عناصر آن‌ها به صورت کل‌گرا و یکپارچه نمی‌توان کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری را دنبال کرد؛ بنابراین، مناسب‌ترین رویکرد برای توسعه کارآفرینی در حوزه‌های گردشگری روستایی به‌ویژه اکوتوریسم که دنبال کننده اهداف توسعه پایدار در صنعت گردشگری است، رویکرد زیستمحیطی می‌باشد؛ زیرا، تا به امروز تصور این باور که روزی کارآفرینی علاوه بر سودآوری و فروش، نگران سلامت تأمین-کننده و مصرف‌کننده نیز باشد، غیرممکن بود؛ اما پویایی و رقابت شدید و افزایش نگرانی نسبت به محیط زیست و نیز مقررات دولتی و افزایش آگاهی جامعه تولیدکننده، ارائه‌دهنده و مصرف‌کننده، کارآفرینان را بر آن داشت که در سلامت جسمانی و روانی و پاکیزگی محیط زیست در کنار سودآوری نیز تأمل کنند؛ بنابراین، امروزه صاحبان کسبوکارهای مختلف برای دست‌یابی به پایداری اکولوژیک در کسبوکار خود، از سوی دولتها و مشتریان تحت‌فشار هستند تا

فرصت در مناطق روستایی، زمینه شکل‌گیری فعالیتهای کارآفرینانه در حوزه گردشگری روستایی ایجاد شده است. امروزه کارآفرینی در توریسم اهمیت زیادی پیدا کرده است. نقش کارآفرینی ناشی از گردشگری، برای توسعهٔ نواحی روستایی می‌تواند بسیار حیاتی باشد؛ بنابراین، جستجوی مفهوم جدیدی از معیشت برای روستاییان از طریق اکوتوریسم بسیار ضروری است؛ زیرا، بسترهای چشم‌اندازهای محیطی در نواحی روستایی غلبه دارند و به علاوه، مسئولیت‌های محیطی کارآفرینی می‌توانند مبنای برای استفاده از منابع طبیعی موجود در روستاهای از طریق اکوتوریسم باشند و با این نگاه بر ارزش‌های غیرمادی منابع طبیعی و چشم‌اندازهای بکر روستاهای توجه ویژه‌ای شود؛ بنابراین، کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی که ویژگی بازی آن سازگاری با محیط و پایداری است، باید دارای این ویژگی‌ها باشد: توجه به محیط طبیعی، بومی و محلی، توجه به صنایع دستی و منحصر به فرد، تشکیلات اقتصادی توریستی با مقیاس کوچک و کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس اکوتوریستی؛ زیرا، از یک‌سو کارآفرینی در بخش گردشگری با چشم‌اندازهای بکر و منحصر به فرد مرتبط است (ماتسون، ساندیو، فوسینگ-ینسن، ۲۰۰۵، ص. ۳۷۸) و از سوی دیگر، کارآفرینان در حوزه گردشگری عمدتاً افرادی هستند که ویژگی اصلی آن‌ها نگاه هنرمندانه و خلاقانه به زیبایی‌های محیط اطراف است؛ بنابراین، شناخت این زیبایی‌ها و توزان‌های هنری و سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها در بین مشتریان می‌تواند خلق کنندهٔ محیط‌های کسب‌وکار جدید برای کارآفرینی باشد. این نوع کارآفرینان بین سلاطیق مشتریان و ذوق‌های هنری آن‌ها با منابع و فرصت‌های موجود ارتباط برقرار می‌کنند و اقدام به ایجاد فعالیتها یا ارائه خدماتی می‌کنند که بیش از نیازهای آن‌ها را برطرف سازد (لرد‌کیپانیدز، ۲۰۰۲، ص. ۳۲)؛ از این‌رو، می‌توان گفت اکوتوریسم روستایی یک فعالیت کارآفرینانه اقتصادی درجهت تصرف فضاهای جدید اقتصادی موجود در مناطق روستایی و ادغام آن‌ها در چرخهٔ اقتصادی است که در راستای اقتصاد زیباشتراحتی معاصر عمل می‌کند و منجر به کالایی‌شدن طبیعت نواحی روستایی با رهیافت اقتصاد سبز (نیفسی، ۲۰۰۱، ص. ۷۶۳) در چارچوب کارآفرینی زیست‌محیطی می‌گردد. افزون‌برایان، کارآفرینی اکوتوریستی پتانسیل به کارگیری روستاییان را به عنوان افراد محلی در زمینه‌هایی مانند خردۀ فروشی، مهمان‌نوازی، راهنمایی تورهای مختلف، استخدام در پارک‌های ملی و نیز فروش صنایع دستی و هنری فراهم می‌سازد (فولر، بولتینز، و کامینگز، ۲۰۰۵، ص. ۸۹۳). علاوه‌برایان، کارآفرینان حوزه گردشگری می‌توانند فعالیت کارآفرینانه خود را در زمینهٔ هتلداری، اداره مهمان‌سرا، مکان‌های منتخب برای کمپ، باع-

