فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دهم، شماره دوم (پیاپی ۳۶)، تابستان ۱۴۰۰
شاپای چاپی ۲۱۳۱-۲۳۲۲ شاپای الکترونیکی ۴۷۶X- ۲۵۸۸
http://serd.khu.ac.ir
صفحات ۱۶۲-۱۳۷

اثربخشی کارآفرینی بر مؤلفه‌های اقتصادی روستاهای مقصد گردشگری مورد: بخش الموت قزوین

علی موحد*؛ دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.
مسلم قاسمی؛ استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.
لیلا اروجی؛ دانشجوی کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۰۷/۳۰ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۰۲/۲۵

چکیده

کارآفرینی یکی از رویکردهای توسعه مناطق روستایی‌در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی است و نقش مهمی به‌عنوان یک راهبرد در بخش گردشگری دارد. فعالیت‌های کارآفرینی می‌تواند تأثیرات مهمی در بخش‌های مختلف نواحی روستایی و مقصدهای گردشگری روستایی داشته و تغییر و تحولات مهمی در این مقصدها ایجاد نماید. بخش الموت شهرستان قزوین با داشتن منابع و توان های گردشگری روستایی همراه با ظرفیت‌های گردشگری بوم‌گردی و فرهنگی، یکی از مناطقی است که در یک دهه گذشته با رشد گردشگری و فعالیت‌های کارآفرینی همراه بوده است. هدف اصلی پژوهش، سنجش میزان و دامنه تأثیرات و پیامدهای برنامه‌های کارآفرینی بر تغییر و تحولات مقصدهای گردشگری روستایی در ابعاد مختلف است. این تحقیق از نوع کاربردی و ازنظر ماهیت داده‌ها، یک پژوهش ترکیبی کمی- کیفی است. برای این منظور ابتدا از طریق مجموعه مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی، فعالیت‌های کارآفرینی انجام‌شده در یک دهه گذشته شناسایی‌شده و سپس تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی در چهار بعد اقتصادی، مدیریتی- انسانی، اجتماعی- فرهنگی و کالبدی-فیزیکی مشخص شد. جامعه آماری اصلی پژوهش، گروه کارشناسان شامل دهیار و شوراهای مقصدهای گردشگری روستایی، محققان و پژوهشگران آشنا با منطقه و صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری بودند که با توجه به محدود بودن تعداد آن‌ها، کلیه این جامعه که ۳۰ کارشناس مسلط بودند، در نظر گرفته شد. همچنین مردم محلی نیز به‌عنوان جامعه آماری مکمل به‌صورت کیفی و شیوه اشباع نظری جهت تکمیل اطلاعات بررسی شد. تجزیه‌وتحلیل داده‌ها نیز با استفاده از شاخص‌ها و آزمون‌ها و تحلیل‌های آماری در کنار تحلیل‌های کیفی انجام‌شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد فعالیت‌های کارآفرینی دارای تنوع مطلوبی است و می‌تواند بر کلیه بخش‌های مقصدهای روستایی تأثیرگذار باشد و ابعاد مختلف را پوشش دهد. با این وجود سطح تأثیرات و پیامدهای کارآفرینی بر تغییرات مقصد عمدتاً در سطح متوسط رو به بالا بوده و میزان تأثیرپذیری مقصدها از برنامه‌های کارآفرینی، نسبی است.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، اقتصاد روستایی، گردشگری روستایی، سکونتگاه‌های روستایی، بخش الموت‌قزوین.

* Movahed@khu.ac.ir

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

۱) مقدمه

گردشگری، منافع اقتصادی گسترده‌ای برای روستائیان در جوامع روستایی ایجاد کرده است، اگرچه در این تحقیقات میزان منافع حاصله از گردشگری بسیار متفاوت است (Butler, 2006: 4). بخش گردشگری فرصت‌های شغلی متعددی را برای کارآفرینان محلی ایجاد می‌کند و با حفظ منابع در جامعه وضعیت مالی آنها را بهبود می‌بخشد.(موحد و حیدری، ۱۳۹۹: ۷۸) جولی لئونز (۱۹۹۵) عقیده دارد که یکی از بزرگ‌ترین منافع حاصل از صنعت گردشگری در نواحی روستایی، ایجاد درآمد و دستمزد برای افرادی است که در آن اشتغال دارند و نیز تأکید می‌کند که اغلب این شاغلان را افراد محلی تشکیل می‌دهند (Leones, 1995: 16)کارآفرینی می‌تواند مشکل کمبود سرمایه‌گذاری را از طریق نوآوری و ایجاد فرصت‌های شغلی جدید(با توجه به اینکه امروزه بازدید از مزارع، باغات، بیشه‌زارها، چشمه‌سارها، چشم‌اندازهای فرهنگی و گردشگری سکونتگاه‌های روستایی موردتوجه جامعه مهمان و گردشگران است؛ برنامه‌ریزی برای استفاده بهینه آن‌ها در راستای توسعه گردشگری روستایی امری اجتناب‌ناپذیر است؛ ازاین‌رو لوییس ترنر، گردشگری را امیدبخش‌ترین و پیچیده‌ترین صنعتی می‌داند که جهان سوم با آن روبروست و معتقد است گردشگری بیشترین قابلیت را برای جانشینی دیگر صنایع درآمدزا دارد (نجفی‌کانی و نجفی، ۱۴۰۰: ۷۰). درواقع کارآفرینی از عناصر مهم در گردشگری و توسعه گردشگری به شمار می‌رود. شومپیتر[۱] کارآفرینی را عامل محرک رشد اقتصادی می‌داند (Mohapatra et al, 2007: ۱۶۳). ، با جذب سرمایه‌های خصوصی، مؤسسات مالی و دولتی برطرف نماید. به همین دلیل است که به اهمیت کارآفرینی در توسعه اقتصادی کشورها بیش‌ازحد تأکید شده است (Banerjee, 2003: 149).

کارآفرینی در گردشگری، یک عامل مهم برای سازمان‌ها و نهادها به‌منظور دسترسی به مزیت رقابتی طولانی‌مدت به شمار می‌رود. فعالیت‌های کارآفرینی، با استفاده از فرصت‌های اندک، ترکیب عوامل و متغیرها و استفاده از ابزارهای محیطی، قادر به تولید ستانده‌های بالا و خارج از انتظار در مقاصد گردشگری است. وجود فضای کارآفرینی، یکی از مسائل مهم در کارآفرینی به شمار می‌رود. مطالعات مختلفی مرتبط با هر یک از این موضوعات در سطح جهان انجام‌شده است. کارشناسان معتقدند که در نواحی کمتر توسعه‌یافته و ازجمله نواحی روستایی، توسعه گردشگری باید در وهله نخست پاسخی برای برآورده ساختن نیازهای اقتصادی ساکنان داشته باشد و در این میان فقر و بیکاری، دو مشکل عمده این نواحی محسوب می‌شود که توسعه فعالیت‌های گردشگری باید بتواند در کاهش این مشکلات، ثمربخش باشد (غنیان، ۱۳۹۰: ۹۹-۹۷). بدون شک تلفیق مناسب و دقیق گردشگری و کارآفرینی می‌تواند ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان، متضمن گردشگری ایمن و مطلوب برای گردشگران باشد.

ماهیت کارآفرینی از مرحله تجربه گردشگری به سمت به‌کارگیری ابزارهای جدید و استفاده از نوآوری‌ها و بسته به بازه زمان متفاوت است؛ بنابراین، کارآفرینی یکی عوامل مهم در تغییر و تحولات مقصدهای گردشگری هست. مقصدهای گردشگری روستایی در طی زمان، براثر تأثیرات عوامل و مؤلفه‌های مختلف، می‌توانند با تغییرات و تحولاتی همراه باشند که موجب توسعه یا رکورد یک مقصد

[۱] schumpeter

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

شود. کارآفرینی روستایی که به‌منزله به‌کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای حصول فرصت‌های کسب‌وکاری است، علاوه بر ایجاد اشتغال برای قشر عظیم روستاییان، گامی در راستای توسعه روستایی محسوب می‌شود. بنابراین، کارآفرینی از ابزار قدرتمند توسعه روستایی محسوب می‌گردد (نوراله‌زاده و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۵). بدیهی است که استفاده مناسب از توان‌های کارآفرینی، خلاقیت و نوآوری می‌تواند در توسعه ایده‌های گردشگری، تولید جاذبه‌های جدید، ایجاد فرصت‌های اشتغال، افزایش درامد و تولیدات اقتصادی روستاییان، افزایش سطح مهارت و آگاهی، افزایش مشارکت و انسجام مقصد گردشگری نقش مهمی داشته باشد و همین عوامل می‌تواند توسعه و پیشرفت یک مقصد گردشگری را به همراه داشته و باعث تکامل یا بازساخت و دگرگونی مقصد شوند (Banerjee, 2003: 149). تعاملات و ارتباطات فضایی بین مقصدها شامل ارتباطات و جریان‌های گردشگران، فعالان، خدمات و تسهیلات، اطلاعات و داده‌ها و غیره است که ناشی از روند تصمیم‌گیری هست.

دیدگاه و نگرش جغرافیایی در مقصدهای گردشگری امری ضروری است که چراکه یک مقصد گردشگری از مجموع جریان‌های گردشگران، جریان اطلاعات و سرمایه‌ها، کارآفرینان و ویژگی‌های محیطی مقصدها و ارتباطات و پیوندهای مجموعه‌ای از عناصر مقصد گردشگری تشکیل‌شده است (Butler, 2006: 165-169). تغییرات مقصدهای گردشگری صرفاً در یک مقصد خاص رخ نمی‌دهد بلکه مجموعه این تغییرات می‌تواند در مقصدهای گردشگران مختلف و در یک شبکه از مقصدها ایجادشده و همچنین موجب افول یا کشف یک مقصد جدید شود. مقصدهای گردشگری دارای ارتباطات فضایی مختلف در یک ناحیه هست و این ارتباط می‌تواند از نوع شبکه‌ای یا سلسله‌مراتبی باشد. یکی از تأثیرات فعالیت‌های کارآفرینی بر ارتقای تصویر ذهنی گردشگران از مقصد است. یکی دیگر از موضوعات مرتبط با کارآفرینی، موضوع بازار و تقاضای گردشگری در ارتباط با مقصدهای گردشگری است (عین صالحی، ۱۳۹۰: ۱۰۵). همچنین در بعد زیست‌محیطی، گردشگری و محیط‌زیست به‌طور متقابل به یکدیگر وابسته‌اند (عبدولی، ۱۳۹۷: ۲۵-۲۹).

روستاهای منطقه الموت، از فضاهای گردشگرپذیر استان قزوین به شمار می‌رود. این منطقه، در شمال شهر قزوین قرارگرفته و منطقه‌ای است کوهستانی در میان کوه‌های الموت، طالقان و دره الموت (مسیر الموت رود) که در کوهستان البرز مرکزی و به‌موازات کرانه‌های جنوبی دریای خزر قرار داشته است. الموت با داشتن روستاهای تاریخی و گردشگرپذیر، هنوز نتوانسته بهره‌برداری و بهره‌وری کافی از این حوزه داشته باشد. در این منطقه، روستاهای هدف گردشگری مانند گرمارود، گازرخان، زرآباد، اندج، آکوجان و هیر واقع شده است. آنچه در این مسئله مدنظر است، نقش کارآفرینی و خلاقیت‌های بومی در توسعه و تغییرات روستاهای گردشگرپذیر منطقه الموت است. این روستاها از سرمایه‌های تاریخی، فرهنگی و بوم گردی منطقه به شمار می‌رود. ضرورت اصلی پژوهش تبیین وضعیت توانمندسازی مردم بومی و مقصدهای گردشگری و روستاهای گردشگر پذیر الموت است.

در پژوهش‌های انجام‌شده، مطالعات کمی در مورد تأثیرات کارآفرینی بر تغییرات و تحولات مقصدهای گردشگری وجود دارد و ضرورت دارد تا مطالعه جامعی در این زمینه صورت گیرد. همچنین با توجه به

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

محدودیت‌های موجود در ارتباطات فرهنگی مردم با دیگر اقشار جامعه، گردشگری و فعالیت‌های کارآفرینانه بهترین فرصت برای افزایش تبادلات اجتماعی و توسعه خوداتکایی و تصدی‌گری و مدیریت فعالیت‌های گردشگری توسط جامعه بومی است. با بررسی پیشینه مطالعات صورت گرفته در حوزه کارآفرینی روستاهای الموت، مشاهده می‌شود که تاکنون مطالعه خاصی از جنبه بررسی ابعاد کارآفرینی و تأثیرات آن در دگرگونی‌های روستایی منطقه انجام‌نشده و یک خلأ پژوهشی وجود دارد و همین مسئله، ضرورت انجام یک پژوهش جدید را آشکار می‌کند.

