

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

حمدالله سجاسی‌قیداری^{1*} - عبدالرضا رکن‌الدین افتخاری² - مهدی پورطاهری³

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

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

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

تاریخ دریافت: 1391/12/01 صص 13-27 تاریخ تصویب: 1392/02/15

چکیده

هدف: هدف اساسی از انجام تحقیق حاضر، شناخت تفاوت‌های کارآفرینی اکوتوریستی در بین روستاهای منطقه و اولویت‌بندی روستاهای با پتانسیل گردشگری رودرهای به‌لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی و تحلیل فضایی آن‌ها است.
روش: از روش‌شناسی توصیفی و تحلیلی با به‌کارگیری داده‌های پرسشنامه‌ای در قالب نظرات خبرگان و صاحبان کسب‌وکارها، آزمون T، تکنیک توان رتبه‌ای، TOPSIS و درنهایت، Arc GIS برای تحلیل فضایی استفاده شده است.
یافته‌ها: یافته‌ها نشان می‌دهد که از نظر صاحبان کسب‌وکارها، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه با یکدیگر تفاوتی در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی ندارند. همچنین، نتایج حاصل از پیاده‌سازی تکنیک TOPSIS نیز گویای امتیازات دقیق روستاها و مسیرها به‌لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی با یکدیگر است که پراکندگی رتبه‌ها بین روستاهای دو گروه حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده تأییدکننده نتیجه آزمون T می‌باشد.

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

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

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

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

1. مقدمه

1.1. طرح مسئله

توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه به دغدغه اصلی جوامع انسانی تبدیل شده است که جوامع روستایی نیز از این مورد مستثنی نیستند؛ زیرا، از یک سو کارآفرینان با شناسایی فرصت در زمینه‌های متفاوت، زمینه را برای متنوع‌سازی اقتصاد روستایی هموار می‌سازند. از سوی دیگر، محیط روستا به لحاظ دارابودن ظرفیت‌های بالقوه انسانی و طبیعی، دارای محیط بکر اقتصادی و نوآوری‌های اقتصادی در زمینه‌های مختلف زراعت، دامداری، باغداری، شیلات، صنایع روستایی، صنایع دستی و خدمات گردشگری است؛ براین اساس، یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی به شدت در حال رشد و گسترش است، صنعت گردشگری می‌باشد. نقاط روستایی به دلیل برخورداری از ظرفیت‌های گردشگری می‌توانند به عنوان یکی از کانون‌های گردشگری در قلمرو سرزمینی باشند. به همین دلیل از بین فرصت‌های گردشگری موجود در مناطق روستایی، وجود جاذبه‌های طبیعی، چشم‌اندازهای بکر و آب‌وهوای مناسب زمینه را برای توسعه اکوتوریسم در روستاها بیش از سایر جنبه‌های گردشگری تقویت می‌نمایند که این، منطبق با مناطق حفاظت‌شده است؛ زیرا، بین اکوتوریسم و مناطق حفاظت‌شده رابطه همزیستی وجود دارد و برای نواحی حفاظت‌شده درآمد مستقیم ایجاد می‌کند (درام و مور، 1388، ص. 34)؛ البته باید توجه داشت که براساس موقعیت مکانی و زمانی، اکوتوریسم دارای گونه‌های متعددی است که یکی از پرجاذبه‌ترین آن‌ها اکوتوریسم دره‌ای یا دره‌های گردشگری می‌باشد. این پدیده به‌ویژه در روستاهای مناطق حاشیه شهرهای بزرگ بیش‌ازپیش اهمیت می‌یابد؛ زیرا، پیشرفت‌های تکنولوژیک، کم‌شدن زمان کار و تنش‌های روانی و خستگی ناشی از انواع آلودگی‌های شهری، آزادشدن بخش عمده‌ای از زمان به‌عنوان اوقات فراغت و آزاد به‌صورت روزانه و هفتگی، سبب ایجاد نیاز به حرکت از شهر به پیرامون (روستاها و مناطق طبیعی با چشم‌انداز زیبا و دور از آلودگی‌ها) شده است؛ براین اساس، فرصت‌های متعدد اکوتوریستی روستاهای حاشیه شهرهای بزرگ، منبعی برای موقعیت‌های شغلی جدی هستند و مکانی موقت برای فرار از فشارهای مختلف زندگی ماشینی شهری می‌باشند (شه‌بایان، 1383، ص. 30). اگر فرصت‌های اکوتوریستی به‌درستی و با رویکرد کارآفرینانه، برنامه‌ریزی و مدیریت شوند، فرایند نیرومندی برای بهره‌وری اقتصادی پایدار و بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت

حفاظت از منابع زیستی در مناطق روستایی خواهند بود که نتیجه آن، کمک به توسعه اقتصادی و پایداری روستاهای حاشیه کلان‌شهر است و افزون‌براین، شکل‌دهنده و تقویت‌کننده روابط درون منطقه‌ای بین کانون‌های شهری و روستایی در زمینه جذب فرصت‌ها، درآمدهای سرریز کانون‌های شهری به روستاها است؛ زیرا، کارآفرینی روستاهای واقع در دره‌های اکوتوریستی، به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از جغرافیای اقتصادی نوین و کاربردی است که دربرگیرنده ویژگی‌های مکانی - فضایی (تولایی، 1386، ص. 14) برای شکل‌های جدید تولید اکوتوریسم روستاهای حاشیه شهر تهران با نظام‌های معیشتی وابسته به گردشگری است و می‌تواند به ارتباطات فضایی، ویژگی‌ها و بازتاب‌های مکانی توسعه کارآفرینی در روستاهای واقع در دره‌های اکوتوریستی در جذب گردشگر، ارائه خدمات و تولیدات و شکل‌گیری بازارهای جدید محلی و منطقه‌ای منجر گردد؛ از این رو، می‌توان گفت با نگاهی جدید، اکوتوریسم دره‌ای در مناطق روستایی به‌صورت یک فعالیت کارآفرینانه اقتصادی در راستای تصرف فرصت‌ها و فضاهای جدید اقتصادی موجود در مناطق روستایی حاشیه شهرهای بزرگ و ادغام آن‌ها در چرخه اقتصادی است که می‌تواند در راستای اقتصاد زیباشناختی و زیست‌محیطی معاصر عمل کند و به کالایی شدن طبیعت (اقتصاد زیست‌محیطی با رویکرد پایداری) نواحی روستایی منجر گردد (نیفسی، 2001، ص. 763). برآیند این رخداد و تحول کارآفرینانه، بازساخت روستایی دارای پتانسیل اکوتوریستی در حاشیه دره‌ها در قالب کنش‌پذیری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی مناطق روستایی است؛ از این رو، آگاهی از تفاوت‌های کارآفرینی اکوتوریستی بین روستاهای واقع‌شده در مناطق حفاظت‌شده، به‌عنوان پایه اکوتوریسم و روستاهای بیرون از آن و همچنین، سطح کارآفرینی اکوتوریستی روستاهای با پتانسیل اکوتوریسم دره‌ای در وضع موجود بسیار ضروری است؛ زیرا، از این طریق تفاوت‌های مکانی و فضایی ناشی از مرحله توسعه کارآفرینی اکوتوریستی مشخص می‌شود؛ بنابراین، هدف اساسی از انجام این پژوهش، شناخت تفاوت‌های کارآفرینی اکوتوریستی در بین روستاهای منطقه و اولویت‌بندی روستاهای با ظرفیت گردشگری رود- دره‌ای از حیث سطح کارآفرینی اکوتوریستی و تحلیل فضایی آن است. در این راستا، کلیدی‌ترین سؤال‌های پژوهش نیز شکل می‌گیرند؛ به این صورت که آیا به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی، بین روستاهای واقع‌شده در منطقه حفاظت‌شده و روستاهای خارج از منطقه حفاظت‌شده تفاوت وجود دارد؟ از دیدگاه جامعه مورد مطالعه، سطح کارآفرینی

