نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، سال بیست و یکم، شماره ۶۰، بهار ۱۴۰۰

تبیین مؤلفه‌های گردشگری و توسعه کارآفرینی پایدار در نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان

دریافت مقاله: ۹۸/۹/۲۷ **پذیرش نهایی:** ۹۹/۲/۱۵

صفحات: ۴۲۰-۳۹۹

سید حسین شاهد: دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
Email: hosineshahed@gmail.com

بیژن رحمانی: دانشیار جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.[1]
Email: Bijan.rahmani11@gmail.com

پگاه مرید سادات: استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
Email: moride.21@gmail.com

چکیده

امروزه گردشگری و کارآفرینی مرتبط با آن، با ایجاد اشتغال، بهبود کیفیت زندگی، توزیع مناسب درآمد و بهره‌برداری بهینه از منابع، نقش مهمی در رشد اقتصادی روستاها و درنتیجه در توسعهٔ روستایی دارد. لذا هدف اصلی این مقاله تبیین مؤلفه‌های گردشگری و توسعه کارآفرینی پایدار در نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان می‌باشد.روش تحقیق ازلحاظ هدف، کاربردی و روش‌شناسی از نوع پیمایشی و توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش طبق سالنامه آماری سال ۱۳۹۵ استان همدان برابر با ۵۲۴۶۸۸ نفر (۲۳۴۷۶ خانوار) در نظر گرفته‌شده است و هم‌چنین، حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران و در نظر گرفتن ۵درصد ضریب خطا، ۳۹۶ نفر(سرپرست خانوار) به صورت تصادفی در نظر گرفته‌شده است. نتایج نشان می‌دهد گردشگری روستایی در منطقه موردنظر با ایجاد اشتغال، افزایش سطوح درآمد، متنوع سازی فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان به حفاظت از میراث فرهنگی و محیط‌زیست طبیعی کمک کرده و با جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه و بهینه‌سازی بهره‌برداری از زمین به توسعه روستایی پایدار کمک می‌کند و از میان گویه ها « افزایش حمایت دولت (مانند بیمه، تسهیلات ارزان و ...) از سرمایه¬گذاران کوچک محلی در بخش گردشگری» ، «تسهیل مراحل راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری به لحاظ زمان و هزینه» ، «کاهش آلودگی‌های محیطی و ارتقا بهداشت محیط در روستا (مدیریت پسماندها و جمع‌آوری زباله، رعایت بهداشت دام، ...» بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری و کارآفرینی محدوده موردمطالعه دارد.

کلید واژگان: گردشگری پایدار، گردشگری، کارآفرینی پایدار، توسعه روستایی، بخش مرکزی شهرستان همدان

---

۱. **نویسنده مسئول** : تهران، اوین، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم زمین، گروه جغرافیای انسانی.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

مقدمه

امروزه، اقتصاد گردشگری در حال تبدیل‌شدن به یکی از سریع‌ترین فعالیت‌های رو به رشد جهان است و ابزاری برای ایجاد درآمد ملی، از اصلی‌ترین ارکان اقتصادی جهانی و توسعه پایدار قلمداد می‌شود و حجم مبادلات بین‌المللی گویای آن است که بیش از ۲۰ درصد آن‌ها با جریان گردشگری آغاز می‌شود و در برخی کشورهای توسعه‌یافته درآمدهای ناشی از آن، یکی از منابع عمده در جهت تقویت روزافزون اقتصاد ملی آن‌هاست. ازاین‌رو گردشگری و ظرفیت کارآفرینی در آن‌ها به‌عنوان یک رویکرد مهم که ثبات اقتصادی و جمعیتی برای جوامع روستایی به دنبال دارد نگریسته می‌شود و گردشگری را عنصر لازم برای حرکت به‌سوی اصلاح مناطق روستایی می‌دانند (خاکساری و دهقانی، ۱۳۹۳: ۲). (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۸۹: ۱-۴۱)، (حسام و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۰۶).