با توجه به موارد فوق، ابتدا وضعیت روستاهای منطقه ازنظر تغییر و تحولات در سال‌های گذشته بررسی‌شده و سپس تأثیرات کارآفرینی، بر تغییرات این روستاها به‌عنوان مقصدهای گردشگری، مورد تحلیل قرارگرفته است. بنابراین تحقیق حاضر باهدف بررسی نقش و اهمیت کارآفرینی در تغییرات مقصدهای گردشگری روستاهای الموت قزوین انجام‌شده است.

۲) مبانی نظری

نظریه‌ها و رویکردهایی متنوعی در ارتباط با پژوهش وجود دارد که در اینجا به‌صورت بسیار خلاصه و با اولویت اشاره‌شده است. از نظریات مطرح در این حوزه می توان به نظریه چرخه حیات مقصدهای گردشگری اشاره کرد. مدل چرخه حیات گردشگری باتلر، به‌عنوان یکی از نظریات مهم چرخه حیات گردشگری، هر مرحله از توسعه را با توجه به تعداد بازدیدکنندگان، تغییراتی که در فعالیت‌های گردشگری رخ‌داده و روابط آن با جامعهٔ محلی، مشخص نموده است. اساساً، باتلر، چهار مرحله‌ای را که یک مقصد (یا یک مکان) در ارتباط با توسعه گردشگری طی می‌کند، توصیف می‌نماید (Butler, 2006). مولفه‌های کارآفرینی در این نظریه قابل‌بررسی است. نظریه و رویکرد دوگانگی نیز در بحث تغییرات فضایی مقصدها مطرح است. در تغییرات فضایی مقصدهای گردشگری، شکل‌گیری رویکرد دوگانگی فضایی، امری محتمل است. دوگانگی گردشگری، از طریق شیوه‌ها و روش‌هایی بیان‌شده است که ضرورت یک الگوی مرکز – پیرامون در گردشگری را تسهیل می‌کند (Hashimoto; 2016).

در سال ۱۹۷۵، داکسی مجموعه ساده‌ای از مراحل را مطرح کرد که واکنش و رابطه اجتماع محلی میزبان نسبت به افزایش تعداد بازدیدکنندگان را توصیف می‌کند. او اظهار می‌دارد که آستانه تحمل جامعه محلی و مقاومت جامعه میزبان در برابر افزایش توسعه گردشگری، بر پایه‌یک ترس به دلیل از دست دادن هویت اجتماعی است و اینکه این اجتماعات محلی میزبان، مجموعه مراحلی را پست سر می‌گذارند که بی‌شباهت به مراحل سلسله‌مراتبی نیست (Beeton, 2006: 62). همچنین می‌توان به نظریه‌های تبادل اجتماعی، الگوهای کارآفرینی الماس و انگیزش‌های گردشگری در کارآفرینی اشاره کرد.

پژوهش‌های متعددی در ارتباط با نقش کارآفرینی در گردشگری انجام‌شده است. در سطح بین‌المللی، راسل و فالکنر[۱](۲۰۰۴) مطالعاتی را در ارتباط با کارآفرینی انجام داده و آن را در ارتباط با نظریه آشوب

[۱] Russel & Faulkner

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

موردبررسی قراردادند. بوسچ و کامبیز[۱](۲۰۱۰)، از مدل سیستم‌های اشتراکی فعالان و ذی‌نفعان گردشگری برای توسعه پایدار سیستم گردشگری استفاده کردند. در این پژوهش، گردشگری یک سیستم پیچیده و پویا تعریف‌شده که دربرگیرنده فعالان و ذی‌نفعان متعدد هست. در حوزه کارآفرینی و سیستم کارآفرینی روستایی، کتابی توسط پی‌برن و وود هیل[۲](۲۰۱۴) در مورد پویایی‌ها در خلاقیت‌ها و ابتکارات روستایی تألیف کردند که در آن به سیستم روستاها، خلاقیت و کارآفرینی را موردبررسی و تحلیل قرار دارند. ژو[۳]و همکاران (۲۰۱۷) به بررسی مسئله پویا بودن فضای کارآفرینی و عوامل سرمایه و سرمایه‌گذاری در آن، در مقصدهای گردشگری چین پرداخت. همچنین باقری و همکاران (۲۰۲۰) به موضوع برنامه‌ریزی تراکم کسب‌وکارهای گردشگری پرداخته و مدلی را برای این منظور ارائه کرده است. در سطح داخلی نیازکار و عرب مقدم (۱۳۸۹) نیز در پژوهشی به بررسی موانع توسعه کارآفرینی زنان از منظر کارآفرینان زن دانشگاهی پرداخته‌اند. یافته‌های آن‌ها نیز نشان می‌دهد که مهم‌ترین موانع بر سر راه کارآفرینان موانع اقتصادی ـ مالی و تجاری و بعدازآن، موانع ساختاری و سپس موانع اجتماعی_ فرهنگی هست. ایمنی‌قشلاق و همکاران (۱۳۹۱)، باهدف تحلیل اثرات گردشگری بر اشتغال و کارآفرینی زنان روستایی، به شناخت این موضوع اقدام نموده است. یافته‌های تحقیق بیانگر آن است که رونق گردشگری در نواحی روستایی، فرصت‌های زیادی برای فعالیت زنان ایجاد کرده و محیط روستا را به یک محیط محرک و انگیزشی برای کارآفرینی زنان تبدیل کرده است. غنیان و همکاران (۱۳۹۱) ارزیابی فضای کارآفرینی درزمینه گردشگری روستایی انجام‌شده است. یافته‌ها حاکی از آن بود که عواملی چون علاقه‌مندی به تأسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تأسیس و گسترش شبکه‌های تولیدی محلی بین صاحبان کسب‌وکار و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه‌ای برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی، در قیاس با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی، جایگاه و اهمیت بالاتری دارند. رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی، عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی را مطالعه نموده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که از دیدگاه هر دو گروه مطالعاتی (مسئولان و کارآفرینان)، عامل اقتصادی از اهمیت بیشتری در توسعه کارآفرینی گردشگری برخوردار است. یاسوری و وطنخواه‌کلورزی (۱۳۹۴) نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی در شهرستان فومن را بررسی کردند. باوجود زمینه‌های طبیعی و انسانی بالقوه در این دهستان، گردشگری هنوز نتوانسته است نقش قابل‌توجهی در اشتغال، بالفعل نمودن قابلیت‌های بالقوه، بهبود وضعیت اقتصادی- اجتماعی و توسعه کارآفرینی زنان در این دهستان داشته باشد. سلطانی‌نژاد و وثوقی (۱۳۹۴) به بررسی اهمیت اشتغال ناشی از کارآفرینی گردشگری در استان کرمان پرداخته است. بر اساس نتایج، کارآفرینان گردشگری برای توسعه گردشگری می‌تواند مهم باشد. امیری و همکاران (۱۳۹۵) یک مدل مفهومی به‌منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی ارائه کرده است. بررسی‌ها حاکی از آن است که گردشگری کشاورزی از مسیرهای متفاوت می‌تواند به توسعه کارآفرینی

[۱] Bosch & Kambiz
[۲] Pyburn and Woodhill
[۳] Zhou

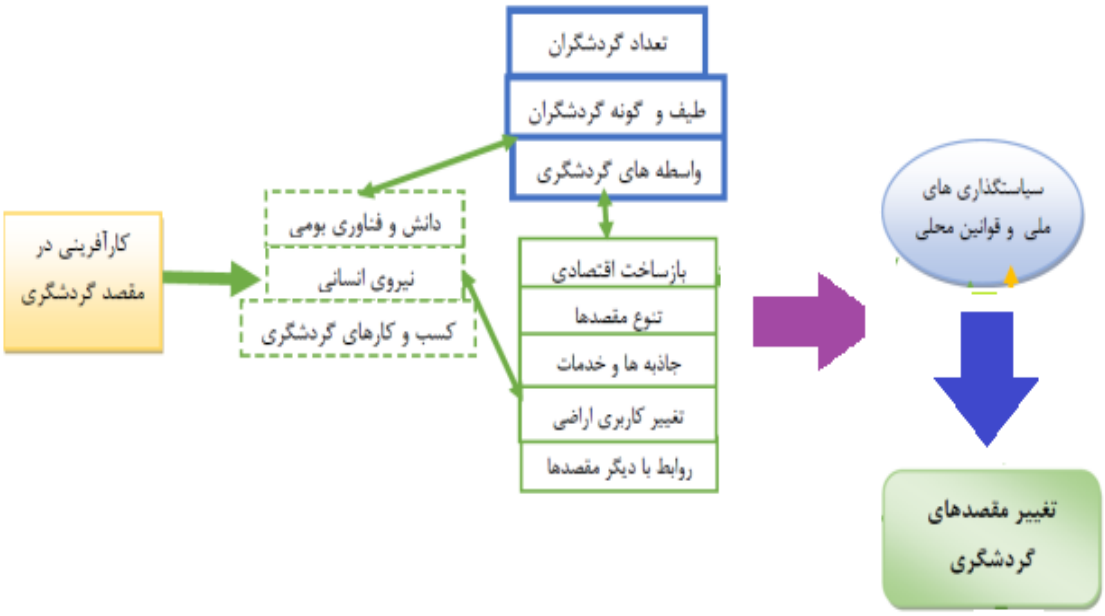
[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

روستایی کمک نماید. ارغا و همکاران (۱۳۹۶)، نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری در شهر ایلام را مطالعه نمودند. بر اساس نتایج، عامل‌های اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی- محیطی و فردی در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری، تأثیر مثبت و معناداری دارد. قدرت‌زاده (۱۳۹۸) به ارزیابی ظرفیت‌های کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی شهر شیراز پرداخته است. نتایج نشان می‌دهد که مؤلفه‌های کیفیت خدمات (محتوا، زمینه و رفتار) بر تمایل به بازگشت گردشگران به اقامتگاه‌های بوم‌گردی تأثیر مستقیمی دارند. ربیعی و همکاران (۱۳۹۹) مدل توسعه سیستم اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مناطق روستایی خلخال را ارائه کردند. که این مدل شامل برهمکنش نیروهای بومی و غیربومی به‌صورت متقابل به‌عنوان عوامل پیشران، انحصارشکنی بوم‌گردی، تولید جاذبه‌های فضایی و زمانی، پروژه‌های فرهنگ‌پذیری بوم‌گردی، مسیریابی بوم‌گردی، ایجاد مجتمع اقامتگاه‌های بوم‌گردی، مدیریت خوشه‌ای، راهبرد شبکه منطقه‌ای، شناسایی گره‌ها و حفره‌های ساختاری و سناریونگاری است. همچنین کرمی و علی‌یاری (۱۴۰۰) به بررسی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر کارآفرینی در سطح نواحی روستایی شهرستان شیراز پرداختند. نتایج نشان داد که روستاییان منطقه موردمطالعه در سه گروه قابل دسته‌بندی بوده و وضعیت اقتصادی، سطح دانش، وضعیت اجتماعی، وضعیت محیطی، حس مکان، نوآوری و عمل‌گرایی، سن پاسخگو و سطح سواد، از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر سطح کارآفرینی روستاییان منطقه موردمطالعه محسوب می‌شود.

جمع‌بندی پیشینه تحقیق، نشان می‌دهد که اگرچه مطالعاتی در حوزه کارآفرینی روستایی در سطح ایران و جهان صورت گرفته است اما این مطالعات کمتر به بررسی تغییرات مقصدهای گردشگری ناشی از انواع برنامه‌های کارآفرینی پرداختند و عموماً به اثرات کلی پرداختند. همچنین در سطح الموت نیز کمتر به موضوع کارآفرینی پرداخته‌شده است. بر همین اساس ضرورت دارد تا پژوهشی دراین‌ارتباط انجام گیرد. درنهایت با ترکیب موارد فوق، مدل مفهومی پژوهش ارائه‌شده است. این مدل شامل عوامل و عناصر بازساخت و تغییرات مقصدهای گردشگری، مؤلفه‌های گردشگری، توسعه مقصدهای گردشگری و کسب‌وکارها، دانش و فعالیت‌های کارآفرینی در مقصدهای گردشگری است که این عوامل سه‌گانه در پیوند با نظریه‌ها و رویکردها، می‌تواند تبیین‌کننده تغییرات در مقصدهای گردشگری باشد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۳) روش تحقیق

این پژوهش ازنظر هدف، یک پژوهش کاربردی بوده و ازنظر نوع داده‌ها، یک پژوهش ترکیبی کمی–کیفی به شمار می‌رود؛ چراکه از آزمون‌ها و تکنیک‌های آماری کمی و روش کیفی برای تجزیه‌وتحلیل داده‌ها استفاده‌شده است. روش گرداوری داده‌ها شامل دو روش کتابخانه‌ای-اسنادی است. به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها، از مطالعات کتابخانه‌ای و روش میدانی با ابزار پرسشنامه و مصاحبه موردنیاز برای سنجش مفاهیم کارآفرینی و تغییرات مقصدهای گردشگری استفاده‌شده است.