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

2.2. روش تحقیق

روش‌شناسی مورد استفاده در این مقاله کاربردی، اکتشافی، توصیفی و تحلیلی است. جامعه آماری تحقیق شامل خبرگان و صاحبان کسب‌وکارهای مرتبط با اکوتوریسم در رود دره‌های استان تهران هستند. در این مطالعه برای انتخاب روستاهای نمونه در منطقه، از روش تلفیقی تحلیل تصمیم‌گیری چندمعیاری تاپسیس در محیط GIS استفاده شد که فعالیت‌های اکوتوریستی در یک طبقه‌بندی کلی به پهنه‌های با پتانسیل اکوتوریستی از بسیار ضعیف تا بسیار قوی تقسیم شده‌اند. سپس، با استفاده از تابع تعریف‌شده در رابطه با انتخاب روستاهای اکوتوریستی با پتانسیل رود دره‌ای، پنج مرحله اساسی در محیط GIS از طریق محاسبه و همپوشانی لایه‌های به‌دست‌آمده ناشی از اجرای الگوریتم، در نهایت، 17 روستای

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

2. روش‌شناسی تحقیق

2.1. قلمرو جغرافیایی تحقیق

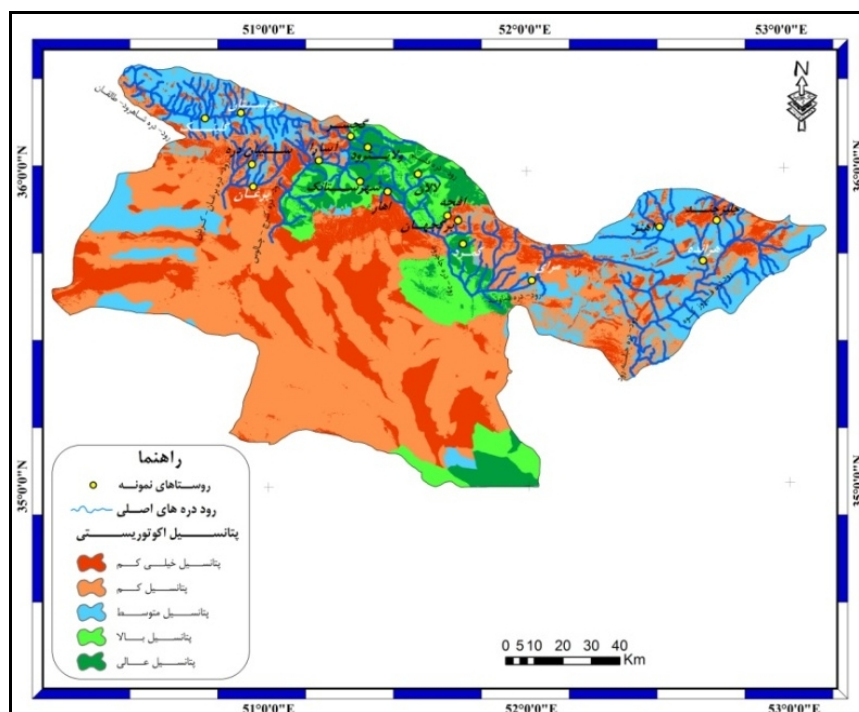
استان تهران با وسعتی حدود 18956 کیلومتر مربع بین 34 تا 36/5 درجه عرض شمالی و 50 تا 53 درجه طول شرقی واقع شده است. این استان در جنوب مرکزی رشته‌کوه‌های البرز قرار دارد و به لحاظ موقعیت جغرافیایی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. استقرار در دامنه‌های جنوبی رشته‌کوه‌های البرز، منابع سرشار آبی و نیز شرایط آب‌وهوایی معتدلی را به‌ارمغان آورده است. دامنه‌ها و دره‌های کوهپایه‌ای البرز، شرایط ویژه‌ای را برای گریز از گرما و خشکی بیابان‌های جنوبی به‌وجود آورده‌اند. بیشتر قسمت‌های البرز مرکزی، از خط‌الرأس‌های موازی و بسیار طولانی به موازات ساحل دریای مازندران (شرقی - غربی) تشکیل شده‌اند. دره‌های بسیار عمیقی همچون چالوس، هراز، شاه‌رود و کرج شکاف‌های عمیقی را در میان این خط‌الرأس‌ها پدید آورده‌اند؛ اما نکته درخور توجه این است که وجود دره‌های عمیق و پرآب در دامنه جنوبی البرز، علاوه بر تأمین منابع آب برای استان، به دلیل وجود آب و همچنین، ساختارهای زمین‌شناختی، چشم‌اندازهای طبیعی بسیار زیبا و کم‌نظیری را در شمال استان تهران از جهت دره‌های سرسبز، غارهای متعدد، آبشارها، صخره‌های سنگی و غیره فراهم ساخته است که زمینه جذب افراد بسیاری را از شهر تهران، به‌عنوان کانون جمعیتی در طول سال به‌ویژه فصول گرم فراهم می‌سازد. دره‌های زیبا و دل‌فریب، قله‌های سفید بر فراز دامنه‌های سبز، دشت‌های غرق لاله در دامنه کوه‌ها، چشمه‌های گوارای آب معدنی، زمین‌های حاصلخیز و باغ‌هایی با شاخه‌های درهم‌تنیده و پر میوه با جاذبه‌های طبیعی در دامنه جنوبی و مرکز البرز گسترده شده‌اند. همه این موقعیت‌ها، زمینه شکل‌گیری روستاهایی با جذابیت‌های طبیعی، فرهنگی و تاریخی ویژه‌ای شده‌اند که تعدادی از روستاها را به‌عنوان روستای هدف و نمونه گردشگری در استان مطرح ساخته‌اند؛ بنابراین، یکی از مهم‌ترین و بارزترین زمینه‌های جذب گردشگری در استان، اکوتوریسم شکل‌گرفته در رود-دره‌های البرز است که به‌سبب چشم‌اندازهای زیبا و طبیعی، وجود تنوع گیاهی و جانوری و تنوع اقلیمی، سبب جذب افراد بسیاری به این محدوده‌های روستایی واقع در دره‌های سرسبز شده است. در محدوده‌های کوهستانی، از جمله

نمونه اکوتوریستی در 7 مسیر اصلی رود دره‌ای انتخاب شدند (شکل و جدول 1).