بنابراین رشد روزافزون جمعیت در ایران با تحولات عمیق در نسبت جمعیت شهری و روستایی همراه بوده است. با افزایش چند برابری جمعیت در ایران،به همان میزان نیز از سهم جمعیتی روستاها کاسته شده است.این پدیده ابعاد جهانی داشته و موجب ایجاد تحولات عمیقی در جوامع روستایی کشورهای درحال‌توسعه شده است،تحولاتی که تأثیرات خود را زندگی و منابع درآمدی روستائیان نشان داده است(سیو و لئونگ2013:[۲] 456، نقل‌قول از سلیمی سبحان و همکاران ،۱۳۹۷ :۲۲).

در اغلب کشورها ازجمله ایران، یکی از اهداف کلان توسعه، کاهش بیکاری و توسعه فعالیت‌های اشتغال‌زا است. امروزه مبحث اشتغال و اشتغال‌زایی صرفاً یک بحث اقتصادی یا مربوط به یک کشور خاص نیست بلکه تقریباً تمامی جوامع روستایی به‌ویژه در کشورهای کمتر توسعه‌یافته و یا درحال‌توسعه، به‌نوعی با معضل بیکاری دست‌به‌گریبان بوده و ابعاد این معضل، تمامی بخش‌های جوامع ازجمله امور اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و حتی سیاسی و امنیتی را متأثر ساخته است. بدین سو رویکردِ گردشگری برای احیای اقتصادی و تحرک نیروی انسانی و کار در مناطق رو به افول روستایی فرصت مناسبی را فراهم می‌کند و موجب توسعه اشتغال در مناطق روستایی می‌شود([۳]سقایی و جوانبخت،2012)؛ که اشتغال بهترین ضمانت کننده رفع فقر و محرومیت در جوامع است چراکه دسترسی و دستیابی افراد به شغل مناسب، برای جوامع روستایی از الزامات دستیابی به توسعه است ([۴]هرمان و ژرژسو2012). ([۵]جمینی و همکاران،2015).

ازاین‌رو، توسعه کارآفرینی پایدار در بخش گردشگری یکی از عوامل مؤثر در توسعه روستایی است. کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد. به همین دلیل، سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیندِ توسعه روستایی، از طریق فراهم کردن زمینه‌های اولیه آن، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است(جمشیدی و همکاران،[۶]2015).

---

[2] Siu, & Leung
[3] Saghaii & Javanbakht
[4] Herman & Georgescu
[5] Jamini and et al
[6] Jamshidi and et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

با توجه به بررسی‌ها و مشاهداتِ مستقیم نمونه موردی، می‌توان گفت که بخش مرکزی شهرستان همدان درمجموع دارای ۶۹ نقطه روستایی است. همچنین در این محدوده بیش از ۲۷ منطقه گردشگری (تاریخی، طبیعی و مذهبی) ازجمله روستای قاسم‌آباد (مذهبی)، روستای سرخ‌آباد (تاریخی)، روستای ورکانه (طبیعی ـ یکی از ۲۱ روستای هدف گردشگری استان)، روستای مزا گرد (تاریخی)، روستای شورین (تاریخی ـ مذهبی)، دره حیدره، دره دیوین (چشمه ملک)، پیست تاریک دره، سنگ کلاه قاضی روستای ارزانفود، حمام تاریخی روستای شیرآباد، قلعه دوره قاجاریه روستای یکن آباد، تپه تاریخی روستای چشین (تخت رستم)، تپه تاریخی مرجان روستای ایوک و ... واقع‌شده است. روستاهای محدوده‌ی موردمطالعه پژوهش، که معیشت غالب ساکنانشان کشاورزی و باغداری است و با مشکلات عدیده‌ای همچون: خشک‌سالی‌های پی‌درپی و افت آب‌های زیرزمینی روبه‌رو هستند؛ که درنهایت منجر به ضعف فعالیت‌های کشاورزی و کاهش درآمد روستاییان گردیده است .بنابراین تحقیق حاضر باهدف اثرگذاری مؤلفه‌های گردشگری و توسعه کارآفرینی پایدار (روحیه کارآفرینی،نیت کارآفرینی، ظرفیت‌سازی اقتصادی، نهادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی) در نواحی روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان موردتوجه قرارگرفته است و جهت رفع ابهامات مسئله تحقیق آیا مؤلفه‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی پایدار در نواحی روستایی منطقه موردمطالعه تأثیر داشته است؟ مطرح می‌شود .