محیطی؛ ۲. تجربیات محیطی شخصی؛ مانند: مدل‌های نقش، تجربیات مرتبط با کار، محیط آموزشی و تحصیلی، خانواده (موریس و پاملان، ۱۹۹۵، ص. ۳۶)؛ لاندستروم و استیونسون، ۲۰۰۱، ص. ۲۰۰، کوه، ۱۹۹۵، ص. ۳۸-۳۹؛ لرد کیپانیدز، ۲۰۰۲، ص. ۳۱؛ موریسون، ۱۹۹۵، ص. ۱۹۵؛ مقیمی، ۱۳۸۴، ص. ۹۶؛ هاشمی، ۱۳۸۶، ص. ۲) تأکید دارند، تفاوت دارد؛ زیرا، توجه به اهمیت مسائل زیست‌محیطی برای افراد محلی و مشتریان و رعایت مسائل زیست‌محیطی در فعالیتهای کارآفرینی باعث ایجاد مزیت رقابتی برای کارآفرینان خواهد شد و از این طریق کارآفرینان می‌توانند به ایجاد یک پایگاه خوب در بازار دست یابند؛ بنابراین، فرصت جدید کارآفرینانه نیز در عرصه‌های زیست‌محیطی و اقتصادی زیست‌محیطی شکل گرفته است. این امر به ویژه در مناطق روستایی و فعالیتهای اقتصادی آن‌ها بسیار مهم و ضروری است؛ زیرا، روستاییان به دلیل شیوهٔ زندگی و نوع معیشت خود، بهره‌برداران اصلی و مستقیم منابع طبیعی (اراضی، آب، خاک، جنگل و مرتع) محسوب می‌شوند که حدود ۷۰٪ از عرصه‌های طبیعی کشور را در اختیار دارند و از آن بهره‌برداری می‌کنند (رضوانی، ۱۳۹۰، ص. ۵)؛ بنابراین، حفاظت از محیط‌زیست در برنامه‌ریزی‌های روستایی بسیار ضروری است. برای توسعهٔ روستایی، گرایش به کارآفرینی باید بر مبنای تحریک و انگیزش کارآفرینان محلی باشد. همچنین، علاوه‌بر ایجاد اشتغال و افزایش ارزش اقتصادی جوامع و مناطق، باید منابع کمیاب نیز حفظ شوند (لرد کیپانیدز، ۲۰۰۲، ص. ۳۱). از یک‌سو، کارآفرینان همواره به دنبال استفاده بهینه از منابع موجود هستند و از سوی دیگر، با ایجاد تنوع در فعالیتهای روستایی، جلوی استفاده بی‌رویه و فشار بر منابع طبیعی را کاهش می‌دهند (افتخاری و سجادی‌قیداری، ۱۳۸۹، ص. ۷۹). همچنین، با استفاده از فرایندی که کارآفرینی اکولوژیک^۹ نامیده می‌شود، در حومهٔ شهرها از طریق راهبردهای ترکیبی همچون تخصصی کردن و افزایش کیفیت، توسعهٔ پایدار روستایی را سهولت می‌بخشند (مارسدن و اسمیت، ۲۰۰۵، ص. ۴۴۱)؛ البته برنامه‌ریزان توسعهٔ روستایی باید برنامه‌هایی برای حفاظت از منابع طبیعی و محیط‌زیست داشته باشند تا همگان ملزم به حفاظت از منابع طبیعی و زیستی باشند (دواستان و لافوئنت، ۲۰۰۷، ص. ۳۱۳). همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، یکی از جدیدترین، گستردۀ ترین و متداول‌ترین فعالیت اقتصادی در محیط‌های روستایی که از یک‌سو فرصت‌های اقتصادی زیادی را به لحاظ کارآفرینی برای روستاییان فراهم آورده است و از سوی دیگر، پیوند عمیقی با محیط زیست روستاییان فراهم می‌گردد، گردشگری به طور عام و اکوتوریسم به شکل خاص در مناطق روستایی است. در سال‌های اخیر، به دلیل وجود این