در این پژوهش، فعالیت‌های کارآفرینانه در حوزه گردشگری مانند ایده‌های گردشگری، اشتغال نوین، شناسایی نقاط حساس در گردشگری، ارائه اطلاعات و دانش جدید، بهره‌گیری از دانش بومی، بهسازی روستایی، باز زنده سازی فرهنگ‌ها، تزریق خلاقیت و نیروی انسانی ماهر به روستا، ارائه شیوه‌های جدید مشارکت روستای در گردشگری و غیره، به‌عنوان عوامل و متغیرهای مستقل در نظر گرفته می‌شود که تأثیرات و پیامدهای آن بر ابعاد و شاخص‌های گردشگری مقصدهای گردشگری منطقه الموت و تغییر و تحولات آن‌ها به‌مانند میزان و تنوع اشتغال و بازساخت اقتصادی روستایی، سطح مشارکت مردمی و ارتباط جامعه روستایی با گردشگران، توزیع خدمات و زیرساخت‌ها در روستا، سطح بازاریابی خدمات گردشگری، میزان و تنوع ورود گردشگران به مقصدها، جاذبه‌های جدید، تثبیت جمعیت روستایی، افزایش خدمات گردشگری، تغییرات کاربری اراضی روستایی و غیره (به‌عنوان متغیرهای وابسته)، مورد ارزیابی و تحلیل قرار می‌گیرد.

جامعه آماری اصلی در این تحقیق، گروه کارشناسی شامل تعدادی از صاحبان کسب‌وکار، محققین و پژوهشگران دارای سابقه مطالعه در الموت، کارآفرینان و دهیاران و شورای اسلامی روستاهای الموت هست و در کنار آن، از مردم محلی روستاها برای گرداوری داده‌ها استفاده‌شده است. برای این منظور از

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

روش پرسشنامه استفاده‌شده است. درواقع تعداد کارشناسان در منطقه الموت به دلیل محدود بودن تعداد روستاهای گردشگرپذیر، محدود است؛ لذا از کلیه این کارشناسان درخواست تکمیل پرسشنامه شد و از ۳۰ کارشناس حوزه کارآفرینی و گردشگری پرسشنامه تکمیل شده اخذ شد. همچنین در بخش ساکنین روستایی، نمونه آماری به شیوه کیفی گلوله برفی و بر اساس روش اشباع نظری، از مردم و ساکنین روستا انتخاب‌شده است. در واقع این بخش، به‌صورت کیفی بررسی‌شده و به‌محض اینکه پرس جو از بخشی از مردم انجام و مطالب لازم استخراج شد، نمونه‌گیری به اتمام رسید.

روش تجزیه‌وتحلیل داده‌ها به دو صورت است:

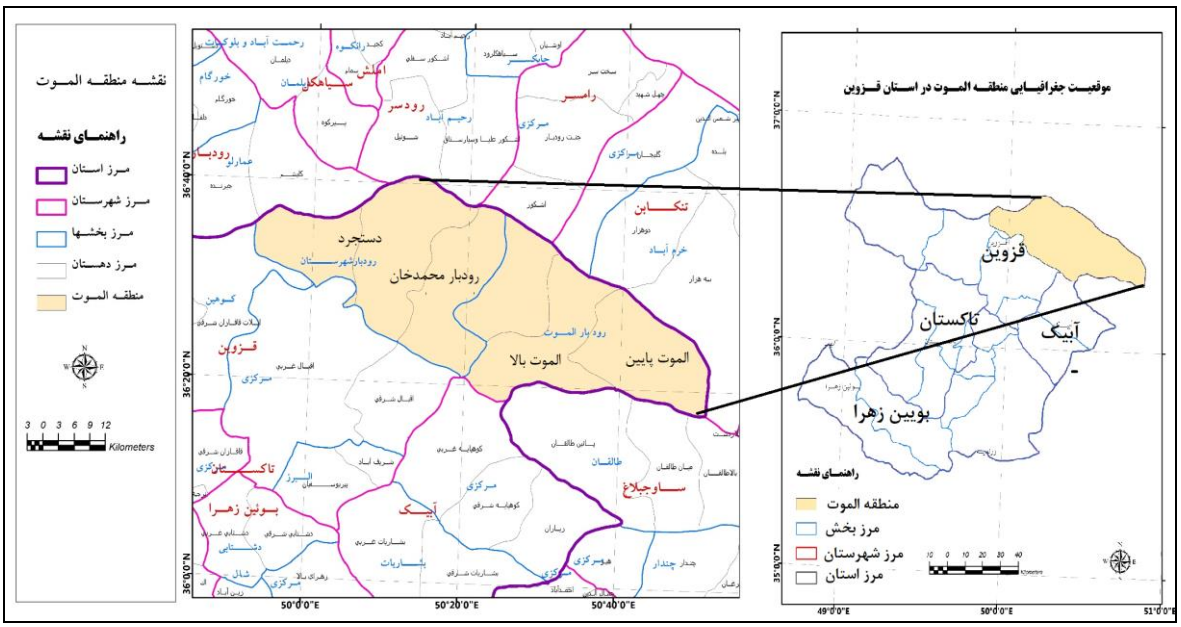
الف- تجزیه‌وتحلیل کمی: نتایج توصیفی شامل استفاده از شاخص‌های میانگین، ضریب تغییرات و انحراف معیار و نتایج استنباطی شامل استفاده از آزمون‌ها و تحلیل‌های آماری تک متغیره، آزمون‌های تفاوت معناداری کروسکال والیس، آزمون‌های همبستگی و استفاده از آزمون رگرسیون خطی است.

ب- تجزیه‌وتحلیل کیفی: در این بخش به‌صورت کیفی جهت سنجش نتایج با نظریه‌های موجود و همچنین تکمیل و تحلیل اطلاعات کمی استفاده‌شده است. از طریق مشاهدات میدانی، مصاحبه و گفتگو، مجموعه داده‌ها در مورد تأثیرات برنامه‌های کارآفرینی و تغییرات در روستاهای گردشگر پذیر شناسایی و ارزیابی شدند.

منطقه الموت دارای ظرفیت‌های گردشگری قابل‌توجهی است. از جاذبه های جالب‌توجه از منظر اجتماعی، تاریخی و زیست‌محیطی، می توان به درخت خونبار در روستای زرآباد رودبار الموت که در ماه محرم هرسال خون از این درخت می‌چکد و چشمه‌های متعدد معدنی و درمانی و قلعه‌های الموت درواقع وجه مشخصه بارز میراث باستان‌شناختی منطقه شمرده می‌شود، اشاره کرد. اولین روستای آباد شده در دره الموت، روستای توان است. روستای دورچاک قدمتی ۴۰۰ ساله دارد و اهالی آن در حدود سه نسل پیش از خود را نام می‌برند. روستای مرگ از دیگر روستاهای تاریخی الموت است. روستای معلم کلایه هم از قدمت بالایی برخوردار است و به قولی از مسیر حرکت نیروهای حسن صباح و دشمنانش از این روستا بوده است (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۴: ۴۱). روستای گازرخان از روستاهای قدیمی منطقه الموت به شمار می‌رود. جاذبه‌های گردشگری محل استقرار روستای گازرخان دره باریکی در میان رشته‌کوه البرز است (میرابوالقاسمی، ۱۳۸۴: ۸). راه‌های ارتباطی مهمی که در الموت وجود دارد. در منطقه الموت در روستاها و بر سر راه‌های ارتباطی، اقامتگاه‌های مختلفی برای گردشگران وجود دارد. از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به غذاخوری کاج، مجموعه باغ رستوران‌های رزجرد، باغ رستوران اکبرشاهی، غذاخوری قسطین لار، غذاخوری‌های معلم کلایه، باغ رستوران گلستان در غرب دژ حسن صباح، خانه رفاه معلم در غرب دژ حسن صباح، مهمانسرای کوهساران در میدان گازرخان، کاشانه‌های خانه روستائیان در روستای گازرخان برای اقامت شبانه‌روزی در منطقه، خانه معلم، کاشانه سمعیی، کاشانه یاسر ابن علیپور، کاشانه احمد نایبی، هتل گرمارود در پای دژ نویزرشاه درگرمارود و غیره... اشاره کرد(شکل ۲).

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی بخش الموت

۴) یافته‌های تحقیق

در این تحقیق، منظور از فعالیت‌های کارآفرینی، مجموعه برنامه‌ها، طرح‌ها و پروژه‌ها و خدمات مرتبط با گردشگری است که در بخش الموت و توسط این بخش یا حداقل در سطح بالاتر توسط میراث فرهنگی استان یا شهرستان قزوین و همچنین بخش‌های خصوصی و کارآفرینان فعال در روستاها، صورت گرفته است. بنابراین مجموعه فعالیت‌های کارآفرینی بیرون از این محدوده، حتی در صورت اثرگذاری، مدنظر این پژوهش نبوده است. از طرف دیگر، سطح و درجه نوآوری و کارآفرینی فعالیت‌های ذکرشده، متفاوت است. ملاک انتخاب این فعالیت‌ها، تنوع در نوع فعالیت بود تا بتوان اثر انواع فعالیت‌های مختلف با سطوح مختلف در توسعه گردشگری موردسنجش قرارداد. از منظر زمانی نیز، مجموعه فعالیت‌ها و برنامه‌ها در طی ۱۰ سال گذشته مدنظر قرار گرفته تا بتوان اثر زمان را نیز در این تأثیرات مورد سنجش قرار گیرد. همچنین باید اشاره کرد که در این تحقیق، تأثیرات نوع فعالیت، و نه خود یک فعالیت مشخص، مدنظر بوده است. در این پژوهش، روستاهای گردشگرپذیر و به‌عنوان مقصدهای گردشگری روستایی مطرح مورد بررسی قرار گرفته اند.

جهت ارزیابی تأثیرات کارآفرینی بر روستاهای فوق‌الذکر، از گروه کارشناسی شامل فعالان عرصه کسب‌وکارهای گردشگری در روستاها، دهیار یا شورای روستا و همچنین محققین و پژوهشگران و تورگردانانی که سابقه مطالعه یا فعالیت گردشگری در روستاهای الموت را داشتند، استفاده‌شده است. در این بخش تأثیرات مجموعه طرح‌ها و برنامه‌های کارآفرینی انجام‌شده بر تغییر و توسعه مقصدهای گردشگری موردسنجش قرارداد. منظور از استفاده واژه تغییر به معنی آن است که تغییرات می‌تواند از نوع مثبت یا منفی باشد و کارآفرینی می‌تواند مخرب نیز باشد. بر همین اساس از واژه تغییر در کنار توسعه استفاده‌شده است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

در بررسی ویژگی‌های فردی کارشناسان (جدول ۱)، دوسوم کارشناسان منتخب، مرد بودند و نزدیک به نیمی از آن‌ها در رده سنی ۳۰ تا ۴۵ سال قرار داشتند. از منظر شغلی نیز نیمی از کارشناسان دارای شغل آزاد و ۲۶ درصد دارای شغل دولتی بودند. افرادی که شغل دولتی داشتند عموماً به‌عنوان دهیار یا شورا بوده و شاغلین آزاد شامل کسب‌وکارهای گردشگری اقامتگاهی و پذیرایی در روستاها بوده یا پژوهشگران و محققین دارای سابقه پژوهش بودند. ازنظر تحصیلی نیز نیمی از کارشناسان دارای سطح تحصیلی کارشناسی و کارشناسی ارشد هستند که این مسئله نشان از دارا بودن توان بالقوه و بالفعل بالای کارشناسان ازنظر سواد و دانش دانشگاهی است.