مبانی نظری

گردشگری

در سال ۱۹۴۲ میلادی اقتصاددان‌های سوئیسی گردشگری را ظهور مجموعه روابطی که از مسافرت و اقامت یک نفر غیربومی بدون اقامت و اشتغال دائم در یک محل به وجودمی آید توصیف کرده‌اند(مارکز و سانتوس، 2016:۷) .سازمان توریسم جهانی تعریف ذیل را در مورد گردشگری ارائه کرده است:"گردشگری، مجموع کارهایی است که فرد در مسافرت و در مکانی خارج از محیط محصول خود انجام می‌دهد، این مسافرت بیش از یک سال طول نمی‌کشد و هدف آن تفریح، تجارت یا فعالیت‌های دیگر است"([7] پاموکار و همکاران،2015: 653-653).

به دلیل چندوجهی و میان‌رشته‌ای بودن گردشگری،از دیدگاه‌های مختلف اعم از اقتصادی ،جامعه‌شناختی ،جغرافیا و مدیریتی تعاریف متعددی از گردشگری با توجه به دیدگاه رشته‌های مختلف بیان‌شده است(مارکز و سانتوس،2016 :۵) .گردشگری مجموعه مسافرت‌هایی را در برمی‌گیرد که به‌منظور استراحت و تفریح و تجارت یا دیگر فعالیت‌های شغلی و یا به‌منظور شرکت در مراسم خاص انجام می‌گیرد و غیبت شخص گردشگر از محل سکونت دائم خود در طی این مسافرت موقتی و گذرا است ([8]تیان و همکاران،2016 :445) . از دیدگاه بازاریابی گردشگری به مجموعه فعالیتی گفته می‌شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می‌افتد. این فرآیند شامل هر فعالیتی که در جریان مسافرت یک گردشگر مانند برنامه‌ریزی سفر ، مسافرت به مقصد، اقامت، بازگشت و حتی یادآوری خاطرات اتفاق می‌افتد همچنین فعالیت‌هایی را که گردشگر به‌عنوان

[7] Pamucar et al
[8] Tian et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

بخشی از سفر انجام می‌دهد نظیر خرید کالاهای مختلف و تعامل میان میزبان و میهمان را نیز در برمی‌گیرد(لامسدون ، لس ، 1997:18[9]). طبق تعریف سازمان جهانی گردشگری،(۲۰۰۷)،گردشگری به‌عنوان فعالیتی پویا و با ویژگی‌های بارز و منحصربه‌فرد، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه را به خود اختصاص داده است (شاطریان و همکاران،۱۳۹۶ :۱۹۷).

کارآفرینی پایدار

کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی به‌حساب می‌آید، که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به وجود می‌آورد ([10]لردکیپانیدز ، و همکاران2005: 788 ,.). توسعه کارآفرینی پایدار به‌طور عام و در بخش گردشگری و مناطق روستایی به‌طور خاص درگرو وجود زمینه مساعد است. مطابق با نظریه تلفیقی کارآفرینی و رویکرد رفتاری، کارآفرینی فرآیندی پیچیده، چندبعدی و پویاست که در آن بروز رفتار و فعالیت‌های کارآفرینانه شدیداً متأثر از عوامل متعدد محیطی است و در قالب و اسناد مدل‌های چندبعدی معرفی‌شده‌اند (مریدسادات و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۶).