جدول 1- پراکندگی روستاهای نمونه در مسیرهای هفت‌گانه اکوتوریسم رود دره‌ای

مأخذ: یافته‌های پژوهش، 1392

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



شکل 1- روستاهای نمونه اکوتوریستی انتخاب‌شده براساس مدل پتانسیل اکوتوریستی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، 1392

با توجه به مجموع تعداد کسب‌وکارهای ذکرشده در سطح کارشناسی بخش‌داری روستاهای نمونه، تعداد کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در مسیرهای هفت‌گانه منطقه، برابر با 1873 مورد بود. در سطح کل روستاهای نمونه با اتکا به نظرهای شوراهای دهیاران، مجموع کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در بین روستاهای هفت‌گانه برابر با 730 مورد بود که مجموع این دو سطح برابر با 2603 مورد است. برای نمونه‌گیری از بین کسب‌وکارها در منطقه مورد مطالعه، از فرمول کوکران برای نمونه‌های معلوم با احتمال 95% استفاده شد که نتیجه آن برابر با 335 نمونه بود. توزیع نمونه‌ها

از بین روستاهای هفت‌گانه انتخاب‌شده، 9 روستا به‌عنوان روستاهای حفاظت‌شده و 8 روستا بیرون از محدوده حفاظت‌شده 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 جمع‌آوری‌شده در رابطه با وضع موجود کسب‌وکارهای مرتبط با گردشگری در منطقه به تعیین حجم نمونه اقدام گردد. لازم است ذکر شود داده‌ها با رویکرد خیره‌محوری از طریق بخش‌داری‌ها برای مسیرها و از طریق شوراهای دهیاری‌ها در سطح روستاهای نمونه به‌دست آمده بودند.

متغیرهای تحقیق تکمیل گردیدند. همچنین، از ابزارهای مختلفی همچون بهره‌گیری از مدارک و آمارهای موجود، مشاهدات میدانی از روستاها، تکمیل پرسشنامه در سطح کارشناسی بخشداری‌ها، شوراها و دهیاران روستاهای نمونه استفاده گردید؛ بنابراین، با توجه به متغیرهای تحقیق و نیز روش‌های تجزیه و تحلیل، پرسشنامه 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.

3. مبانی نظری تحقیق

در ادبیات علمی یکی از صورت‌های جدید گردشگری اکوتوریسم است که اغلب در محدوده قلمروی مناطق روستایی است و در ادبیات جهانی عمدتاً منطبق با مناطق حفاظت‌شده می‌باشد. وجود جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای متنوع طبیعی از جمله در مناطق حفاظت‌شده روستایی 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 تابیجی، 1982، ص. 19؛ پنینگر، 1982، ص. 42)؛ به طوری که محیط زیست و مکان‌ها شکل‌دهنده پایه‌ها، بسترها و پتانسیل‌های فعالیت‌های جدید در یک فضای جغرافیایی می‌باشند و در فعالیت‌های کارآفرینی و تجاری، مکان‌های زیست‌محیطی نقش کلیدی را از جنبه‌های مختلف ایفا می‌کنند (انکس، 1991، ص. 363-377؛ رینولدز میلر، و ماک، 1993، ص. 32؛ آیدالوت، 1986، ص. 110)؛ 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 محققانی مانند گارتتر¹ (1985) به محیط زیست و فعالیت‌های گردشگری مرتبط با محیط زیست توجه عمیقی داشته‌اند (گارتتر، 1985، ص. 698)؛ یا از دیدگاه فریدگن² (1984) فعالیت‌های تفریحی و استفاده از اوقات فراغت پیوند عمیقی با محیط زیست و اجزای آن دارند که جذب گردشگر از این طریق زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های

براساس تناسب کسب‌وکارهای موجود در آن‌ها به دلیل کم‌بودن تعداد کسب‌وکارهای ذکر شده در مناطق روستایی نمونه (730 مورد) نسبت به کل مسیرها (1873 مورد) بود. به همین دلیل تعداد نمونه‌های اختصاص یافته برای مجموع روستاهای نمونه بسیار پایین و برابر با 94 نمونه و برای مسیرها برابر با 241 مورد بود. افزون‌براین، توزیع 94 نمونه در 17 روستای نمونه براساس تناسب کسب‌وکارهای موجود در آن‌ها، تعداد نمونه موجود در هر روستا را کم می‌کند و بنابراین، قدرت و قابلیت تعمیم‌دهی نمونه بر جامعه آماری را پایین می‌آورد؛ بنابراین، برای تمرکز بیشتر به نقاط روستایی نمونه با توجه به هدف مطالعه، از شیوه تناسب استفاده نکردیم و حداقل نمونه‌ها برای هر روستا در زمینه کسب‌وکارها را 10 مورد در نظر گرفتیم. در مواردی که تعداد کسب‌وکارها مانند روستای جلیز چند بسیار بود، تعداد نمونه‌ها افزایش یافت و در مواردی که مانند سیب‌اندره کمتر بود، تعداد نمونه‌ها کمتر از 10 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 43 نفره‌ای تهیه گردید و پرسشنامه به صورت تمام‌شماری در اختیار همه آن‌ها قرار گرفت و در نهایت، 32 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 روستاها با مراجعه مستقیم به مراکز آماری و استفاده از آمارنامه‌های شهرستانی و آبادی‌های کشور، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان تهران، سازمان دهیاری‌ها و شهرداری‌های کشور، جهاد کشاورزی، سازمان محیط‌زیست و منابع طبیعی تهیه شدند. در گام دوم، از طریق تدوین پرسشنامه براساس شاخص‌های مطرح شده در فرضیه، مصاحبه و مطالعات میدانی اطلاعات مربوط به

شغلی، درآمدی، پیوندهای مکانی - فضایی و نیز پیوند اجتماعی بین مکان‌ها می‌شود و انزوای جغرافیایی را کاهش خواهد داد (فریدگن، 1984، ص. 42). چشم‌اندازهای طبیعی به‌طور گسترده دربرگیرنده ابعاد بسیار وسیعی از پدیده‌های سطح زمین هستند که در قالب آب-هوا، ساختارهای زمین‌شناسی نظیر غارها و آتشفشان‌ها را دربر می‌گیرد؛ بنابراین، چشم‌اندازهای محیطی به‌دلیل داشتن ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه کسب-وکارهای کوچک‌مقیاس اکوتوریستی از طریق کارآفرینی باشند. فرصت‌های کارآفرینی حاصل از تقویت اکوتوریسم عبارت‌اند از: شکل-گیری بازارهای جدید اقتصادی به‌لحاظ عرضه و تقاضا، جلب توجه سیاست‌های کلان ملی به محیط زیست و ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی پنهان در آن، زمینه‌سازی برای ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها همانند حمل‌ونقل و جاده‌های ارتباطی، آب و برق، افزایش ارزش زمین‌های محلی و ایجاد درآمد برای افراد مرتبط با فعالیت اکوتوریستی (اسمیت، 1989، ص. 136)؛ بنابراین، همان‌طور که مشاهده شد، در هر کدام از رویکردها به جنبه‌ای از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌ها برای توسعه کارآفرینی گردشگری توجه شده است. این در صورتی است که توسعه کارآفرینی در هر یک از بخش‌ها و زیرمجموعه‌های گردشگری بدون توجه به همه عوامل امکان‌پذیر نیست؛ زیرا، از یک سو کارآفرینی به‌عنوان فعالیتی فرایندی است که از اجزای متعدد برخوردار است و از سوی دیگر، توسعه پایدار گردشگری و زیرمجموعه‌های آن دارای ابعاد متعدد می‌باشند که بدون در نظر گرفتن همه عناصر آن‌ها به‌صورت کل‌گرا و یکپارچه نمی‌توان کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری را دنبال کرد؛ بنابراین، مناسب‌ترین رویکرد برای توسعه کارآفرینی در حوزه‌های گردشگری روستایی به‌ویژه اکوتوریسم که دنبال‌کننده اهداف توسعه پایدار در صنعت گردشگری است، رویکرد زیست‌محیطی می‌باشد؛ زیرا، تا به امروز تصور این باور که روزی کارآفرینی علاوه بر سودآوری و فروش، نگران سلامت تأمین-کننده و مصرف‌کننده نیز باشد، غیرممکن بود؛ اما پویایی و رقابت شدید و افزایش نگرانی نسبت به محیط زیست و نیز مقررات دولتی و افزایش آگاهی جامعه تولیدکننده، ارائه‌دهنده و مصرف‌کننده، کارآفرینان را بر آن داشت که در سلامت جسمانی و روانی و پاکیزگی محیط زیست در کنار سودآوری نیز تأمل کنند؛ بنابراین، امروزه صاحبان کسب‌وکارهای مختلف برای دستیابی به پایداری اکولوژیک در کسب‌وکار خود، از سوی دولت‌ها و مشتریان تحت فشار هستند تا فرصت‌هایی را شناسایی کنند که مرتبط با محیط زیست باشد. به-همین دلیل، کم‌کم مفاهیم و اصطلاحاتی نظیر کارآفرینی زیست-