جدول ۱. جدول توصیفی ویژگی‌های فردی کارشناسان

جنسیت	فراوانی	درصد	سن	فراوانی	درصد
زن	۹	۳۰	۱۵ تا ۳۰	۹	۳۰،۰
مرد	۲۱	۷۰	۳۰ تا ۴۵	۱۲	۴۰،۰
مجموع	۳۰	۱۰۰	۴۵ تا ۶۰	۷	۲۳،۳
تحصیلات	**فراوانی**	**درصد**	بالای ۶۰ سال	۲	۶،۷
زیردیپلم	۲	۶،۷	مجموع	۳۰	۱۰۰
دیپلم و فوق‌دیپلم	۹	۳۰	**شرایط شغلی**	**فراوانی**	**درصد**
کارشناسی	۱۰	۳۳،۳	دولتی	۸	۲۶،۷
کارشناسی ارشد	۷	۲۳،۳	آزاد	۱۵	۵۰
دکتری	۲	۶،۷	دانشجو	۶	۲۰
مجموع	۳۰	۱۰۰	خانه‌دار	۱	۳،۳
			مجموع	۳۰	۱۰۰

در این بخش، مجموعه تأثیرات انواع فعالیت‌های کارآفرینی در بخش الموت بر تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی سنجیده شده است. درواقع تأثیر هر فعالیت کارآفرینی به‌صورت مجزا بر مجموعه مقصدهای گردشگری روستایی مدنظر بوده است.

ارزیابی در دو بخش نوع تأثیر و میزان تأثیر انجام‌شده است. ابتدا مثبت یا منفی بودن تأثیرات و سپس شدت تأثیرات سنجیده است. شدت و میزان تأثیرات، از طریق دو شاخص میانگین و ضریب تغییرات محاسبه‌شده است. میانگین تأثیرات مقداری بین ۱ (کمترین تأثیر) تا ۵ (بیشترین تأثیر) است. ضریب تغییرات شاخصی بین صفر تا ۱ است و به معنای میزان اختلاف‌نظر بین کارشناسان در ارزیابی است. هر چه مقدار ضریب، کمتر باشد، نشان می‌دهد که کارشناسان در ارزیابی تأثیرات، اتفاق‌نظر بیشتری داشته و اختلاف‌نظرشان کمتر است. ملاک اصلی سنجش تأثیرات، مقدار میانگین است. چنانچه مقادیر میانگین متغیرها، یکسان یا خیلی نزدیک به هم باشد، متغیری که دارای ضریب تغییرات کمتری باشد، معتبر بوده و در اولویت است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

در جدول ۲، میانگین تأثیرات انواع کارآفرینی‌ها مشخص‌شده است. میانگین تأثیرات برابر با ۳,۲۷ است که نشان می‌دهد درمجموع، فعالیت‌های کارآفرینی تأثیرات متوسط رو به بالایی بر تغییرات مقصدها دارد. درواقع تأثیرات کارآفرینی در تغییر مقصدها چندان بالا و قابل‌توجه نیست اما تا حدی به سمت تأثیرگذاری بالا گرایش دارد. البته ضریب تغییرات این نتایج با مقدار ۳۶ درصد، تقریباً بالا است و نشان می‌دهد که بین کارشناسان و روستاهای مختلف ازنظر میزان تأثیرات، اختلاف قابل‌توجهی وجود دارد.

ازنظر نوع تأثیرات، کلیه فعالیت‌های کارآفرینی دارای تأثیرات مثبت بودند. ازنظر بررسی تفکیکی کارآفرینی، فعالیت‌های مرتبط با اقامت و اسکان مسافران، تنها فعالیت‌هایی هستند که دارای تأثیرات بالایی بر مقصد می‌باشند. ساخت کاشانه‌های گردشگری و اقامتگاه‌های بوم‌گردی نمونه بارز این مسئله هستند. کاشانه‌های گردشگری ابتدا در روستای گازرخان ایجادشده و سپس به روستاهای دیگر کشیده شد. اقامتگاه‌های بوم‌گردی نیز در مهروموم‌های اخیر در منطقه الموت راه‌اندازی شده است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به اقامتگاه بوم‌گردی کدخدا در روستای وربن، اقامتگاه‌های بوم‌گردی کلبه توریست در روستای زرآباد، اقامتگاه رسولی در گازرخان، اقامتگاه قلعه عقاب‌ها در دیکین و.. اشاره کرد. این اقامتگاه‌ها و کاشانه‌ها ازآنجاکه در چند سال اخیر ایجاد شدند، یک نوع کارآفرینی به شمار رفته و تأثیرات خوبی را در تغییرات مقصدها، داشته باشند.

در کنار کاشانه‌ها و اقامتگاه‌ها، باید به نقش صنایع‌دستی بومی الموت در کنار خانه‌های اجاره‌ای روستایی در تغییرات نسبتاً بالای مقصدها اشاره کرد. برای مثال، خانه‌های اجاره‌ای زیادی در روستای گازرخان وجود دارد که می‌توان به خانه‌های اجاره‌ای سمیعی، ابن علیپور، مقیمی الموتی و محمودی الموتی اشاره کرد. همچنین خانه‌های اجاره نویذر در روستای گرمارود، خانه‌های اجاره‌ای طاهری و ناصری در روستای اوان و خانه‌های درگاهی و آشیانه عقاب در معلم کلایه اشاره کرد. همچنین صنایع‌دستی جدید در بخش گلیم‌بافی و ملیله‌دوزی و جاجیم‌بافی و عرضه این صنایع در درون اقامتگاه‌ها و خانه‌های اجاره‌ای و خرید این محصولات توسط گردشگران و آشنایی گردشگران با شیوه زندگی مردم روستا، تأثیر نسبتاً خوبی بر تغییرات مثبت روستاها گذاشته است.

در اولویت‌های بعدی، برخی از فعالیت‌های کارآفرینی تأثیرات متوسط و نسبی را بر روستاهای منطقه داشتند. برگزاری جشنواره‌های روستایی شامل جشنواره‌های محصولات کشاورزی و جشنواره‌های فرهنگی نمونه‌ای از آن‌ها است که نقش خاصی را در تشویق مردم به فعالیت و اشتغال و استقبال از گردشگری و ارتباط بیشتر با محیط پیرامون ایفا نموده است.

از مهم‌ترین اهداف برگزاری این جشنواره‌ها در منطقه الموت، معرفی محصولات باغی مثل گیلاس، فندق، زغال‌اخته است که در تولید این سه محصول جز سه استان اول ایران قرار دارد. همچنین در این میان باید به نقش کارآفرینان ورودی به روستا از مناطق پیرامون مانند شهر قزوین و تهران و کرج و گیلان اشاره کرد. طرح‌ها و پروژه‌های گردشگری، بخشی از طرح‌های کارآفرینی منطقه محسوب می‌شود که نقش نسبی در تحرک اقتصاد و فرهنگ و تغییرات کالبدی و همچنین ارتقای توان تصدی‌گری و مدیریتی مردم روستایی داشته است. از مهم‌ترین این طرح‌ها باید به پروژه لاله الموت اشاره کرد. پروژه

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

لاله الموت یکی از طرح‌های کامل و چندوجهی است که می‌تواند بخش قابل‌توجهی از نیازهای حوزه گردشگری منطقه الموت را پوشش دهد. طرح‌ها و مجتمع‌های اقامتی نیز نقش محدودی در توسعه روستاها داشته باشند. بیشتر این مجتمع‌های رفاهی در نزدیکی روستای اوان و به دلیل وجود دریاچه اوان ایجادشده است. همچنین مجتمع خدماتی قصر و پردیس در مسیر قزوین-الموت و همچنین نزدیک روستای رازمیان، از فعالیت‌های کارآفرینی خارج از روستا است که تأثیرات نسبی و متوسطی بر گردشگری و توسعه روستاها داشته است. در این میان فناوری‌های سنتی و بومی نیز تأثیرات متوسطی بر روستاها داشته است که دلیل اصلی آن، تعداد محدود از فناوری‌های بومی فعال در روستاها است. درواقع بسیاری از شیوه‌ها و تکنیک‌های مدیریت روستایی درگذشته، از بین رفته یا کمرنگ شده و درنتیجه تأثیر این فناوری‌ها در تغییرات مقصد، قابل‌توجه نیست. این فناوری‌ها و شیوه‌ها، بیشتر در زمینه کشت محصولات، نحوه تولید صنایع‌دستی و خوراک‌های بومی نمایان است.

جدول ۲. ارزیابی تأثیرات انواع فعالیت‌های کارآفرینی بر تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

کارآفرینی	میانگین	ضریب تغییرات	کارآفرینی	میانگین	ضریب تغییرات
ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی	۳,۷۳	۰,۳۴	ترکیب عقاید مذهبی با پدیده‌های طبیعی جهت جذب گردشگر مانند درخت خونبار	۲,۴۷	۰,۳۶
ساخت و احداث کاشانه‌های گردشگری	۳,۶	۰,۳۴	احیا و مرمت برخی خانه‌ها و جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی روستاها	۲,۲۷	۰,۳۵
ایجاد صنایع‌دستی در نواحی روستای	۳,۴	۰,۳۱	استفاده از دانش بومی گیاهی در روستاها	۲,۲	۰,۳۵
اجاره خانه‌های روستایی به گردشگران و مرمت خانه‌ها برای اقامت	۳,۳۳	۰,۴۱	باززنده‌سازی برخی وقایع تاریخی به‌ویژه در قلعه الموت	۲,۰۷	۰,۲۸
جشنواره‌های روستایی	۳,۲	۰,۳۳	تولید جاذبه‌های گردشگری روستایی جدید از نوع تفریحی	۲	۰,۳۷
ورود برخی کارآفرینان به روستا به‌عنوان سرمایه‌گذاران	۳,۱۳	۰,۴۶	برنامه‌هایی در جهت معرفی الموت به‌عنوان یک منطقه ژئوتوریستی	۱,۹۳	۰,۳
طرح‌ها و پروژه‌های گردشگری روستایی	۳,۱۳	۰,۴۱	مطالعات عمیق بر روی قلعه‌های الموت و سرمایه‌گذاری گردشگری بر روی آن	۱,۸۷	۰,۲۷
ایجاد مجتمع‌های اقامتی و گردشگری	۳,۰۷	۰,۳۳	برنامه‌ریزی بر روی گونه‌های جانوری و گیاهی خاص در منطقه	۱,۸	۰,۲۳
استفاده از فناوری‌های سنتی و بومی روستاها	۳,۰۷	۰,۴۴	میانگین	۳,۲۷	۰,۳۶
سطح آموزش‌های گردشگری در روستا	۲,۴۷	۰,۳۶			

به‌منظور سنجش معناداری داده‌ها، ابتدا آزمون کولموگراف – اسمیرینوف برای سنجش نرمال بودن توزیع داده‌ها گرفته شد. ضریب معناداری کمتر از ۰,۰۵ به معنای عدم توزیع نرمال بود و باید از آزمون ناپارامتریک دوجمله‌ای استفاده می‌شد. هدف از سنجش معناداری نتایج، این است که آیا نتایج

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

کارشناسان را می‌توان به‌کل بخش الموت نسبت داد یا نه. ضریب معناداری کمتر از ۰,۰۵ نشان‌دهنده معنادار بودن نتایج است. بر اساس جدول ۳، نتایج بخش ورود کارآفرینان و مجتمع‌های اقامتی، معنادار نیست و نمی‌توان آن را به‌کل الموت اطلاق کرد و باید نتایج آن را با احتیاط بررسی کرد.