کارآفرینی به‌طور فزاینده‌ای به‌عنوان عاملی مهم برای ایجاد ،تغییر و تحول محصولات و فرآیندهای پایدار شناخته‌شده است. ادبیات کارآفرینی پایدار مدل جدیدی را به‌عنوان دسترسی به منابع باارزش جدید توسعه ارائه می‌دهد و سبب معتبر شدن ساختار کارآفرینی پایدار شده است ؛ یکی از راه‌های ممکن برای مدیریت تخریب محیط‌زیست به شمار می‌رود و از ابعاد مهم در نواحی روستایی و بخش کشاورزی است (سپه پناه و موحدی، ۱۳۹۴: ۱۹).

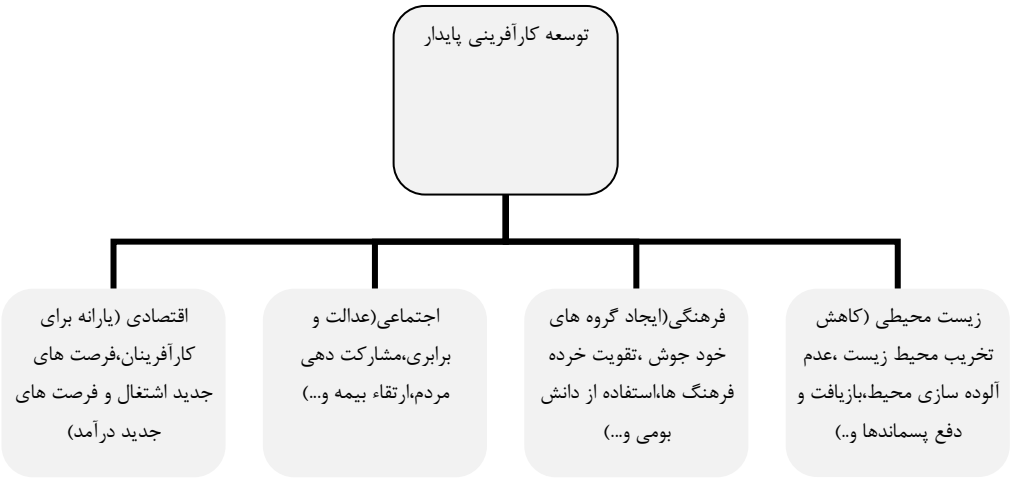
آبراهام سون[11] (۲۰۰۷) در تعریف کارآفرینی پایدار بیان می‌کند که مفهوم آن بر سه بُعد الف)جستجو کردن، پیدا کردن و ایجاد نوآوری برای حل مشکلات مربوط به پایداری، ب) کشف راه‌حل بر اساس سازمان‌دهی خلاق و ج) ایجاد ارزش‌گذاری پایداری و احترام به محیط‌زیست تکیه دارد. گرلاچ[12] (۲۰۰۳) تعریف کارآفرینی پایدار را شامل رفتار نوآوری از یک سازمان یا عامل در بخش کسب‌وکار خصوصی است که دربرگیرنده مسائل زیست‌محیطی و اجتماعی به‌عنوان اهداف اصلی است. از سوی دیگر کرالس و ویریک[13] (۲۰۰۵) عنوان می‌کنند که این نوع کارآفرینی شامل تعهد مداوم به فعالیت‌های کسب‌وکار در راستای رعایت و حفظ تعهدات اخلاقی، کمک به توسعه اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی خانواده‌ها در جوامع محلی بیان می‌شود. همچنین هوکرتس و وستنهانگ[14] (۲۰۱۰) ،کارآفرینی پایدار را کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی از طریق عدم تعادل در بازار و آغاز تحول در پایداری زیست‌محیطی و اجتماعی تعریف کردند. اخیراً کارآفرینی پایدار به‌عنوان مسیر مداوم برای ابعادِ اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی رویکرد توسعه پایدار ابداع‌شده است (اسچالتگر و واگنر،

[9] Lumsdon,les
[10] Lordkipanidze, et al.,
[11] Abrahamson
[12] Gerlach
[13] Crals and Vereeck
[14] Hockerts and Wüstenhagen

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

۲۰۱۱: ۴۸-۲۷). کارآفرینی پایدار به‌عنوان مزیت رقابتی، شناسایی و سازمان‌دهی فرصت‌های کسب‌وکار جدید و تولیدات پایدار شناخته می‌شود (کلویتز و هانسن، ۲۰۱۱).