محیطی، کارآفرینی اکولوژیک و کارآفرینی سبز برای تشویق کارآفرینان در عمل به مسؤولیت‌های زیست‌محیطی، وارد ادبیات کارآفرینی گردیدند (مارسدن و اسمیت، 2005، ص. 441 دین و مک‌مولن، 2007، ص. 50؛ افتخاری و سجاسی‌قیداری، 1389، ص. 78؛ شاه‌حسینی، 1386، ص. 66؛ هال، گریگوریف و دانک، 2010). کارآفرینی زیست‌محیطی³ نسبتاً یک زمینه جدید در مطالعات و تحقیقات دانشگاهی و در راستای پایداری⁴ و مسؤولیت‌های زیست-محیطی⁵ است؛ زیرا، به‌مرور زمان ارزش‌های اجتماعی و اقتصادی مورد توجه در کارآفرینی تغییر یافته‌اند (ماساکی و هلسن، 2004، ص. 148) و به اثرات زیست‌محیطی کارآفرینی بیشتر از گذشته توجه شده است؛ زیرا، از یک سو به‌دلیل 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 بازنندیشی کرده‌اند (سوی و تیل، 1992، ص. 52) و به سمت کالاهایی که استانداردهای زیست‌محیطی را رعایت می‌کنند، گرایش پیدا کرده‌اند (کاتلر و آرمسترانگ، 1999، ص. 364). توجه به کارآفرینی زیست‌محیطی نگرشی است که به اهمیت حفظ محیط زیست و استفاده از روش‌های بهینه و استفاده منطقی از منابع و حفظ و نگهداری محیط زیست می‌اندیشد. کارآفرینی زیست‌محیطی یا اکولوژیک؛ یعنی نظام کارآفرینی خاصی که توانایی حفظ، بهره‌برداری مناسب و بازسازی محیط زیست را به‌صورت پایدار داشته باشد. این تعریف بسیار ساده‌ای از کارآفرینی زیست‌محیطی است. کارآفرینی اکولوژیک دربرگیرنده ایده‌هایی متشکل از فناوری سبز، بازاریابی تجاری عادلانه و سبز، کشاورزی ارگانیک و اجتماعی، کسب‌وکارهای متعهد به اجتماع⁶ (اجتماع‌محور)، مدیریت سازمانی، کارآفرینی اجتماعی با اهداف غیرانتفاعی و فعالیت‌های مردم‌نهاد⁷ در چشم‌اندازی اکولوژیک از پایداری اجتماعی عملی⁸ است. کارآفرین سبز و به‌تعبیر دیگر، کارآفرین اکولوژیک فردی است که علاوه بر سودآوری و منفعت، به مسائل اجتماعی و محیط زیستی توجه می‌کند (مایکل، 2007). 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 کارآفرینی¹، زیرساخت‌های محیطی؛ مانند: اجتماعی، اقتصادی، قانونی، مالی، سیاسی، تدارکاتی؛² آشفستگی‌های محیطی؛ مانند: پیچیدگی محیطی، تهدیدات محیطی، پویایی‌های محیطی؛³ تجربیات محیطی شخصی؛ مانند: مدل‌های نقش، تجربیات مرتبط با کار، محیط آموزشی و تحصیلی، خانواده (موریس و

توریسم اهمیت زیادی پیدا کرده است. نقش کارآفرینی ناشی از گردشگری، برای توسعه نواحی روستایی می‌تواند بسیار حیاتی باشد؛ بنابراین، جست‌وجوی مفهوم جدیدی از معیشت برای روستاییان از طریق اکوتوریسم بسیار ضروری است؛ زیرا، بسترها و چشم‌اندازهای محیطی در نواحی روستایی غلبه دارند و به‌علاوه، مسؤولیت‌های محیطی کارآفرینی می‌توانند مبنایی برای استفاده از منابع طبیعی موجود در روستاها از طریق اکوتوریسم باشند و با این نگاه بر ارزش‌های غیرمادی منابع طبیعی و چشم‌اندازهای بکر روستاها توجه ویژه‌ای شود؛ بنابراین، کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی که ویژگی بارز آن سازگاری با محیط و پایداری است، باید دارای این ویژگی‌ها باشد؛ توجه به محیط طبیعی، بومی و محلی، توجه به صنایع دستی و منحصربه‌فرد، تشکیلات اقتصادی توریستی با مقیاس کوچک و کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس اکوتوریستی؛ زیرا، از یک‌سو کارآفرینی در بخش گردشگری با چشم‌اندازهای بکر و منحصربه‌فرد مرتبط است (ماتسون، ساندبو، فوسینگ - نینسن، 2005، ص. 378) 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 توازن‌های هنری و سرمایه‌گذاری بر روی آن‌ها در بین مشتریان می‌تواند خلق‌کننده محیط‌های کسب‌وکار جدید برای کارآفرینی باشد. این نوع کارآفرینان بین سلاطین مشتریان و ذوق‌های هنری آن‌ها با منابع و فرصت‌های موجود ارتباط برقرار می‌کنند و اقدام به ایجاد فعالیت‌ها یا ارائه خدماتی می‌کنند که بیش از نیازهای آن‌ها را برطرف سازد (لردکیپانیدز، 2002، ص. 32)؛ از این‌رو، می‌توان گفت اکوتوریسم روستایی یک فعالیت کارآفرینانه اقتصادی در جهت تصرف فضاهای جدید اقتصادی موجود در مناطق روستایی و ادغام آن‌ها در چرخه اقتصادی است که در راستای اقتصاد زیباشناختی معاصر عمل می‌کند و منجر به کالایی‌شدن طبیعت نواحی روستایی با رهیافت اقتصاد سبز (نیفسی، 2001، ص. 763) در چارچوب کارآفرینی زیست‌محیطی می‌گردد. افزون‌براین، کارآفرینی اکوتوریستی پتانسیل به‌کارگیری روستاییان را به‌عنوان افراد محلی در زمینه‌هایی مانند خرده‌فروشی، مهمان‌نوازی، راهنمای تورهای مختلف، استخدام در پارک‌های ملی و نیز فروش صنایع دستی و هنری فراهم می‌سازد (فولر، بولتینز، و کامینگز، 2005، ص. 893). علاوه‌براین، کارآفرینان حوزه گردشگری می‌توانند فعالیت کارآفرینانه خود را در زمینه هتلداری، اداره مهمان‌سرا، مکان‌های منتخب برای کمپ، باغ-وحش‌ها، موزه‌های طبیعی، پارک‌ها، تورگردانی و خدمات‌رسانی گسترش دهند. انگیزه اصلی آن‌ها در این زمینه، تاحدودی شخصی در