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

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

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

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

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

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

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

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

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

پرسشنامه صاحبان کسبوکارها، به لحاظ متغیر کارآفرینی اکوتوریستی در بین روستاهای مورد مطالعه با توجه به فرضیه تفاوتی مشاهده نمی‌شود؛ زیرا، همان طورکه در چارچوب نظری و واکاوی منطقه مورد مطالعه اشاره شد، در مناطق حفاظت شده منطقه و به تبع آن روستاهای واقع در این مناطق، ضوابط خاصی در رابطه با ایجاد کسبوکار یا جذب گردشگری مشاهده نمی‌شود و مفهوم حفاظت شده در این مناطق صرفاً از جهت ممانعت از شکار و آن هم به صورت ضعیف است. به عبارت دیگر، مناطق حفاظت شده در منطقه، با مفهوم اکوتوریستی آن مدیریت و کنترل نمی‌گردد؛ زیرا، در برخی از کشورها مناطق حفاظت شده به عنوان مکان‌های مهم اکوتوریستی به شمار می‌آیند و در آن‌ها گردشگری کاملاً برنامه‌ریزی شده و منطبق با اهداف اکوتوریسم؛ یعنی حفظ محیط زیست و فرهنگ و اجتماعات محلی در کنار کسب منافع اقتصادی است؛ براین‌اساس، فرض بر این بود که با توجه به نبود برنامه و مدیریت اکوتوریستی در مناطق حفاظت شده منطقه، براساس علوم برنامه‌ریزی و مدیریتی تفاوتی بین کسبوکارهای شکل‌گرفته در روستاهای واقع در منطقه حفاظت شده با مناطق حفاظت-نشده وجود ندارد؛ بنابراین، براساس فرضیه، تفاوتی از نظر سطح کارآفرینی اکوتوریستی بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت-شده با مناطق روستایی خارج از محدوده مناطق حفاظت شده وجود ندارد. برای مشخص شدن معناداری بود تفاوت‌های میانگین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی و متغیر مستقل کارآفرینی اکوتوریستی از لحاظ آماری، از آزمون T برای دو نمونه مستقل استفاده گردید. نتایج این آزمون نشان می‌دهد میانگین متغیر کارآفرینی اکوتوریستی به لحاظ سطح معناداری در سطح روستاهای و مسیرهای مورد مطالعه تفاوت معناداری با هم ندارد؛ زیرا با درنظرگرفتن آلفا 0.01 در سطح اطمینان ۹۹٪، سطح معناداری به دست آمده در متغیر کارآفرینی اکوتوریستی کمتر از 0.01 است و درنتیجه، فرضیه تحقیق به-نفع فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ بنابراین، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه از نظر صاحبان کسبوکارها تفاوتی با یکدیگر در زمانیه کارآفرینی اکوتوریستی ندارند. به عبارت دیگر، نتایج حاصل از بررسی میانگین مؤلفه‌ها در روستاهای واقع در مناطق حفاظت شده با روستاهایی که در مناطق حفاظت شده واقع نشده‌اند، تفاوتی ندارند و یکسان هستند؛ البته باید ذکر کرد براساس نتایج به دست آمده از آزمون لون که پایین‌تر از آلفا