جدول ۳. نتایج آزمون ناپارامتریک دوجمله‌ای برای سنجش معناداری نتایج تأثیرات انواع فعالیت‌ها و برنامه‌های کارآفرینی بر تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

کارآفرینی		دسته	تعداد	نسبت مشاهده‌شده	ضریب معناداری
ساخت و احداث کاشانه‌های گردشگری	گروه ۱	۳ =>	۱۲	۰,۴۰	۰,۰۳۹
	گروه ۲	۳ <	۱۸	۰,۶۰	
	مجموع		۳۰	۱,۰۰	
ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی	گروه ۱	۳ =>	۱۰	۰,۳۳	۰,۰۴۹
	گروه ۲	۳ <	۲۰	۰,۶۷	
	مجموع		۳۰	۱,۰۰	
اجاره خانه‌های روستایی به گردشگران و مرمت خانه‌ها برای اقامت	گروه ۱	۳ =>	۱۲	۰,۴۰	۰,۰۴
	گروه ۲	۳ <	۱۸	۰,۶۰	
	مجموع		۳۰	۱,۰۰	
ورود برخی کارآفرینان به روستا به‌عنوان سرمایه‌گذاران	گروه ۱	۳ =>	۱۶	۰,۵۳	۰,۸۶
	گروه ۲	۳ <	۱۴	۰,۴۷	
	مجموع		۳۰	۱,۰۰	

* به دلیل محدودیت حجم مقاله، تنها بخشی از جدول ارائه‌شده است

در بخش بعدی، تأثیرات کلی کارآفرینی بر هر یک ابعاد و شاخص‌های مرتبط با تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی الموت، ارزیابی‌شده است. درواقع در این بخش، مجموع فعالیت‌های کارآفرینی به‌صورت یکپارچه و کلی در نظر گرفته‌شده و تأثیرات آن بر شاخص‌های توسعه مقصدها به تفکیک هر شاخص به‌صورت مجزا ارزیابی‌شده است. این ارزیابی در چهار بعد اقتصادی، انسانی-مدیریتی، اجتماعی – فرهنگی و کالبدی - فضایی صورت گرفته است.

در این قسمت ابتدا تأثیرات کارآفرینی بر شاخص‌های اقتصادی ارزیابی‌شده است. در جدول ۴، نتایج ارزیابی نشان داده‌شده است. میانگین نتایج نشان‌دهنده تأثیرات اندک و محدود کارآفرینی بر شاخص‌های اقتصادی روستاها است و میانگین برابر با ۲,۸۶ این مسئله را تأیید می‌کند. در بررسی تفکیکی شاخص‌ها نیز مشخص است که کارآفرینی بر روی هیچ شاخص اقتصادی نتوانسته تأثیرات برجسته‌ای داشته باشد و عمده تأثیرات در حد متوسط و بعضاً متوسط رو به بالا است. از مهم‌ترین تأثیرات کارآفرینی، تأثیر بر میزان سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی در روستا، احیای مجدد کسب‌وکارهای تعطیل‌شده، میزان

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

سرمایه‌گذاری مردم روستا در فعالیت‌های گردشگری، ایجاد تصویر ذهنی مثبت برای گردشگران و میزان و حجم گردشگران واردشده به روستا است.

کارآفرینی، تأثیرات مثبتی بر ورود گردشگران و شکل‌دهی ذهنیت مثبت و تصویر ذهنی مطلوب داشته است. درواقع این فعالیت‌ها توانسته خاطرات و تجربه‌های مثبتی را برای آن‌ها رقم بزند. از طریق دولت و بخش خصوصی و خود مردم روستا را به سرمایه‌گذاری و ارائه تسهیلات در روستا تشویق کرده است و راه‌اندازی اقامتگاه‌ها و مجتمع‌های اقامتی و خانه‌های اجاره‌ای از نتایج این فعالیت‌ها است. کارآفرینی علاوه بر ایجاد تنوع در اقتصاد روستا و افزایش تولیدات بومی و خارج شدن از اتکای صرف به کشاورزی، در مبادلات اقتصادی روستاها باهم دیگر هم نقش نسبی داشته است. همچنین افزایش تولید صنایع‌دستی و محصولات بومی کشاورزی و از طرفی اجاره خانه‌ها به گردشگران و گسترش اقامتگاه بوم‌گردی، زمینه را برای اشتغال زنان بازکرده است. توسعه وسایل حمل‌ونقل و تجهیزات روستایی، رونق فعالیت‌های خدماتی و اقامتی که ناشی از خدمات قبلی است و بهبود فضای کسب‌وکار موجب شده است تا ضمن تنوع در گونه‌های گردشگری منطقه، انگیزه و علاقه مردم برای مشارکت در گردشگری را افزایش داده است. گونه‌های گردشگری الموت در سال‌های اخیر از گردشگری روستایی و فرهنگی صرف، به سمت گردشگری کشاورزی و ژئوتوریستی گسترش‌یافته است که البته هنوز در سطح گسترده وارد نشده است.

کارآفرینی در سایر شاخص‌های اقتصادی تأثیرات محدود و اندکی داشته است. کارآفرینی در توسعه بخش صنعت و خدمات نقش اندکی داشته و از طرفی نتوانسته است تغییری در میزان درآمد، هزینه‌ها و سرمایه‌های مردم روستا و کاهش فقر و تضاد طبقاتی ایجاد نماید. همچنین فعالیت‌های کارآفرینی باوجود تأثیرات نسبی، اما در بازاریابی و ایجاد بازار قابل‌توجه برای محصولات گردشگری الموت، توسعه تورهای گردشگری، فعالیت آژانس‌ها و سطح همکاری متقابل کسب‌وکارهای روستاهای مختلف، نقش خاصی داشته باشد.

البته کارآفرینی تأثیرات منفی نیز در افزایش قیمت اراضی روستایی و همچنین گسترش خانه‌های دوم در روستاها داشته است و باعث توجه بیشتر برخی سرمایه‌گذاران برای خرید زمین و توسعه خانه‌های دوم نموده و باعث افزایش بی‌مورد اراضی روستایی نیز شده است اما درجه تأثیرات منفی این دو حوزه، محدود و اندک بوده و چندان برجسته نیست. همچنین بر اساس نتایج آزمون کای اسکوئر، مؤلفه‌هایی با ضریب معناداری کمتر از ۰,۰۵ دارای نتایج معتبر و قابل استناد هستند.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

جدول ۴. ارزیابی اثرات کارآفرینی بر شاخص‌های اقتصادی مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

شاخص‌های اقتصادی	میانگین	ضریب تغییرات	شاخص‌های اقتصادی	میانگین	ضریب تغییرات
میزان سرمایه‌گذاری‌های دولتی و خصوصی	۳,۳۳	۲,۲۷	قدرت بازاریابی گردشگری روستایی	۲,۴۳	۱,۵۸
ایجاد تصویر ذهنی مثبت برای گردشگران	۳,۳	۲,۲۴	میزان قیمت زمین‌های روستایی	۲,۳۷	۱,۵۴
احیای مجدد کسب‌وکارهای تعطیل‌شده	۳,۳	۲,۲۴	گسترش خانه‌های دوم و ساخت خانه‌های نو توسط غیربومیان	۲,۳۷	۱,۵۷
میزان و حجم گردشگران واردشده	۳,۲۷	۲,۲۶	تورهای گردشگری تاریخی در بخش	۲,۳۷	۱,۵۴
میزان اشتغال زنان	۳,۲	۲,۲۲	میزان درآمد و پس‌انداز مردم	۲,۳۳	۱,۵۷
میزان سرمایه‌گذاری مردم روستا در گردشگری	۳,۲	۲,۲۴	تنوع کالاها و محصولات روستایی	۲,۳۳	۱,۵۷
ایجاد تنوع در فعالیت‌های گردشگری روستا	۳,۲	۲,۲۴	تضاد طبقاتی در بین مردم روستا	۲,۱	۱,۳۸
مبادلات اقتصادی بین کسب‌وکارها و بین روستاها	۳,۲	۲,۲۲	قیمت محصولات تولیدی و مصرفی مردم و هزینه‌ها	۲	۱,۴۲
فعالیت‌های خدماتی حمل‌ونقل، فروشگاه	۳,۱۷	۲,۲۳	میزان صادرات و تولیدات روستا	۲	۱,۴۲
سطح فعالیت‌های گردشگری و بازدید مسافران از روستا	۳,۱۷	۲,۲۴	سطح ایده‌های جدید و نوآوری اقتصادی در روستا	۲	۱,۳۵
بهبود فضای برای کارآفرینی و اشتغال	۳,۱۷	۲,۲۳	بازار فروش محصولات کشاورزی	۲	۱,۳۵
سطح استفاده از تولیدات بومی	۳,۱۳	۲,۱۶	ایجاد اشتغال کاذب در روستا	۱,۹۷	۱,۳۷
میزان انگیزه‌ها و علایق مردم به فعالیت و کار	۳,۱۳	۲,۲۱	توزیع و تقسیم درست ثروت و منافع اقتصادی بین مردم	۱,۹۷	۱,۳۷
توسعه فعالیت‌های خدماتی اقامتی و پذیرایی از مسافران فروشگاه	۳,۱	۲,۲	میزان فعالیت‌های آژانس‌های گردشگری در ارتباط با روستاها	۱,۹۳	۱,۳۶
سطح شکوفایی دیگرگونه‌های گردشگری بخش الموت	۳,۱	۲,۱۴	سطح تبلیغات گردشگری روستایی از طریق رسانه‌ها و گردشگران	۱,۹	۱,۳۱
سطح تنوع در جاذبه‌های گردشگری روستایی	۲,۶	۱,۸۲	سطح همکاری کسب‌وکارهای الموت با مناطق همسایه	۱,۹	۱,۳۱
سطح فعالیت‌های صنعتی و خدماتی در روستا	۲,۴۷	۱,۶۴	ایجاد بازارچه‌ها جهت فروش محصولات روستایی	۲,۴۷	۱,۶
			میانگین	۲,۶۳	۱,۸۱

در جدول ۵، نتایج تأثیرات کارآفرینی بر شاخص‌های اجتماعی – فرهنگی نشان داده‌شده است. همان طورکه از مقدار میانگین کل مشخص است، سطح تأثیرات بر این شاخص‌ها، محدود و اندک بوده و مقدار میانگین ۲,۵ این موضوع را تأیید می‌کند. در واقع فعالیت‌های کارآفرینی درمجموع نتوانسته است تغییرات برجسته‌ای بر روستاهای الموت ایجاد نماید و این تغییرات که عمدتاً از نوع مثبت بوده است، در سطح محدود است. البته ضریب تغییرات بالای ۴۰ درصد نشان‌دهنده اختلاف‌نظر بالای کارشناسان در این زمینه است. در واقع نشان می‌دهد که مقصدها گردشگری الموت همه ازنظر تأثیرات کارآفرینی در یک سطح نیستند و دیدگاه‌ها تا حدی متفاوت است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

کارآفرینی درمجموع بر پنج بخش از مقصدهای گردشگری روستایی تأثیرات نسبی قابل‌ذکر داشته است:

- در ارتباط با بهبود قوانین و مقررات و سیاست‌گذارهای مربوط به کسب‌وکارهای روستایی که زمینه را برای فعالیت و مشارکت بیشتر مردم روستا فراهم کرده است؛
- تبادلات فرهنگی و اجتماعی با سایر فرهنگ‌ها و افزایش تعاملات مردم روستا با گردشگران. ورود گردشگران و متعاقب آن ورود کارآفرینان و سرمایه‌گذاران باعث ایجاد تعامل و ارتباط اجتماعی مردم روستا با محیط پیرامون شده و آن‌ها را نسبت به محیط زندگی خود و توان ها و پتانسیل‌های مختلف آگاه‌تر نموده است. از طرفی روابط متقابل مردم با مسئولین و خود گردشگران نیز نسبت به گذشته تا حدی محکم‌تر شده است. همچنین توسعه فعالیت‌های کارآفرینی باعث نگاه مثبت مردم به گردشگران شده و این جامعه، از ورود گردشگران به روستاهای خود استقبال می‌کنند؛ و
- سطح خدمات بهداشتی و درمانی- آموزشی. اساساً در الموت نیز همانند بسیاری از نقاط دیگر، زمانی که از منظر گردشگری موردتوجه بخشی از بازار گردشگری و سرمایه گذران و آژانس‌ها قرار می‌گیرد، دولت هم برای توسعه زیرساخت‌ها و هم ایجاد سهم برای خود در مقصد گردشگری تازه شکل یافته، به برخی سرمایه‌گذاری‌ها در بخش زیرساخت‌ها و خدمات اقدام می‌نماید که این مسئله در سطح نسبی در روستاهای الموت مانند اوان و گازرخان و گرمارود نمود داشته است.

در سایر بخش‌ها، کارآفرینی، تأثیرات کمی بر جای گذاشته است. کارآفرینی نقش زیادی در ایجاد حس تعلق، کاهش مهاجرت و ارتقای امنیت عمومی، ارتباطات بین روستاها، مشارکت مردمی، حس اعتمادبه‌نفس و اعتماد و همیاری متقابل و ایجاد تعاونی‌های مختلف، نداشته و تأثیرات آن محدود بوده است.