پاملا، 1995، ص. 36؛ لاندستروم و استیونسون، 2001، ص. 33؛ کوه، 1995، صص. 38-39؛ لردکیپانیدز، 2002، ص. 31؛ موریسون، 2006، ص. 195؛ مقیمی، 1384، ص. 96؛ هاشمی، 1386، ص. 2) تأکید دارند، تفاوت دارد؛ زیرا، توجه به اهمیت مسائل زیست‌محیطی برای افراد محلی و مشتریان و رعایت مسائل زیست‌محیطی در فعالیت‌های کارآفرینی باعث ایجاد مزیت رقابتی برای کارآفرینان خواهد شد و از این طریق کارآفرینان می‌توانند به ایجاد یک پایگاه خوب در بازار دست یابند؛ بنابراین، فرصت جدید کارآفرینانه نیز در عرصه‌های زیست‌محیطی و اقتصاد زیست‌محیطی شکل گرفته است. این امر به‌ویژه در مناطق روستایی و فعالیت‌های اقتصادی آن‌ها بسیار مهم و ضروری است؛ زیرا، روستاییان به‌دلیل شیوه زندگی و نوع معیشت خود، بهره‌برداران اصلی و مستقیم منابع طبیعی (آرایی، آب، خاک، جنگل و مرتع) محسوب می‌شوند که حدود 70% از عرصه‌های طبیعی کشور را در اختیار دارند و از آن بهره‌برداری می‌کنند (رضوانی، 1390، ص. 5)؛ بنابراین، حفاظت از محیط‌زیست در برنامه‌ریزی‌های روستایی بسیار ضروری است. برای توسعه روستایی، گرایش به کارآفرینی باید بر مبنای تحریک و انگیزش کارآفرینان محلی باشد. همچنین، علاوه بر ایجاد اشتغال و افزایش ارزش اقتصادی جوامع و مناطق، باید منابع کمیاب نیز حفظ شوند (لردکیپانیدز، 2002، ص. 31). از یک‌سو، کارآفرینان همواره به‌دنبال استفاده بهینه از منابع موجود هستند و از سوی دیگر، با ایجاد تنوع در فعالیت‌های روستایی، جلوی استفاده بی‌رویه و فشار بر منابع طبیعی را کاهش می‌دهند (افتخاری و سجاسی‌قیداری، 1389، ص. 79). همچنین، با استفاده از فرایندی که کارآفرینی اکولوژیک⁹ نامیده می‌شود، در حومه شهرها از طریق راهبردهای ترکیبی همچون تخصصی کردن و افزایش کیفیت، توسعه پایدار روستایی را سهولت می‌بخشند (مارسدن و اسمیت، 2005، ص. 441)؛ البته برنامه‌ریزان توسعه روستایی باید برنامه‌هایی برای حفاظت از منابع طبیعی و محیط زیست داشته باشند تا همگان ملزم به حفاظت از منابع طبیعی و زیستی باشند (وایلنت و لافوونت، 2007، ص. 313). همان‌طور که پیش‌تر بیان شد، یکی از جدیدترین، گسترده‌ترین و متداول‌ترین فعالیت اقتصادی در محیط‌های روستایی که از یک‌سو فرصت‌های اقتصادی زیادی را به‌لحاظ کارآفرینی برای روستاییان فراهم آورده است و از سوی دیگر، پیوند عمیقی با محیط زیست روستایی دارد، گردشگری به‌طور عام و اکوتوریسم به‌شکل خاص در مناطق روستایی است. در سال‌های اخیر، به‌دلیل وجود این فرصت در مناطق روستایی، زمینه شکل‌گیری فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری روستایی ایجاد شده است. امروزه کارآفرینی در

لحاظ مدل فرآیند کارآفرینی، منطبق با مرحله پیاده‌سازی و برآیند فعالیت کارآفرینانه در حوزه اکوتوریسم است، نتیجه کارآفرینی اکوتوریستی در محصولات و خدمات نمود و عینیت می‌یابد. در سه شکل می‌توان به نتایج، اثرها و پیامدهای آن توجه کرد: الف. نوآوری-ها و خلاقیت‌های شکل‌گرفته در زمینه اکوتوریسم (شومپتر، 1934)؛ 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، 2001؛ احمدپور داریانی، 1380)؛ ج. سازگاری زیست‌محیطی کسب‌وکارهای شکل‌گرفته که از ویژگی-های اساسی و متمایزکننده یک فعالیت کارآفرینی اکوتوریستی بر پایه توسعه پایدار با فعالیت عادی کارآفرینی است. از طریق شاخص‌هایی مانند مصرف انرژی پایین، کاهش حجم مواد خام مصرفی، استفاده از مواد تجدیدپذیر، قابلیت برگشت‌پذیری تولیدات، رعایت اخلاق زیست‌محیطی، مدیریت پسماندها، استفاده از فناوری‌های سبز و زیرساخت‌های سازگار با محیط زیست می‌توان هر سه مرحله را ارزیابی کرد (اسمیت، 2002؛ کوهن و وین، 2007؛ دین و مکمولن، 2007؛ بویتنکمپ، ونر، و وامز، 1992؛ هوکرت و ووستنهانگن، 2010؛ پاچیکو، دین، و پاینی، 2009؛ کوه، 1995؛ آلیون، گئورگی، لوما و پتروسلی، 2012؛ شین و ونکاتارامن، 2000)؛ بنابراین، با توجه به موارد ذکرشده و ادبیات نظری کارآفرینی اکوتوریستی، می‌توان مؤلفه‌ها و شاخص‌های مرتبط با کارآفرینی اکوتوریستی را به صورت زیر دسته‌بندی کرد (جدول 2):

توسعه صنعت گردشگری و تاحدی نیز اقتصادی به دلیل صرفه‌جویی در منابع محیطی با امید به دست‌آوردن نفوذ بیشتر در مورد توسعه گردشگری و شاید به دست‌آوردن مزیت رقابتی در آینده است؛ اما باید توجه داشت که به دلیل ماهیت کارآفرینی، توجه کارآفرینان به جنبه‌های اقتصادی توسعه گردشگری پایدار بیش از سایر جنبه‌ها است که دلیل آن جست‌وجوی بازارهای مناسب برای گردشگری پایدار است که در نهایت، مزیت‌های اقتصادی مثبتی را برای فعالیت‌های زیست‌محیطی فراهم می‌کند؛ بنابراین، در حال حاضر بیشتر این کارآفرینان علاقه به استراتژی‌ای پیشگیرانه نسبت به چالش‌های زیست‌محیطی و اجتماعی دارند (کرنل، 2005، ص. 157).