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

۴. یافته‌های تحقیق

۴.۱. تجزیه و تحلیل

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

۴.۲. آزمون T برای دو گروه مستقل برای مشخص کردن

نبود تفاوت بین روستاهای

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

۱۰۰ است، واریانس‌های دو گروه نیز در بین عوامل مورد بررسی برابر هستند. همچنین، از روی میانگین‌های به دست آمده برای روزتاهای واقع در منطقه حفاظت شده و حفاظت نشده تفاوت چندانی وجود ندارد (جدول ۳):

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

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

Independent Samples Test

متغیر کارآفرینی اکوتوریستی	آزمون لون برای برابری واریانس‌ها		آزمون T برای برابری میانگین‌ها						اختلاف میانگین در سطح ٪ ۹۵	
	آماره F	سطح معناداری نیز	آماره آزمون T	جذب آزادی	Sig. دو طرفه (2-tailed)	سطح معناداری	نیز	نیز	نیز	نیز
با فرض برابری واریانس‌ها	۰/۲۴	۰/۰	۰/۲۱	۲	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰
با فرض نابرابری واریانس ها			۰/۷۸	۵	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰	۰/۰

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

ترتیب که ابتدا امتیاز استاندارد شاخص‌ها براساس تکنیک تاپسیس برای هر کدام از شاخص‌ها به صورت جداگانه در زیرمجموعه کارآفرینی اکوتوریستی محاسبه گردید. سپس، براساس امتیازات استاندارد به دست آمده برای هر یک از شاخص‌ها، وزن شاخص‌ها براساس روش توان رتبه‌ای^{۱۳} محاسبه شد؛ درنتیجه، وزن‌های مستقلی برای هر یک از شاخص‌ها در گروه خبرگان به دست آمد که ملاک وزن‌دهی شاخص‌ها برای اولویت‌بندی مسیرها و روزتاهای مورد مطالعه قرار گرفتند (جدول ۴):

۴.۳. اولویت‌بندی سطح کارآفرینی اکوتوریستی در منطقه مورد مطالعه

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

جدول ۴- وزن شاخص‌های کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

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

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

نتایج بدست آمده از محاسبه تکنیک تاپسیس نشان می‌دهد بالاترین رتبه در بین صاحبان کسب‌وکارها متعلق به روستای جلیز جند با CI برابر با ۰/۸۳ است و در رتبه دوم، روستای ولايترود با CI برابر با ۰/۷۹ و در رتبه سوم، روستای هرانده با CI برابر با ۰/۶۷ قرار دارد. روستاهای افجه با CI برابر با ۰/۲۶، روستای مرای با CI برابر با ۰/۳۱ و روستای کمرد با CI برابر با ۰/۵ در رتبه‌های آخر قرار دارند. همچنین، در بین مسیرها نیز از نظر صاحبان کسب‌وکارها

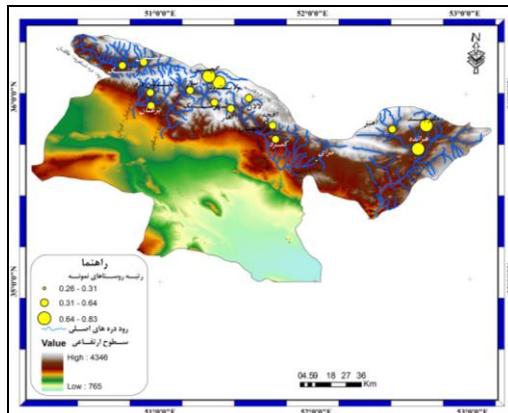
جدول ۵- رتبه مسیرها و روستاهای لحظه کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه کاسبان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