در پایان بحث باید به این نکته اشاره کرد که کارآفرینی در ایجاد دوگانگی اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی نقش منفی داشته است. چون این فعالیت‌های کارآفرینی باعث شده تا بخشی از مردم روستا سهم بیشتری از منافع اقتصادی برده و سبک زندگی آن‌ها به دلیل ارتباط بیشتر با گردشگران، تغییریافته است و همین مسئله موجب ایجاد دوقطبی و دوگانگی اجتماعی و اقتصادی شده است؛ اما این تأثیر منفی هم در سطح محدود و اندک بوده و قابل‌توجه نیست.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

جدول ۵. ارزیابی تأثیرات کارآفرینی بر شاخص‌های اجتماعی–فرهنگی مقصدهای گردشگری روستایی الموت

شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی	میانگین	ضریب تغییرات	شاخص‌های اجتماعی - فرهنگی	میانگین	ضریب تغییرات
بهبود قوانین و مقررات و سیاست‌گذارهای مربوط به کسب‌وکارها	۳,۳۷	۰,۴۲	سطح حس تعلق و علاقه فرهنگی مردم نسبت به روستا	۲,۴	۰,۳۴
تبادلات فرهنگی و اجتماعی با سایر فرهنگ‌ها	۳,۲	۰,۴۳	سهم و مشارکت مردم در پروژه‌های مربوط به روستا	۲,۴	۰,۳۴
افزایش تعاملات مردم روستا با گردشگران	۳,۲	۰,۴۱	حس اعتمادبه‌نفس مردم	۲	۰,۳۷
سطح خدمات بهداشتی و درمانی- آموزشی	۳,۱۳	۰,۴۴	مهاجرت از شهر به روستا به دلیل توسعه و رونق روستا	۲	۰,۳۷
استقبال و پذیرایی مردم از گردشگران	۳,۱۳	۰,۴۶	میزان اعتماد اجتماعی و همیاری ساکنین روستا به هم	۲	۰,۳۷
جلوگیری از مهاجرت مردم به شهرها یا کاهش مهاجرت مردمی	۲,۴۳	۰,۳۷	ایجاد تعاونی‌های مختلف در روستا	۱,۹	۰,۲۹
امنیت اجتماعی و عمومی روستا	۲,۴۳	۰,۳۷	ایجاد دوگانگی فرهنگی بین مردم به دلیل اختلاف سطح آگاهی آن‌ها	۱,۸۷	۰,۲۷
سطح دسترسی کارآفرینان به خدمات و امکانات پیشرفته	۲,۴۳	۰,۳۸	میانگین	۲,۵۲	۰,۳۷
سطح ارتباطات روستا و مدیریت روستا با روستاها و شهرهای مجاور	۲,۴	۰,۳۲			

در بخش شاخص‌های مدیریتی-انسانی، بر اساس جدول ۶، فعالیت‌های کارآفرینی در رشد تعداد افراد خلاق و کارآفرین بومی یا غیربومی در روستاها تأثیرگذاری نسبی و متوسطی داشته است. درواقع خود کارآفرینی در رشد فضای کارآفرینی نقش نسبی خود را ایفا نموده است. از طرفی کارآفرینی در میزان ارتباط روستاییان با مسئولان و مدیران و سطح ارتباط کارآفرینان کسب‌وکارها با مسئولین دولتی نیز نقش نسبی داشته است. درواقع کارآفرینی توانسته زمینه ارتباط مسئولین با کارآفرینان را تا حدی فراهم کرده است. از طرفی سطح دانش بومی و نهادسازی‌های ناشی از کارآفرینی، تأثیرات نسبی پذیرفته است. همچنین در بخش فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و فناوری‌ها و دانش بومی نیز، کارآفرینی پیامدهای مثبتی داشته است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

جدول ۶. ارزیابی تأثیرات کارآفرینی بر شاخص‌های مدیریتی ــ انسانی مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

شاخص‌های مدیریتی-انسانی	میانگین	ضریب تغییرات	شاخص‌های مدیریتی-انسانی	میانگین	ضریب تغییرات
تعداد افراد کارآفرین بومی یا غیربومی	۳,۲۳	۰,۴	سطح توانمندسازی ساکنین روستایی	۲	۰,۳۷
ارتباط روستاییان با مسئولان و مدیران	۳,۱۷	۰,۴۲	آموزش گردشگری از طریق گردشگران	۱,۹۷	۰,۳۹
سطح ارتباط کارآفرینان کسب‌وکارها با مسئولین دولتی	۳,۱۳	۰,۴۳	افزایش قدرت رقابتی الموت در رقابت گردشگری با پیرامون	۱,۹۷	۰,۳۴
سطح دانش بومی روستایی	۳,۱۳	۰,۴۴	مهارت مردم در ابعاد اقتصادی و اجتماعی	۱,۹۳	۰,۳۶
توسعه و ایجاد نهادهای محلی روستایی	۳,۱۳	۰,۴۳	توان مدیریتی و کاهش تصدی‌گری دولت	۱,۹۳	۰,۳۶
سطح آگاهی مردم از فناوری اطلاعات مانند کامپیوتر، اینترنت و ...	۳,۰۷	۰,۴۴	سطح ارتباط الموت با دیگر مقصدهای گردشگری پیرامون	۱,۹۳	۰,۳۶
توسعه فناوری‌ها و دانش بومی	۳,۰۷	۰,۴۴	میانگین	۲,۵۵	۰,۴
سطح آزادی انتخاب مردم	۲	۰,۳۷			

بر اساس نتایج آزمون دوجمله‌ای و با توجه به مقدار ضریب معناداری آن، متغیرهای توسعه و ایجاد نهادهای محلی روستایی، تعداد افراد خلاق و کارآفرین بومی یا غیربومی در روستاها، تعداد افراد خلاق و کارآفرین بومی یا غیربومی در روستاها و سطح آگاهی مردم از فناوری اطلاعات مانند کامپیوتر، اینترنت، گوشی هوشمند و غیره، معنادار و معتبر نیستند و نمی‌شود نتایج آن را به‌کل جامعه استناد کرد.

متغیرهای بخش کالبدی – فضایی در پنج شاخص موردبررسی قرار گرفتند (جدول ۷). نکته جالب در این بعد، وجود تأثیرات مثبت و منفی به‌صورت توأمان است. میانگین تأثیرات کارآفرینی بر بعد کالبدی – فضایی در سطح متوسط و نسبی است. کارآفرینی تنها در بخش سطح حفاظت از منابع طبیعی، تأثیرگذاری بسیار کمی داشته است؛ اما در بعد توسعه زیرساخت‌های روستایی و سطح زیرساخت‌ها، تأثیرات نسبی داشته است. بااین‌حال نوع تأثیرات در این بخش از نوع مثبت و منفی است به این معنی که تأثیر مثبت برساخت و ساز روستایی موجب رونق امکانات می‌شود؛ اما درعین‌حال، موجب تغییرات نابجا در کاربری اراضی کشاورزی و مرتعی شده است. درواقع کارآفرینی اگرچه توانسته از اراضی و منابع روستا برای گردشگری استفاده کرده است اما درعین‌حال، توازن طبیعی روستا را تا حدی بر هم زده و کاربری اراضی را با تغییرات بی‌برنامه روبه‌رو کرده است. همچنین در بخش معماری، درعین‌حال که تأثیرات مثبتی برساخت و ساز مساکن روستایی و بهبود استحکام سکونتگاه‌ها شده است اما در مقابل موجب کمرنگ شدن معماری سنتی و همچنین نابسامانی کالبدی نسبی در روستاها شده است.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

جدول ۷. ارزیابی تأثیرات کارآفرینی بر شاخص‌های کالبدی ــ فضایی مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

شاخص‌های کالبدی-فضایی	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات
میزان ساخت‌وسازهای روستایی	۲,۹۰	۱,۲۷	۰,۴۴
توسعه زیرساخت‌های روستایی مانندِ راه، تأسیسات آب و برق و ...	۳,۰۰	۱,۳۴	۰,۴۵
میزان بهره‌وری و استفاده مناسب از اراضی روستایی	۲,۰۰	۰,۷۴	۰,۳۷
سطح حفاظت از منابع طبیعی	۲,۰۰	۰,۷۴	۰,۳۷
تغییر در معماری و بافت و شکل سکونتگاه‌های روستایی	۳,۰۳	۱,۳۸	۰,۴۵

جدول ۸. نتایج آزمون دوجمله‌ای برای سنجش معناداری نتایج تأثیرات کارآفرینی بر شاخص‌های کالبدی –فضایی

شاخص‌های کالبدی- فضایی	مقدار T	درجه آزادی	ضریب معناداری	اختلاف میانگین
میزان ساخت‌وسازهای روستایی	۴۳۲.-	۲۹	۰۴.	۱۰۰۰۰.-
توسعه زیرساخت‌های روستایی مانندِ راه، تأسیسات آب و	۰,۰۰۰	۲۹	۰,۰۰	۰,۰۰۰۰۰
میزان بهره‌وری و استفاده مناسب از اراضی روستایی	۷,۳۷۴-	۲۹	۰۰۰.	۱,۰۰۰-
سطح حفاظت از منابع طبیعی	۷,۳۷۴-	۲۹	۰۰۰.	۱,۰۰۰-
تغییر در معماری و بافت و شکل سکونتگاه‌های روستایی	۱۳۳.	۲۹	۰,۰۲	۰۳۳۳۳.

در جدول ۹، روستاهای منتخب پژوهش ازنظر تأثیرات انواع فعالیت‌های کارآفرینی بر گردشگری رتبه‌بندی شده است. بر این اساس، سهم روستای گازرخان از دیگر روستاها بیشتر است که علت اصلی آن، به خانه‌های اجاره‌ای، کاشانه‌ها و اقامتگاه‌های بوم‌گردی و نزدیکی به قلعه الموت برمی‌گردد که موجب رونق فعالیت‌های کارآفرینی در این روستا شده است. روستای گرمارود با داشتن هتل نویذرشاه و اقامتگاه‌های مختلف و کمپ‌های تفریحی و ورود برخی سرمایه‌گذاران نیز از روستاهای در اولویت نخست است. در روستای زراباد، علاوه خدمات اقامتگاهی، جشنواره‌هایی در ارتباط با محصولات روستایی برگزار می‌گردد و همچنین پدیده مذهبی – طبیعی درخت خونبار و برنامه‌هایی که دراین‌ارتباط در این روستا انجام‌شده است بر قدرت کارآفرینی روستا افزوده است.

جدول ۹. رتبه‌بندی روستاها ازنظر انواع فعالیت‌های کارآفرینی در مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

روستاها	میانگین	انحراف معیار	روستاها	میانگین	انحراف معیار
گازرخان	۴,۳۳	۱,۲۱	اوان	۳,۲۷	۱,۲۶
گرمارود	۴,۰۹	۱,۱۸	اندج	۳,۲	۱,۲۴
زرآباد	۳,۸	۱,۱۸	هیر	۳,۲	۱,۲۷
آتان	۲,۲	۱,۲۷	آکوجان	۲,۲	۱,۲۴

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

در این قسمت از پژوهش به این مسئله پرداخته‌شده است که آیا ویژگی‌های فردی کارشناسان شامل سن و جنس و تحصیلات و شغل و همچنین روستاهایی که سکونت دارند آیا در ارزیابی تأثیرات کارآفرینی تأثیر دارد یا خیر. درواقع آیا تفاوت در روستا یا ویژگی‌های فردی، باعث ایجاد تفاوت در ارزیابی‌شده است یا خیر. با توجه به عدم توزیع نرمال داده‌ها، در این بخش از آزمون نا پارامتریک کروسکال والیس استفاده‌شده است (جدول ۱۰). ضریب معناداری کمتر از ۰,۰۵ نشان‌دهنده وجود تفاوت معناداری است.

همانطورکه از نتایج ضریب معناداری مشخص است بین ویژگی‌های فردی کارشناسان با ارزیابی آن‌ها از تأثیرات کارآفرینی، هیچ تفاوت معناداری وجود ندارد اما در مقابل، بین روستاهای مختلف ازنظر ارزیابی تأثیرات کارآفرینی تفاوت معناداری وجود دارد به این معنی که میزان ارزیابی تأثیرات کارآفرینی در روستاهای مختلف متفاوت است و تفاوت واقعی بین روستاها دیده می‌شود و برخی روستاها ازنظر تأثیرات کارآفرینی در سطح بالاتری نسبت به روستاهای دیگر قرار دارند.