کارآفرینی پایدار شامل ابعاد اقتصادی (ایجاد و افزایش فرصت‌های جدید شغلی (زنان و مردان)، ایجادِ زمینه‌ای جدید برای توسعه سرمایه‌گذاری، تنوع‌بخشی به اقتصاد روستا، پویا و محرک سازی اقتصاد روستا)، اجتماعی (آینده‌نگری، تأمین نیازهای آیندگان، بهبودِ سلامت جامعه، ارتقا کیفیت زندگی، عدالت اجتماعی، مشارکت مردمی، حس مشارکت‌پذیری، تصمیم‌گیری جمعی)، زیست‌محیطی (محیط‌زیست، بوم‌شناسی) و فرهنگی (نگرش، ریسک‌پذیری، منزلت اجتماعی، مسئولیت اجتماعی) بوده و در این موارد موردبررسی قرار می‌گیرد. کارآفرینی پایدار یک مفهوم در پیوند توسعه پایداری به کارآفرینی است. کارآفرینی پایدار به‌عنوان یک اصطلاح جمعی برای کارآفرینی محیط‌زیست، کارآفرینی سبز و کارآفرینی اجتماعی در نظر گرفته می‌شود (سپه پناه و موحدی، ۱۳۹۴: ۲۱). به‌صورت کلی و بر اساس موارد گفته‌شده، می‌توان آثار توسعه کارآفرینی پایدار را در چارچوب شکل(۱) ترسیم نمود.



شکل(۱). آثار توسعه کارآفرینی پایدار

منبع: مطالعات نگارنده،۱۳۹۹

در این باره سولی‌نیا (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با هدف ارزیابی ظرفیت کارآفرینی در نواحی روستایی با تأکید بر گردشگری پایدار (مطالعه موردی دهستان جابر انصار)، به این نتیجه رسیده است که ظرفیت اجتماعی ـ فرهنگی و زیرساختی بیش‌ترین تأثیر بر توسعه کارآفرینی و اشتغال در راستای گردشگری پایدار رادارند و مهم‌ترین مشکل منطقه موردمطالعه در زمینه گسترش کارآفرینی در بعد اقتصادی است که شاخص کمبود سرمایه‌گذاری را نیز شامل می‌شود. محمدی و میرتقیان رودسری(۱۳۹۵)، در مطالعه‌ای باهدف بررسی شناسایی و اولویت‌بندی راهبردهای کارآفرینی گردشگری روستایی در دهستان جنت رودبار شهرستان رامسر، نشان داده‌اند. نتایج نشان داد با توجه به ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (۳/۵۷) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