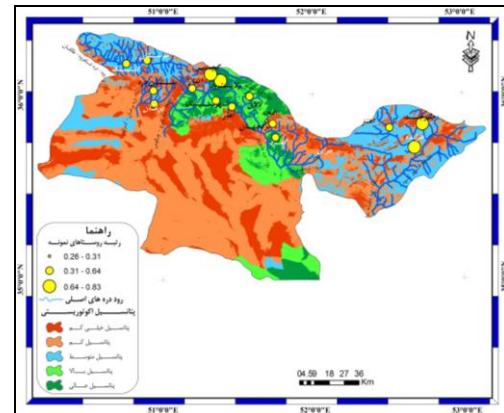
	خوشه	رتبه	CI	مسیرها
حفظت‌نشده	۱	۱	۰/۷۲	مسیر فیروزکوه
حفظت‌نشده	۲	۵	۰/۵۵	مسیر دماوند
حفظت‌شده	۲	۳	۰/۶۰	مسیر جاجرود
حفظت‌شده	۲	۲	۰/۶۲	مسیر چالوس
حفظت‌نشده	۳	۷	۰/۲۸	مسیر طالقان
حفظت‌نشده	۳	۶	۰/۳۴	مسیر برغان
حفظت‌شده	۲	۴	۰/۵۶	مسیر فشم

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

گرفته‌اند و نیز در مسیرهای پرتردد و رفت و آمد واقع هستند، از نظر وجود مقاصد دوم گردشگری رتبه‌های بالاتری دارند (شکل ۲):



با توجه به آنچه ذکر شد، در مجموع می‌توان گفت روستاهایی که نسبتاً در فاصله‌های نزدیک به تهران به عنوان کانون جمعیتی قرار

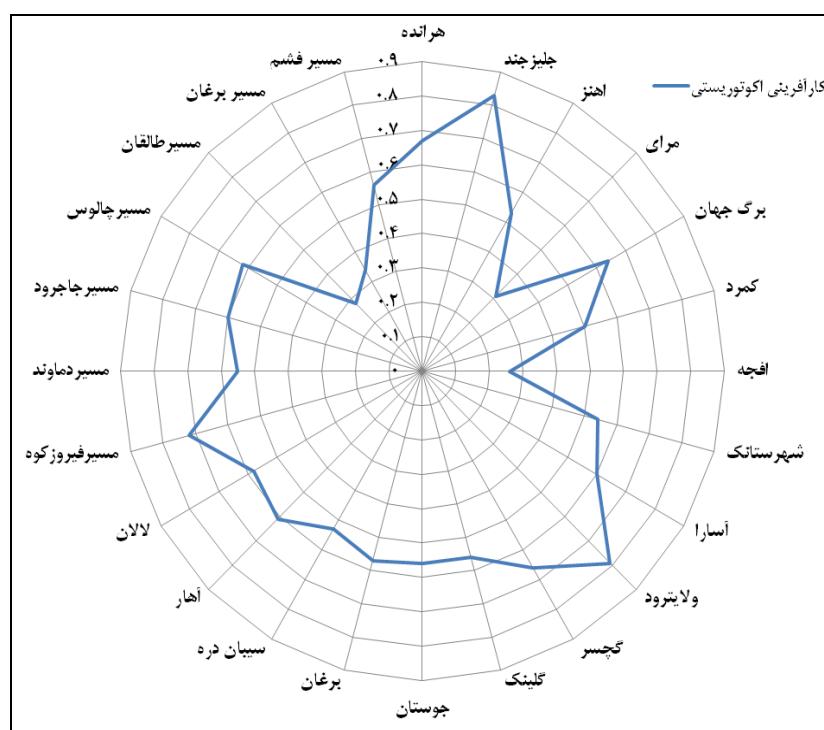


شکل ۲- اولویت‌بندی فضایی کارآفرینی اکوتوریستی براساس سطوح ارتفاعی و پتانسیل اکوتوریستی در روستاهای مورد مطالعه