جدول ۱۰. نتایج شاخص کروسکال والیس برای سنجش تفاوت معناداری بین ویژگی‌های کارشناسان و روستاها با ارزیابی تأثیرات کارآفرینی بر تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

شاخص		مدیریتی -انسانی	کالبدی- فیزیکی	اجتماعی- فرهنگی	اقتصادی
شرایط سنی	مقدار کای اسکوئر	۴۵۹.	۸۸۸.	۱,۰۵۶	۱,۳۲۷
	ضریب معناداری	۹۲۸.	۸۲۸.	۷۸۸.	۷۲۳.
شرایط شغلی	مقدار کای اسکوئر	۲,۳۲۲	۲,۶۰۹	۱,۷۳۶	۱,۳۳۱
	ضریب معناداری	۰,۵۰۸	۰,۴۵۶	۰,۶۲۹	۰,۷۲۲
شرایط تحصیلی	مقدار کای اسکوئر	۲,۳۲۲	۲,۶۰۹	۱,۷۳۶	۱,۳۳۱
	ضریب معناداری	۰,۵۰۸	۰,۴۵۶	۰,۶۲۹	۰,۷۲۲
روستاها	مقدار کای اسکوئر	۲,۳۲۲	۲,۶۰۹	۱,۷۳۶	۱,۳۳۱
	ضریب معناداری	۰,۰۱۸	۰,۴۵۶	۰,۰۲۹	۰,۰۲۲

در بخش بعدی، همبستگی بین ابعاد مختلف تغییرات مقصدهای گردشگری از نظر تأثیرپذیری از فعالیت‌های کارآفرینی موردسنجش قرارگرفته است. برای این منظور از شاخص همبستگی اسپیرمن استفاده‌شده است. ضریب معناداری کمتر از ۰,۰۵ نشان‌دهنده همبستگی معنادار بین ابعاد است. همانطورکه از نتایج مشخص است، ضریب همبستگی کلیه متغیرها بین ۰,۸ تا ۰,۹ بوده که نشان از همبستگی بسیار بالای ابعاد دارد و ابعاد تغییرات مقصدها از فعالیت‌های کارآفرینی، تأثیرات مشابه و هماهنگ پذیرفتند و بین ابعاد مختلف تفاوت خاصی ازنظر تأثیرپذیری وجود ندارد.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

جدول ۱۱. نتایج همبستگی بین ابعاد تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت بر اساس آزمون اسپیرمن

همبستگی اسپیرمن		مدیریتی- انسانی	کالبدی- فیزیکی	اجتماعی- فرهنگی	اقتصادی
مدیریتی –انسانی	ضریب همبستگی	۱,۰۰۰	.۸۹۹**	.۹۱۴**	.۸۹۱**
	ضریب معناداری		.۰۰۰	.۰۰۰	.۰۰۰
کالبدی-فیزیکی	ضریب همبستگی	.۸۹۹	۱,۰۰۰	.۹۲۴	.۸۶۶
	ضریب معناداری	.۰۰۰		.۰۰۰	.۰۰۰
اجتماعی-فرهنگی	ضریب همبستگی	.۹۱۴	.۹۲۴	۱,۰۰۰	.۹۰۴
	ضریب معناداری	.۰۰۰	.۰۰۰		.۰۰۰
اقتصادی	ضریب همبستگی	.۸۹۱	.۸۶۶**	.۹۰۴	۱,۰۰۰
	ضریب معناداری	.۰۰۰	.۰۰۰	.۰۰۰	

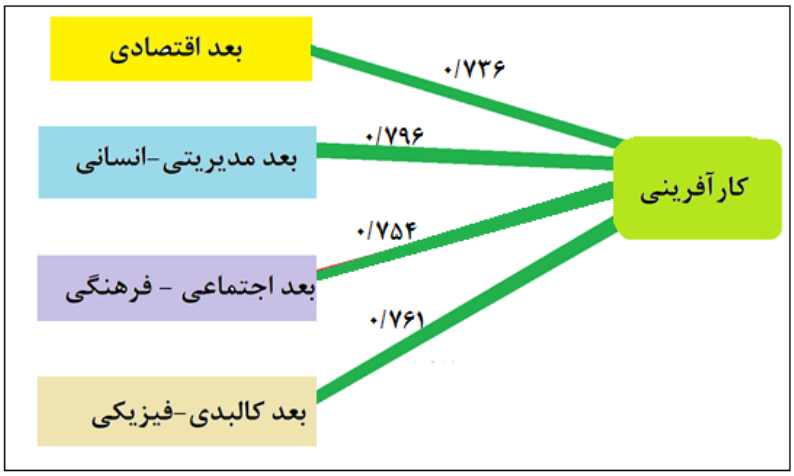
در بخش پایانی به بررسی و سنجش تاثیرات فعالیت‌های کارآفرینی به صورت کلی و یکپارچه با ابعاد تغییرات مقصدهای گردشگری به صورت پرداخته شده است. برای این منظور از آزمون رگرسیون خطی استفاده شده است. بدین منظور ابتدا کلیه متغیرهای کارآفرینی ترکیب شده و به یک متغیر واحد تبدیل شده و همچنین کلیه شاخص‌های ابعاد تغییرات مقصد باهم ترکیب شده و چهار متغیر جدید که نشان از چهار بعد تغیرات مقصد است، ایجاد شد. در نهایت از طریق آزمون رگرسیون خطی، تاثیرات کارآفرینی به عنوان متغیر مستقل بر ابعاد تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی به عنوان متغیر وابسته مورد سنجش و تحلیل قرار گرفت (جدول ۱۲).

جدول ۱۲. نتایج ضریب تاثیرگذاری آزمون رگرسیون خطی تاثیرات کارافرینی بر بعد مدیریتی– انسانی تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

رگرسیون خطی	ضرایب استاندارد نشده		ضرایب	مقدار T	معناداری
	مقدار B	خطای استاندارد	BETA		
مدیریتی-انسانی	۰,۹۰۲	۰,۰۵۸	۰,۷۹۶	۱۵,۴۱۵	۰
کالبدی- فیزیکی	.۷۹۰	۰,۰۴۳	۰,۷۶۱	۱۸,۵۱	.۰۰۰
اجتماعی - فرهنگی	.۹۸۰	۰,۰۵۹	۰,۷۵۴	۱۶,۷۴۸	.۰۰۰
اقتصادی	.۹۴۳	.۱۱۷	۰,۷۳۶	۸,۰۶۸	.۰۰۰

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]



شکل ۳. تأثیرگذاری تاثیرات کارافرینی بر بعد تغییرات مقصدهای گردشگری روستایی بخش الموت

درمجموع همانطورکه از نتایج ضریب معناداری و مقدار Beta مشخص است معناداری کلیه متغیرها مورد تأیید است و مقدار تأثیرات حدود ۰,۷ است که نشان‌دهنده درصد تبیین کارآفرینی از تغییرات مقصدهای گردشگری است. نتایج آزمون‌های رگرسیون خطی نشان می‌دهد کارآفرینی می‌تواند حدود ۷۰ درصد از تغییرات مقصدهای گردشگری در حوزه کالبدی – فضایی و اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و مدیریتی را تبیین کند. درجه تأثیرگذاری کارآفرینی در بخش مدیریتی – انسانی با ضریب ۰,۷۹۶ از سایر ابعاد بیشتر است و این میزان برای بعد اقتصادی با ضریب ۰,۷۳۶ از سایر ابعاد پایین‌تر است ولی درمجموع کلیه تأثیرات کارآفرینی بر ابعاد تحول و تغییر مقصدها نزدیک به هم بوده و درواقع کارکرد کارآفرینی در بعد خاصی از مقصد گردشگری متمرکز نشده است. همچنین اگرچه میزان تأثیرات در حد متوسط یا متوسط رو به بالا است؛ اما دوسوم همین تأثیرات توسط کارآفرینی قابل تبیین است و می‌توان آن را به فعالیت‌های کارآفرینی نسبت داد. البته نتایج رگرسیون به معنای درصد پیش‌بینی و تبیین تغییرات در توسعه گردشگری روستایی توسط فعالیت‌های کارآفرینی است و الزاماً به معنای سطح تأثیرگذاری بالا نیست چون عوامل مختلفی می‌تواند در توسعه مقصدها نقش داشته باشد. درواقع نتایج رگرسیون، نسبت همبستگی بین کارآفرینی و توسعه گردشگری روستایی را نشان می‌دهد که با توجه به مقدار ۰,۷، نشان از همبستگی و رابطه متوسط رو به بالا است.

۵) نتیجه‌گیری

در این پژوهش، میزان تأثیرات کارآفرینی بر ابعاد و مؤلفه‌های مختلف گردشگری روستایی الموت موردبررسی و تحلیل قرار گرفت. به طور کلی نتایج نشان می دهد که فعالیت‌های کارآفرینی تأثیرات متوسط تا متوسط رو به بالایی بر تغییرات مقصدها دارد. چنانچه نتایج داده‌های توصیفی و نتایج رگرسیون باهم تحلیل می‌شود می‌توان گفت تأثیرات فعالیت‌ها و برنامه‌های کارآفرینی در تغییر مقصدها چندان بالا و قابل‌توجه نیست و درمجموع تأثیرات متوسط است و صرفاً می‌توان به تغییرات نسبی اشاره کرد؛ اما این به معنای تغییرات ساختاری نیست. بیشتر این تغییرات نیز در بخش اسکان و اقامت مسافران

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

و گردشگران، بیشتر از نوع کاشانه‌های گردشگری، و در درجه دوم مربوط به صنایع‌دستی روستایی، برگزاری جشنواره‌های روستایی و ایجاد مجتمع‌ها و کمپ‌های تفریحی در پیرامون نواحی روستایی مشاهده‌شده است.

نتایج، نشان‌دهنده تأثیرات اندک و محدود کارآفرینی بر شاخص‌های اقتصادی روستاها است. کارآفرینی بر روی هیچ شاخص اقتصادی نتوانسته تأثیرات عمیق و قابل‌توجهی داشته باشد و عمده تأثیرات در حد متوسط و بعضاً متوسط رو به بالا است. همچنین در بعد اجتماعی – فرهنگی، فعالیت‌های کارآفرینی درمجموع نتوانسته است تغییرات برجسته‌ای بر روستاهای الموت ایجاد نماید؛ اگرچه این تغییرات عمدتاً از نوع مثبت بوده است ولی در سطح محدود است. فعالیت‌های کارآفرینی در رشد تعداد افراد خلاق و کارآفرین بومی یا غیربومی در روستاها تأثیرگذاری نسبی و متوسطی داشته و زمینه ارتباط مسئولین با کارآفرینان را تا حدی فراهم کرده است.

در بخش کالبدی و فضایی، تأثیرات کارآفرینی از نوع مثبت و منفی بوده است. میانگین تأثیرات کارآفرینی بر بعد کالبدی – فضایی در سطح متوسط و نسبی است. کارآفرینی تنها در بخش سطح حفاظت از منابع طبیعی، تأثیرگذاری بسیار کمی داشته است؛ اما در بعد توسعه زیرساخت‌های روستایی و سطح زیرساخت‌های گردشگری، تأثیرات نسبی داشته است. بااین‌حال نوع تأثیرات در این بخش از نوع مثبت و منفی است.

بطورکلی کارآفرینی اگرچه توانسته تغییرات نسبی و متوسطی را در ابعاد مختلف در روستاهای گردشگرپذیر الموت ایجاد نماید، اما این موارد به معنای ایجاد تحول بزرگ در گردشگری الموت نبوده و تغییرات و تحولات خیلی آرام و تدریجی ایجادشده است و نمی‌توان گفت که دگرگونی عمیقی در گردشگری روستایی ایجادشده است. تأثیرات کارآفرینی بر تغییرات مقصدهای گردشگری در سطح نسبی و متوسط تا نسبتاً خوب قرار دارد و درواقع این تأثیرات در سطح نسبتاً قابل‌ذکری وجود دارد. مشخص است که سیاست‌ها و برنامه‌های کارآفرینی در تغییر مقصدهای گردشگری مشهود و واقعی و معنادار است. درواقع اگرچه تأثیرات در سطح محدود بوده و نمی‌توان آن را یک دگرگونی به شمار آورد اما ازآنجایی‌که تغییرات مقصدها در طی سال‌ها مشهود بوده است؛ لذا می‌توان آن را به‌عنوان یک راهبرد و برنامه جهت تغییر و تحولات گردشگری در مقصدهای روستایی الموت به شمار آورد. درنتیجه گیری نهایی باید گفت اگرچه سطح تأثیرات کارآفرینی عمدتاً متوسط و محدود است و گستردگی زیادی ندارد؛ اما همین تأثیرات نیز در نوع خود مشهود بوده و تغییراتی را هرچند محدود داشته است؛ به‌گونه‌ای که نمی‌توان از این راهبرد چشم‌پوشی کرد.