(۳/۴۲)، دهستان جنت رودبار رامسر با توجه به‌قرار گرفتن در موقعیت هجومی و توسعه سریع، می‌بایست تحت راهبردهای رشد و ساخت مبتنی بر بهره‌گیری از نقاط قوت و منتفع شدن از فرصت‌ها واقع شود. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که، راهبردهای تهاجمی ـ توسعه، مناسب‌ترین روش مدیریت مؤثر کارآفرینی گردشگری روستایی برای دهستان جنت رودبار رامسر است و نیز با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی، بهترین راهبردهای تهاجمی ـ توسعه در قالب نتیجه‌گیری و پیشنهادهای کاربردی ارائه گردید. کاویانی و همکاران (۱۳۹۷)، در مقاله‌ای با عنوان ارزیابی نقش و تأثیر توسعه‌ی فضای کسب‌وکار کارآفرینی گردشگری در جهت دست‌یابی به توسعه پایدار روستایی نمونه موردی :دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان،بیان می‌کند که حدود ۵۶,۷ درصد واریانس توسعه پایدار روستایی در محدوده روستاهای استرآباد جنوبی را توسعه فضاهای کسب‌وکار گردشگری تبیین می‌کند و ۴۳,۳ درصد دیگر مربوط به سایر متغیرهای دیگراست. نتایج حاکی از آن است که متغییرمستقل (توسعه فضای کسب‌وکار گردشگری) از قدرت تبیین بالایی برخوردار بوده و به‌خوبی قادر است میزان تغییرات و واریانس متغیر وابسته (توسعه پایدار روستایی) را توضیح دهد. سلیمی سبحان و همکاران(۱۳۹۷)، در مقاله با عنوان تحلیل اثرات کارآفرینی بر توسعه پایدار گردشگری روستایی شهرستان اردبیل ،یافته‌های پژوهش نشان داده است که کارآفرینی روستایی بر محیط اجتماعی روستا و حمایت ساکنان از گردشگری پایدار روستا تأثیر مثبت و معناداری دارد. هم‌چنین نشان داد که محیط اجتماعی روستا بر حمایت ساکنان از توسعه پایدار گردشگری مؤثر بوده و اثرات محیط اجتماعی روستا در رابطه بین کارآفرینی روستایی با توسعه پایدار گردشگری به‌عنوان نقش میانجی دارای تأثیر مثبت و معنادار است. حسینی و همکاران(۱۳۹۸)، در مقاله‌ای با عنوان واکاوی موانع گردشگری روستایی برای رسیدن به توسعه‌ی پایدار اقتصادی سکونتگاه‌های روستایی با رویکرد کارآفرینانه موردمطالعه: شهرستان کیار-استان چهارمحال و بختیاری)،بر اساس نتایج تحقیق به ترتیب اولویت‌های اول تا دهم موانع تحقیق گردشگری روستایی در شهرستان کیارند. دسترنج و همکاران (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای با عنوان مطالعه ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش‌شناختی نظریه داده بنیاد(موردمطالعه :جزیره قشم)،یافته‌های این پژوهش با ارائه ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری جزیره قشم در قالب مدل پارادایمی می‌تواند مبنای تشکیل اکوسیستم گردشگری و زمینه‌ساز ایجاد اشتغال و رونق‌بخش گردشگری جزیره قشم باشد. مودودی ارخودی و فردوسی (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای با عنوان شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء گردشگری روستایی مطالعه موردی: استان لرستان ، نتایج نشان داد که ابعاد ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی ، شامل سه بعد محیطی ، منابع انسانی و جامعه محلی است. به‌طوری‌که بعد منابع انسانی با وزن ۰۰۹۴/. نسبت به ابعاد دیگر دارای وزن بیشتری می‌باشد. هم‌چنین بعد جامعه محلی با وزن ۰۹۹۸/. و بعد محیطی نیز با وزن ۰۹۷۳/. به ترتیب در اولویت دوم و سوم قرار گرفتند. در این میان ،مؤلفه مؤثر بودن در بعد منابع انسانی با وزن ۲۶۱/. مؤلفه اقتصادی در بعد جامعه محلی با وزن ۲۵۹/. و مؤلفه زیباشناختی در بعد محیطی با وزن ۲۵۴/. بیشترین وزن را به خود اختصاص دادند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