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

جدول 2- مؤلفه‌ها و شاخص‌های کسب‌وکارهای ناشی از توسعه کارآفرینی اکوتوریستی

مأخذ: یافته‌های پژوهش، 1392

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

مثبتی در بازارهای گردشگری ایجاد کند. در این خصوص تنها، فرد کارآفرین امکان تغییر در رویکرد گردشگری را نمی‌تواند داشته باشد؛ بلکه وجود رویه و سیاست منطقه‌ای مناسب برای گردشگری پایدار و

البته باید توجه داشت که سطح جغرافیایی لازم برای پیاده-سازی و پیگیری شاخص‌های مرتبط با کارآفرینی گردشگری و اکوتوریسم، نیازمند تلاشی ملی، منطقه‌ای و محلی است تا بتواند اثر

تفاوتی مشاهده نمی‌شود؛ زیرا، همان‌طور که در چارچوب نظری و واکاوی منطقه مورد مطالعه اشاره شد، در مناطق حفاظت‌شده منطقه و به تبع آن روستاهای واقع در این مناطق، ضوابط خاصی در رابطه با ایجاد کسب‌وکار یا جذب گردشگری مشاهده نمی‌شود و مفهوم حفاظت‌شده در این مناطق صرفاً از جهت ممانعت از شکار و آن هم به صورت ضعیف است. به عبارت دیگر، مناطق حفاظت‌شده در منطقه، با مفهوم اکوتوریستی آن مدیریت و کنترل نمی‌گردند؛ زیرا، در برخی از کشورها مناطق حفاظت‌شده 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؛ براین اساس، فرض بر این بود که با توجه به نبود برنامه و مدیریت اکوتوریستی در مناطق حفاظت‌شده منطقه، براساس علوم برنامه‌ریزی و مدیریتی تفاوتی بین کسب‌وکارهای شکل گرفته در روستاهای واقع در منطقه حفاظت‌شده با مناطق حفاظت‌نشده وجود ندارد؛ بنابراین، براساس فرضیه، تفاوتی از نظر سطح کارآفرینی اکوتوریستی بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌شده با مناطق روستایی خارج از محدوده مناطق حفاظت‌نشده وجود ندارد. برای مشخص شدن معنادار بودن نبود تفاوت‌های میانگین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی و متغیر مستقل کارآفرینی اکوتوریستی از لحاظ آماری، از آزمون T برای دو نمونه مستقل استفاده گردید. نتایج این آزمون نشان می‌دهد میانگین متغیر کارآفرینی اکوتوریستی به لحاظ سطح معناداری در سطح روستاها و مسیرهای مورد مطالعه تفاوت معناداری با هم ندارد؛ زیرا با در نظر گرفتن آلفا $0/01$ در سطح اطمینان 99%، سطح معناداری به دست آمده در متغیر کارآفرینی اکوتوریستی کمتر از $0/01$ است و در نتیجه، فرضیه تحقیق به نفع فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ بنابراین، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه از نظر صاحبان کسب‌وکارها تفاوتی با یکدیگر در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی ندارند. به عبارت دیگر، نتایج حاصل از بررسی میانگین مؤلفه‌ها در روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌شده با روستاهایی که در مناطق حفاظت‌شده واقع نشده‌اند، تفاوتی ندارند و یکسان هستند؛ البته باید ذکر کرد براساس نتایج به دست آمده از آزمون لون که پایین‌تر از آلفا $0/01$ است، واریانس‌های دو گروه نیز در بین عوامل مورد بررسی برابر هستند. همچنین، از روی میانگین‌های به دست آمده برای

زیرمجموعه‌های آن تشویق‌کننده کارآفرینان برای به دست آوردن برچسب‌های سبز¹⁰ مانند نشان کلید سبز¹¹ یا استاندارد گل اروپایی¹² است (کرزل، 2005، ص. 157)؛ البته باید توجه داشت که در صورت تحقق مجموع مؤلفه‌ها و شاخص‌های مطرح شده می‌توان انتظار کارآفرینی اکوتوریستی را در جامعه داشت؛ اما با این وجود مشخص کردن تفاوت‌های کارآفرینی در روستاهای با پتانسیل اکوتوریستی و سایر روستاها و نیز سنجش سطح کارآفرینی اکوتوریستی در وضع موجود از طریق شاخص‌ها، برای مشخص کردن جایگاه فعلی کسب‌وکارهای جاری، برای برنامه‌های آینده در این زمینه به لحاظ سیاست‌گذاری و مدیریت بسیار مهم است.

4. یافته‌های تحقیق

4.1. تجزیه و تحلیل

در راستای سنجش سطح کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای نمونه انتخاب شده، ابتدا به مقایسه تفاوت بین روستاهای واقع شده در مناطق حفاظت‌شده با روستاهای بیرون از مناطق حفاظت‌شده 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.

4.2. آزمون T برای دو گروه مستقل برای مشخص کردن

نبود تفاوت بین روستاها

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

دو گروه روستاها و مسیرهای حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده می- روستاهای واقع در منطقه حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده تفاوت توان گفت به دلیل زیادنبودن تفاوت دو گروه با یکدیگر، بین چندانی وجود ندارد (جدول 3):

جدول 3- تفاوت میانگین متغیر کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای مورد مطالعه از نظر کاسبان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، 1392

Independent Samples Test

متغیر کارآفرینی اکوتوریستی	آزمون لون برای برابری واریانس‌ها		آزمون T برای برابری میانگین‌ها						
	آماره F	سطح معناداری Sig.	آماره آزمون T	df درجه آزادی	سطح معناداری دوطرفه-2 Sig. (tailed)	میانگین تفاوت	خطای استاندارد تفاوت	اختلاف میانگین در سطح %95	
								پایین‌تر	بالا‌تر
با فرض برابری واریانس‌ها	12/25	0/002	-2/99	22	0/007	-0/3227	0/107	-0/1546	-0/099
بافرض نابرابری واریانس‌ها			-2/818	13/15	0/014	-0/3227	0/1145	-0/5698	-0/756

	روستاهای حفاظت‌شده و نشده	تعداد	میانگین‌ها	انحراف معیار	خطای انحراف معیار
کارآفرینی اکوتوریستی	روستاهای منطقه حفاظت‌شده	9	3/557	0/3528	0/10638
	روستاهای منطقه حفاظت‌نشده	8	3/88	0/1529	0/04241

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 رتبه‌ای¹³ محاسبه شد؛ در نتیجه، وزن‌های مستقلی برای هر یک از شاخص‌ها در گروه خبرگان به دست آمد که ملاک وزن‌دهی شاخص‌ها برای اولویت‌بندی مسیرها و روستاهای مورد مطالعه قرار گرفتند (جدول 4):

3.4. اولویت‌بندی سطح کارآفرینی اکوتوریستی در

منطقه مورد مطالعه

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

جدول 4- وزن شاخص‌های کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه خبرگان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، 1392

وزن	شاخص‌ها
0/160	ارائه کالا یا محصول جدید و سبز
0/002	ارائه خدمات جدید و سبز
0/049	یافتن منابع جدید و سبز
0/126	ایجاد تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و سبز
0/239	ارائه روش‌های جدید و سبز
0/097	گشایش بازارهای جدید و سبز
0/032	ارتقای سطح زندگی
0/018	افزایش بهره‌وری
0/198	حفظ تنوع زیستی
0/071	بهداشت محیط
0/008	حفظ میراث طبیعی و جاذبه‌ها
1	مجموع وزن