در بررسی روستاها از منظر تغییرپذیری از کارآفرینی، روستای گازرخان، گرمارود و روستای اوان در اولویت اول تغییرات قرار دارند. اوان به دلیل وجود دریاچه اوان و ساخت و سازها و خدمات و مجتمع‌های تفریحی و کمپ‌ها، ازنظر اقتصادی و کالبدی – فضایی با تغییرات نسبی روبه‌رو شده و ساختار روستا و همچنین فرهنگ مردم و روابط اجتماعی آن‌ها با تغییراتی همراه بوده است. در روستای گازرخان، تغییرات کالبدی زیاد نیست؛ اما ازنظر اقتصادی و فرهنگی و اصول مدیریتی و دانش بومی با تغییرات به

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

نسبت بیشتری روبه‌رو بوده است. در روستای گرمارود، تغییرات نسبتاً کمتر بوده است؛ اما ایجاد خدمات اقامتی و جشنواره ای توانسته ازنظر دانش و مهارت مدیریتی و ارتباطات مردمی، تغییرات نسبی را ایجاد نماید. در سایر روستاها تأثیرات کارآفرینی اندک و محدود بوده و در واقع کارآفرینی نتوانسته است تغییرات قابل‌توجهی در این روستاها ایجاد نماید.

نکته مهمی که باید توجه داشت این است تحول یک مقصد گردشگری تنها با کارآفرینی محقق نمی‌شود، بلکه مجموعه عوامل گردشگری به همراه عوامل خارجی بر تحول یک مقصد یا منطقه تأثیرگذار است. درواقع، نباید انتظار داشت که فعالیت‌های کارآفرینی حتی در مقیاس بزرگ، به‌تنهایی بتواند تحولی در منطقه یا مقصدی ایجاد نماید بنابراین باید کارآفرینی با سایر بخش‌های گردشگری و خارج از سیستم گردشگری هماهنگ باشد.

نکته دیگر، تأثیرات کارآفرینی بر کلیه ابعاد، یکسان و برابر است که این مسئله نشانگر آن است که سطح فعالیت‌های کارآفرینی به دلیل محدود بودن دامنه آن، تفاوت چندانی بر ابعاد مختلف نداشته است. از طرف دیگر، نشان‌دهنده این است که فعالیت‌های کارآفرینی دارای تنوع مطلوبی است که می‌تواند بر کلیه بخش‌های مقصدهای روستایی تأثیرگذار بوده و ابعاد مختلف را پوشش دهد. در واقع کارآفرینی در الموت با نگاه و تمرکز به یک موضوع مشخص نبوده و جامعیت دارد. همچنین، نتایج این پژوهش با سایر مطالعات نشان می دهد که در تاثیرات کارآفرینی هم سو هستند. هرچند پژوهش‌های دیگر بیشتر راهبردهای توسعه گردشگری فرهنگی، یا توانهای ژئوتوریسم و مسائل زیست‌محیطی و تاریخی را مورد بررسی قرار داده اند و پژوهش خاصی، به نقش کارآفرینی در تغییر و توسعه مقصد الموت نپرداخته است و از این نظر نتایج پژوهش دست‌کم برای منطقه الموت می‌تواند نوآور و قابل کاربرد و استناد باشد و این مورد، تفاوت کار حاضر با مطالعات پیشین است.

با توجه به مطالعات میدانی صورت گرفته و شناخت از منطقه و تحلیل‌های انجام گرفته جهت بهبود گردشگری منطقه پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

- ساخت مجتمع‌های اقامتی به‌صورت متمرکز در منطقه الموت. این مجتمع‌ها می‌تواند درزمینه صرفه‌جویی در هزینه‌ها و انتقال دانش و فناوری بومی در تولیدات و محصول گردشگری بسیار مؤثر باشد؛
- انجام پروژه‌هایی با رویکرد تطبیق محصول – بازار به‌گونه‌ای که در قالب پژوهش‌های، تقاضا و بازارهای هدف گردشگری روستایی الموت مورد تحلیل قرارگرفته و با میزان عرضه و محصولات گردشگری هماهنگ و متناسب باشد؛
- پیاده‌سازی فنّاوری‌های هوشمند مانند استفاده از کیوآرکدها و سیستم اطلاعات داوطلبانه جغرافیایی جهت مدیریت کسب‌وکارهای گردشگری در روستا ازنظر تقویت مشارکت مردمی و راهنمایان گردشگری مجازی؛
- ایجاد انگیزه برای مردم بومی به‌ویژه روستائیان در جهت ارائه هنر و صنایع‌دستی و فرهنگی به گردشگران جهت جذب آن‌ها به سمت حفظ هویت تاریخی و جلوگیری از تخریب بافت و سنن روستا؛

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

- جهت‌دهی گردشگران به سمت ژئوتوریسم و کاوش‌های زمین‌شناختی و آموزش‌های زمین شناختی و کشف سنگواره‌ها برای جلوگیری از تجمع بیش‌ازحد در چشم‌اندازهای فرهنگی و تاریخی؛
- ایجاد مراکز علمی - آموزشی و فرهنگی و اشاعه فرهنگ و اصول ژئوپارک به مردم بومی جهت حفظ محیط‌زیست و تخریب میراث زمین؛
- تشویق و جذب سرمایه استان تهران در راستای سرمایه‌گذاران در شهرک‌های صنعتی قزوین جهت ایجاد تأسیسات اقامتی و بین‌راهی؛ و
- تشکیل یک محدوده و تشکل کارآفرینی بین دهستان های سه هزار تنکابن و معلم کلایه الموت.

۶) منابع

- ارغا، منور، آزادخانی، پاکزاد، کریمی دوستان، رؤیا، (۱۳۹۶)، **نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه پایدار گردشگری شهر ایلام**، فصلنامه مطالعات عمران شهری، شماره ۳ (پیاپی)، صص ۱۸-۳۳
- امیری، صبا، احسانی فر، تهمینه، نادری، نادر، رستمی، فرحناز، (۱۳۹۵)، **ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تأثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی**، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۳، شماره ۱، صص ۱-۱۵
- ایمنی قشلاق، سیاوش، دادورخانی، فضیله، هاشمی، سید سعید، (۱۳۹۱)، **نقش گردشگری در توسعه کارآفرینی زنان روستایی (مطالعه تطبیقی: روستای کندوان و اسکندان شهرستان اسکو)**، جغرافیا و توسعه ناحیه ای، سال دهم، شماره ۱۸، صص ۲۱۷-۲۳۳
- حمیدی، علی اکبر، رستمی، بهروز، فلسفی، علی، نادری، افشین، (۱۳۸۴)، **مردم نگاری الموت**، سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، نشر پژوهشکده مردم شناسی؛ تهران، چاپ اول
- عبدولی، مهدی، (۱۳۹۵)، **پیامدهای زیست محیطی پروژه هزار و یک شهر با استفاده از ماتریس لئوپولد**، پایان نامه کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اسلامشهر
- عین صالحی، محمدرضا، (۱۳۹۱)، **آینده پژوهی تقاضای گردشگری روستایی نمونه موردی: شهرستان ساوجبلاغ ایران**، پایان نامه کارشناسی ارشد رشته جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری دانشگاه تهران
- غنیان، منصور، دادورخانی، فضیله، (۱۳۹۰)، **ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی (مطالعه موردی: منطقه اورامان)**، مجله پژوهش‌های روستایی، سال ۲، شماره ۳، صص ۱۲۳ ـ ۹۹
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پوطاهری، مهدی، فضلی، نفیسه، (۱۳۹۳)، **تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی**، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۳، شماره پیاپی ۸، صص ۸۷-۱۰۸
- ربیعی‌مندجین، محمدرضا، اروجی، حسن، علیزاده، محمد، (۱۳۹۹)، **تبیین مدل توسعه اقامتگاه‌های بوم گردی (مورد مطالعه: شهرستان خلخال)**، مجله مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۵، شماره ۵۳
- سلطانی‌نژاد، مهدیه، وثوقی، لیلا، (۱۳۹۴)، **بررسی ظرفیت‌های کارآفرینی در گردشگری (مطالعه موردی: استان کرمان)**، همایش ملی فرهنگ گردشگری و هویت شهری
- قدرت زاده، رحیم، (۱۳۹۸)، **ارزیابی ظرفیت‌های کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم گردی، مورد مطالعه: اقامتگاه‌های بوم گردی شیراز**، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت گردشگری، برنامه ریزی توسعه گردشگری
- کرمی، آیت‌الله، علی‌یاری، ندا، (۱۴۰۰)، **شناسایی عوامل مؤثر بر کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان شیراز**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دهم، شماره ۱ (پیاپی ۳۵)، صص ۱۹۵-۲۱۲

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]

- نجفی کانی، علی‌اکبر، نجفی، کبری، (۱۴۰۰)، **ظرفیت سنجی گردشگری روستایی و نقش توسعه فضایی و اقتصاد نواحی ییلاقی، مورد: بخش مرکزی شهرستان دماوند**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دهم، شماره ۱ (پیاپی ۳۵)، صص ۶۹-۹۰
- نوراله‌زاده، اصغر، هژبرکیانی، کامبیز، عسگری، فرید، (۱۴۰۰)، **اثرات تسهیلات مالی صندوق کارآفرینی امید بر توابع سرمایه گذاری و اشتغال در نواحی روستایی با تاکید بر کسب و کارهای کوچک و متوسط**، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال دهم، شماره ۱ (پیاپی ۳۵)، صص ۲۳-۴۲
- نیازکار، فاطمه، عرب‌مقدم، نرگس، (۱۳۸۹)، **بررسی دیدگاه زنان کارآفرین دانشگاهی نسبت به موانع توسعه کارآفرینی در میان زنان**، تحقیقات زنان، سال چهارم، شماره ۱
- موحد، علی و حیدری، محمد(۱۳۹۹) **تاثیر دانش پیشین کارآفرین در تشخیص فرصت های کارآفرین گردشگری در کلان شهر کرج**، مجموعه مقالات ششمین کنگره بین المللی جهان اسلام، دانشگاه خوارزمی، تهران، صص۷۸-۸۸
- میرابوالقاسمی، محمد تقی، (۱۳۸۴)؛ **الموت و رودبار و نقش آن در صنعت توریسم**؛ پادنگ، شماره ۱۱
- یاسوری، مجید، وطنخواه‌کلورزی، ژیلا، (۱۳۹۴)، **نقش گردشگری در کارآفرینی زنان روستایی (دهستان گوراب پس شهرستان فومن)**، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره ۵، شماره ۲۰، صص ۴۶-۵۹

- Bagheri, M., Baum, T., Ebrahimi, A., Abasi, A., 2020, **Talent management and the Tourism and Hospitality industry: evidence from Iran**, Anatolia, Volum 31, issue 1, pp. 88-98
- Beeton, Sue., 2006, **community development thorough tourism**, published by landl links
- Butler, R.W., 2006, **the tourism area life cycle**, Vole 2, channel view publication
- Bosch, T., Kambiz, E. M., 2010, **Towards a shared systems model of stakeholders in tourism development in the Cat,** Ba biosphere reserve of Vietnam
- Banerjee, P., 2003, **Employing Quality of Manpower to Leverage Emergent Strategy: The Case of Indian Software Firms**, journal of indexing & metrix, Volume: 4 issue 2, pp. 239-254
- Hashimoto, A., Telfer, J., 2019, ***Ekiben*, the Travelling Japanese Lunchbox: Promoting Regional Development and Local Identity through Food Tourism**, Food Tourism in Asia, pp. 103-122
- Leones, L., 1995, **Tourism trends and rural economic impacts**, Consumer Profiles & Tourism Trends, 8, pp. 15-18
- Mohapatra, S., Rozelle, S., Goodhue, R., 2007, **The rise of self-employment in rural China: development or distress?** World Development, Vol. 35 No. 1, pp. ۱۶۳-۱۸۱.
- Pyburn, R., Woodhill, J., 2014, **Dynamics of Rural Innovation**, published by Royal tropical institute
- Russel, R., Faulkner, B., 2004, **entrepreneurship, chaos and the tourism area life cycle**, annals of tourism research, vol 2, no 5
- Zhou, L., Chan, E., Song, H., 2017, **Social capital and entrepreneurial mobility in early -stage tourism development: A case from rural China**, Tourism management, Vole 63, pp. 338-350.

[Downloaded from c4i2016.khu.ac.ir on 2026-11-10]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1400.10.36.7.7]