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

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

خوشبندی انجام شده براساس امتیازات CIها (سطح کارآفرینی بالا، متوسط و ضعیف) درین روستاهای هفده گانه نشان می‌دهد که دو روستای جلیزجند و ولایتروود در خوشة اول واقع هستند و از سطح کارآفرینی اکوتوریستی بالاتری برخوردار می‌باشند؛ اما بیشتر روستاهای مورد مطالعه در خوشة دوم با سطح کارآفرینی متوسط قرار گرفته‌اند که تعداد آن‌ها ۱۳ روستا است. همچنین، ۲ روستا نیز در خوشة سوم با سطح کارآفرینی ضعیف قرار گرفته‌اند که شامل



شکل ۳- رتبه مسیرها و روستاهای مورد مطالعه به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه کاسبان
مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۲

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

۵. نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

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

مفهوم که مناطق حفاظت شده در دنیا به عنوان پایه‌ای برای توسعه اکوتوریسم و فعالیت‌های اقتصادی ناشی از آن هستند، در منطقه موردمطالعه موردنوجه قرار نگرفته‌اند و شیوه‌های اقتصادی و کسب-وکارها از نظر نوع و کیفیت با کسبوکارهای موجود در روستاهای خارج از مناطق حفاظت شده تفاوت چندانی ندارند؛ بنابراین، می‌توان استدلال کرد که نوع کسبوکارهای موجود در روستاهای حفاظت-شده از نوع کسبوکارهای گستره‌ده و با کمترین تناسب با محیط زیست هستند و همچنین، گردشگری نیز از نوع گردشگری انسو و در زیرمجموعه آن طبیعت‌گردی می‌باشد که به لحاظ چرخهٔ حیات در مرحلهٔ نوزایی است.

یادداشت‌ها

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

$$(n - r_j + 1)^2 \quad ۱۳. \text{تابع توان رتبه ای} -$$

منطقه موردمطالعه و بررسی وجود یا نبود تفاوت بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت شده به لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی با روستاهای حفاظت شده (یا به عبارت دیگر، بررسی اینکه تفاوتی بین سطح کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای منطقه موردمطالعه نسبت به یکدیگر وجود ندارد) از آزمون آماری استفاده شد. برای این منظور، از داده‌های سطح صاحبان کسبوکارها برای تبیین فرضیه استفاده شد. آزمون مورداستفاده برای تبیین این فرضیه، آزمون T برای دو گروه مستقل است. همچنین، از تکنیک تاپسیس برای اولویت‌بندی روستاهای و مسیرهای موردمطالعه به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی بهره گرفته شده است؛ بنابراین، با توجه به آزمون T نتایج این آزمون نشان می‌دهد با درنظر گرفتن آلفا ۰/۰۱ در سطح اطمینان ۹۹٪، سطح معناداری به دست آمده در متغیر کارآفرینی اکوتوریستی کمتر از ۰/۰۱ است و درنتیجه، فرضیه تحقیق به نفع فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ بنابراین، از نظر صاحبان کسبوکارها، روستاهای موردمطالعه در سطح منطقه با یکدیگر در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی تفاوتی ندارند. افزون براین، نتایج حاصل از پیاده‌سازی تکنیک تاپسیس نیز گویای امتیازات دقیق روستاهای و مسیرهای به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی با یکدیگر است که پراکندگی رتبه‌ها بین روستاهای دو گروه حفاظت شده و حفاظت-نشده تأیید کننده نتیجهٔ آزمون T می‌باشد. با توجه به این نتایج می-توان گفت در منطقه موردمطالعه هنوز اکوتوریسم و اقتصاد اکوتوریستی به مفهوم واقعی آن که در تعاریف و ادبیات نظری به آن اشاره شد، موردنوجه قرار نگرفته‌اند. به عبارت دیگر، با توجه به این

کتابنامه

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

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

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

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

Hamdollah Sojasi Qeidari^{*1}- Abdolreza Roknadin Eftekhari²- Mahdi Purtaheri³

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

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

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

Received 19 Jun 2013 Accepted 4 May 2013

Abstract

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

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

Findings: The result shows that rural haven't any difference in ecotourism entrepreneurship field. The result of TOPSIS technique indicate the precise grant of rural and paths based on ecotourism entrepreneurship characters that prove the result of T experiment in SPSS.

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

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

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

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

How to cite this article:

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

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