بالاترین رتبه متعلق به مسیر فیروزکوه با CI برابر با 0/72 است و مسیر دماوند با CI برابر با 0/62 در رتبه دوم و مسیر جاجرود با CI برابر با 0/6 در رتبه سوم قرار دارند به علاوه، مسیرهای برغان با CI برابر با 0/28 و طالقان با CI برابر با 0/34 نیز در رتبه های آخر قرار دارند (جدول 5):

نتایج به دست آمده از محاسبه تکنیک تاپسیس نشان می دهد بالاترین رتبه در بین صاحبان کسب و کارها متعلق به روستای جلیز جند با CI برابر با 0/83 است و در رتبه دوم، روستای ولایتروود با CI برابر با 0/79 و در رتبه سوم، روستای هرانده با CI برابر با 0/67 قرار دارد. روستاهای افجه با CI برابر با 0/26، روستای مرای با CI برابر با 0/31 و روستای کمرد با CI برابر با 0/5 در رتبه های آخر قرار دارند. همچنین، در بین مسیرها نیز از نظر صاحبان کسب و کارها

جدول 5- رتبه مسیرها و روستاها به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه کاسبان

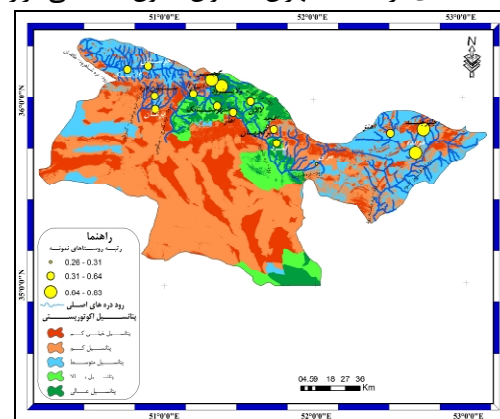
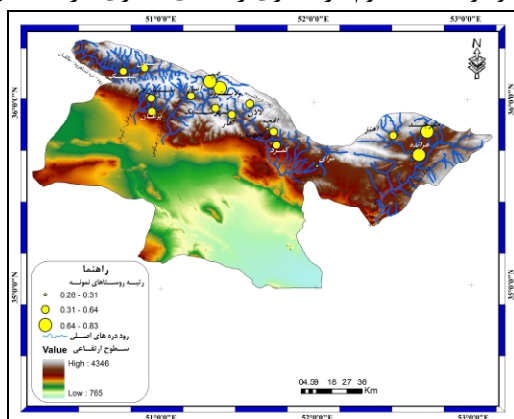
مأخذ: یافته های پژوهش، 1392

مسیرها	CI	رتبه	خوشه	حفاظت نشده
مسیر فیروزکوه	0/72	1	1	حفاظت نشده
مسیر دماوند	0/55	5	2	حفاظت نشده
مسیر جاجرود	0/60	3	2	حفاظت شده
مسیر چالوس	0/62	2	2	حفاظت شده
مسیر طالقان	0/28	7	3	حفاظت نشده
مسیر برغان	0/34	6	3	حفاظت نشده
مسیر فشم	0/56	4	2	حفاظت شده

روستاها	CI	رتبه	خوشه	حفاظت نشده
هرانده	0/67	3	2	حفاظت نشده
جلیز جند	0/83	1	1	حفاظت نشده
اهنز	0/53	13	2	حفاظت نشده
مرای	0/31	16	3	حفاظت نشده
برگ جهان	0/64	5	2	حفاظت نشده
کمرد	0/50	15	2	حفاظت شده
افجه	0/26	17	3	حفاظت شده
شهرستانک	0/54	12	2	حفاظت شده
آسارا	0/60	7	2	حفاظت شده
ولایتروود	0/79	2	1	حفاظت شده
گچسار	0/66	4	2	حفاظت شده
گلینک	0/56	11	2	حفاظت نشده
جوستان	0/56	10	2	حفاظت نشده
برغان	0/57	9	2	حفاظت نشده
سیبان دره	0/53	14	2	حفاظت نشده
آهار	0/61	6	2	حفاظت شده
لالان	0/58	8	2	حفاظت شده

گرفته اند و نیز در مسیرهای پر تردد و رفت و آمد واقع هستند، از نظر وجود مقاصد دوم گردشگری رتبه های بالاتری دارند (شکل 2):

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



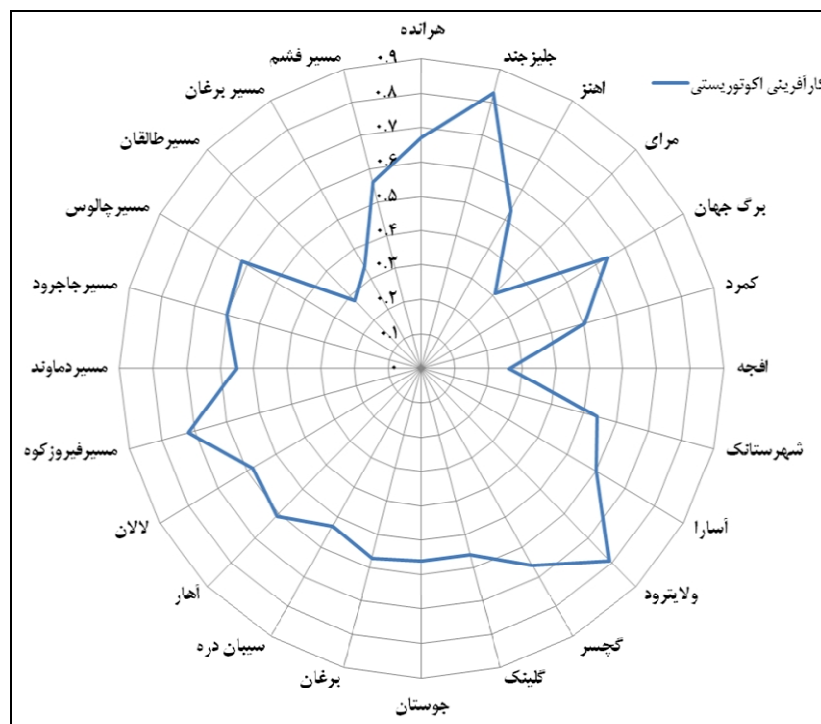
شکل 2- اولویت بندی فضایی کارآفرینی اکوتوریستی بر اساس سطوح ارتفاعی

و پتانسیل اکوتوریستی در روستاهای مورد مطالعه

مأخذ: یافته های پژوهش، 1392

روستاهای افجه و مرای است. به‌علاوه، براساس فرضیه می‌توان مشاهده کرد که از طریق اولویت‌بندی با تکنیک تاپسیس، پراکنش رتبه‌های کارآفرینی اکوتوریستی بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌شده و روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌نشده نظم خاصی ندارند و روستاهایی مانند جلیز جند و جلیز جند، هرانده و برگ جهان که در مناطق حفاظت‌نشده قرار دارند، از سطح کارآفرینی اکوتوریستی بالاتری برخوردار هستند (شکل 3):

خوشه‌بندی انجام‌شده براساس امتیازات CIها (سطح کارآفرینی بالا، متوسط و ضعیف) در بین روستاهای هفده‌گانه نشان می‌دهد که دو روستای جلیز جند و ولایتروود در خوشه اول واقع هستند و از سطح کارآفرینی اکوتوریستی بالاتری برخوردار می‌باشند؛ اما بیشتر روستاهای مورد مطالعه در خوشه دوم با سطح کارآفرینی متوسط قرار گرفته‌اند که تعداد آن‌ها 13 روستا است. همچنین، 2 روستا نیز در خوشه سوم با سطح کارآفرینی ضعیف قرار گرفته‌اند که شامل



شکل 3- رتبه مسیرها و روستاهای مورد مطالعه به لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی از دیدگاه کاسبان
مأخذ: یافته‌های پژوهش، 1392

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 کلان‌شهر تهران از دو جهت؛ یعنی وجود پتانسیل‌های گردشگری رود دره‌ای در مناطق روستایی حفاظت‌شده و نیز وجود حجم انبوه جمعیت نیازمند برای تفریح و اوقات فراغت، به‌عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب شدند. در راستای مشخص کردن وضعیت توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در

5. نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

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

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

یادداشت‌ها

1. Gartner
 2. Fridgen
 3. Ecopreneurship / Environmental Entrepreneurship
 4. Sustainability
 5. Environmental Responsibility
 6. Socially Responsible Business
 7. Grassroots Activism
 8. Grassroots activism into an ecological perspective of practical community sustainability
 9. Ecological Entrepreneurship
 10. Eco-Labels
 11. Green Key
 12. European Flower
13. تابع توان رتبه‌ای - $(n - r_j + 1)^2$

منطقه مورد مطالعه و بررسی وجود یا نبود تفاوت بین روستاهای واقع در مناطق حفاظت‌شده به‌لحاظ سطح کارآفرینی اکوتوریستی با روستاهای حفاظت‌شده (با به‌عبارت‌دیگر، بررسی اینکه تفاوتی بین سطح کارآفرینی اکوتوریستی در روستاهای منطقه مورد مطالعه نسبت به یکدیگر وجود ندارد) از آزمون آماری استفاده شد. برای این منظور، از داده‌های سطح صاحبان کسب‌وکارها برای تبیین فرضیه استفاده شد. آزمون مورد استفاده برای تبیین این فرضیه، آزمون T برای دو گروه مستقل است. همچنین، از تکنیک تاپسیس برای اولویت‌بندی روستاها و مسیرهای مورد مطالعه به‌لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی بهره گرفته شده است؛ بنابراین، با توجه به آزمون T، نتایج این آزمون نشان می‌دهد با در نظر گرفتن آلفا 0/01 در سطح اطمینان 99٪، سطح معناداری به‌دست آمده در متغیر کارآفرینی اکوتوریستی کمتر از 0/01 است و در نتیجه، فرضیه تحقیق به‌نفع فرضیه صفر تأیید می‌شود؛ بنابراین، از نظر صاحبان کسب‌وکارها، روستاهای مورد مطالعه در سطح منطقه با یکدیگر در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی تفاوتی ندارند. افزون‌براین، نتایج حاصل از پیاده‌سازی تکنیک تاپسیس نیز گویای امتیازات دقیق روستاها و مسیرها به‌لحاظ کارآفرینی اکوتوریستی با یکدیگر است که پراکندگی رتبه‌ها بین روستاهای دو گروه حفاظت‌شده و حفاظت‌نشده تأییدکننده نتیجه آزمون T می‌باشد. با توجه به این نتایج می‌توان گفت در منطقه مورد مطالعه هنوز اکوتوریسم و اقتصاد اکوتوریستی به‌مفهوم واقعی آن که در تعاریف و ادبیات نظری به آن اشاره شد، مورد توجه قرار نگرفته‌اند. به‌عبارت‌دیگر، با توجه به این

کتابنامه

1. احمدپور دارایانی، م. (1380). کارآفرینی: تعاریف، نظریات و الگوها. تهران: نشر شرکت.
2. رکن‌الدین افتخاری، ع. ر.، و سجاسی‌قیداری. ح. ا. (1389). توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی (تعاریف، دیدگاه‌ها و تجربیات). تهران: انتشارات سمت.
3. تولایی، س. (1386). مروری بر صنعت گردشگری. تهران: انتشارات دانشگاه تربیت معلم.
4. درام، ای. و مور. آ. (1388). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی و مدیریت اکوتوریسم. (م. رنجبر، مترجم). تهران: انتشارات آبیژ.
5. رضوانی، م. ر. (1390). مقدمه‌ای بر برنامه‌ریزی توسعه روستایی در ایران. تهران: نشر قومس.
6. شاه‌حسینی، ع. (1386). کارآفرینی. تهران: انتشارات آبیژ.
7. مقیمی، م. (1384). کارآفرینی در سازمان‌های دولتی. تهران: انتشارات فراندیش، مرکز کارآفرینی دانشگاه تهران.
8. هاشمی، ح. (1386). کارآفرینی و فناوری‌های پیشرفته. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
9. شهبان، پ. (1383). گردشگری روستایی و ضرورت توجه به آن. فصلنامه فنی-مهندسی ساخت شهر، (1)، 28-33.

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 IIIIEE, Lund University, Sweden.
29. Lundström, A., & Stevenson, L. (2001). *Entrepreneurship Policy for the Future*. Stockholm: Swedish Foundation for Small Business Research.
30. Marsden, T., & Smith, E. (2005). Ecological entrepreneurship: Sustainable development in local communities through quality food production and local branding. *Geoforum*, 36, 440- 451.
31. Massaki, K., & Helsen, K. (2004). *Global Marketing Management*, New York: John Wiley & Sons Inc,

32. Mattsson, J., Sundbo, J., & Fussing-Jensen, C. (2005). Innovation Systems in Tourism: The Role of the Attractor and Scene-Takers. *Industry and Innovation*, 12(3), 357-381.
33. Michael, S. (2007). *What is a Green or Socially Responsible Entrepreneur?* Retrieved from <http://www.turninggreengold.com/2007/what-is-a-green-entrepreneur/>
34. Morris, M., & Pamela, I. (1995). The determinants of entrepreneurial activity: Implication for marketing. *European Journal of Marketing*, 29(7), 31-48.
35. Morrison, A. (2006). A contextualization Of Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 12(4), 192-204.
36. Pacheco, D. F., Dean, T. J., & Payne, D. S. (2009). Escaping the green prison: Entrepreneurship and the creation of opportunities for sustainable development. *Journal of Business Venturing*, 25(5), 464-480.
37. Pennings, J. M. (1982). Elaboration on the entrepreneur and his environment. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K.V. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 307-316). New Jersey: Prentice- Hall.
38. Reynolds, P., Miller, B., & Maki, W. (1993). Regional characteristics affecting business volatility in the United States 1980-4. In C. Karlsson, B. Johannisson, & D. Storey (Eds.), *Small Business International, National and Regional Perspective Dynamics* (pp. 81-104). London: Routledge.
39. Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry in to profits, capital credit, Interest and the business cycle*. Cambridge: Harvard Business Press.
40. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research; *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
41. Smith, S., (2002). Devising environment and sustainable development indicators for Canada. *Corporate Environmental Strategy*, 9(3), 305- 310.
42. Smith, S. L. J. (1989). *Tourism analysis*. New York: Longman.
43. Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2007). Do Different Institutional Frameworks Condition the Influence of Local Fear of Failure and Entrepreneurial Examples Over Entrepreneurial Activity? *Journal of Entrepreneurship and Regional Development*, 19(4), 313.
44. 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/index.php/RRP/article/view/19611>

ISSN: 2322-2514

eISSN: 2383-2495