در سطح بین الملل نیز، لیو[15] (۲۰۰۶) در مطالعه‌ی خود به بررسی گردشگری و پیامدهای ناشی از توسعه آن (مطالعه موردی مناطق روستایی مالزی) پرداخته و به این نتیجه رسیده است که به دلیل عدم اعمال مدیریت صحیح در برخی روستاها فعالیت گردشگری نه‌تنها مزیتی در پی نداشته، بلکه زمینه بروز اثرات منفی چون توزیع نابرابر منافع حاصل از گردشگری و شکاف طبقاتی و تضاد بین ساکنان محلی را نشان می‌دهد. جعفر[16] و همکاران (۲۰۱۱)، در مطالعه‌ای باهدف بررسی کارآفرینی در صنعت توریسم با تأکید بر کشورهای درحال‌توسعه، به این نتیجه رسیده‌اند که ضعف مدیران در کسب مهارت و دانش به‌عنوان مانعی برای رسیدن به کارآفرینی و در مقابل نقش دولت به‌عنوان ابزاری مؤثر در این زمینه محسوب می‌گردد. دوهار و سیتومُرانگ[17] (۲۰۱۲)، در مطالعه‌ی خود به بررسی کارآفرینی اجتماعی برای توسعه اکو توریسم پرداخته‌اند و به این نتیجه رسیده‌اند که روش‌های مناسب برای توسعه اکو توریسم در منطقه زیبا و دست‌نخورده پانوراما، اندونزی وجود دارد که می‌تواند موجب کارآفرینی در بین مردم منطقه شود. در مطالعه برود ولد و اسکالن[18] (۲۰۱۶) باهدف بررسی شیوه زندگی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت آنان در راستای توسعه گردشگری، به این نتیجه رسیده‌اند که هویت کارآفرینان، سبک زندگی آنان را شکل می‌دهد.

روش تحقیق

در این پژوهش به بررسی گردشگری و توسعه کارآفرینی پایدار نواحی روستایی در بخش مرکزی شهرستان همدان پرداخته‌شده است و با روش تعیین‌شده و نرم‌افزارهای موردنیاز و مطابق با موضوع، داده‌ها را تجزیه‌وتحلیل کرده است تا به یک نتیجه علمی و اصولی دست پیدا کنیم. جامعه آماری پژوهش حاضر، طبق سالنامه آماری سال ۱۳۹۵ استان همدان برابر با ۵۲۴۶۸۸ نفر (۲۳۴۷۶ خانوار) بوده‌اند. برای تعیین حجم نمونه در این مطالعه، با استفاده از مشاوره اساتید راهنما و مشاور و کارشناسان آمار اجتماعی از بین روش‌های متنوع تعیین تعداد نمونه، فرمول کوکران برای تعیین حجم نمونه استفاده گردید. لذا، حجم نمونه با استفاده از جدول کوکران، ۳۷۸ خانوار (سرپرست خانوار) تعیین گردید، لازم به توضیح است برای جلوگیری از خطاهای آماری و بالا رفتن اطمینان، ۵٪ نمونه انتخابی نیز به نمونه مورد نظر اضافه گردید و در نهایت ۳۹۶ نفر (سرپرست خانوار) به‌عنوان صورت تصادفی انتخاب شدند. روش تحقیق مورداستفاده در این مطالعه بر اساس تقسیم‌بندی‌های ذکرشده ازلحاظ هدف، کاربردی و ازلحاظ میزان و درجه‌ی کنترل، میدانی و ازلحاظ نحوه‌ی جمع‌آوری داده ها به صورت اسنادی(ابزار پرسشنامه) و از نوع تحقیقات توصیفی و غیرتجربی (غیرآزمایشی) است و در این پژوهش، برای گردآوری بخشی از داده‌ها از ابزار پرسشنامه بهره گرفته‌شده است و در دو نوع برای بررسی انجام‌گرفته است. ویژگی‌های پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ای که در این مطالعه برای جمع‌آوری داده‌های موردنیاز استفاده‌شده است، به شرح زیر طراحی‌شده‌اند: بخش اول: این پرسشنامه، از پرسش‌های منظم یا بسته ۱۹ و سؤال‌های باز استفاده‌شده است. با این توضیح که در پرسشنامه منظم یا بسته، پاسخ‌های

[15] Liu
[16] Jafar
[17] Dohar and Situmorang
[18] Bredvold & Skålen
[19] Structured or Closed Questionnaire

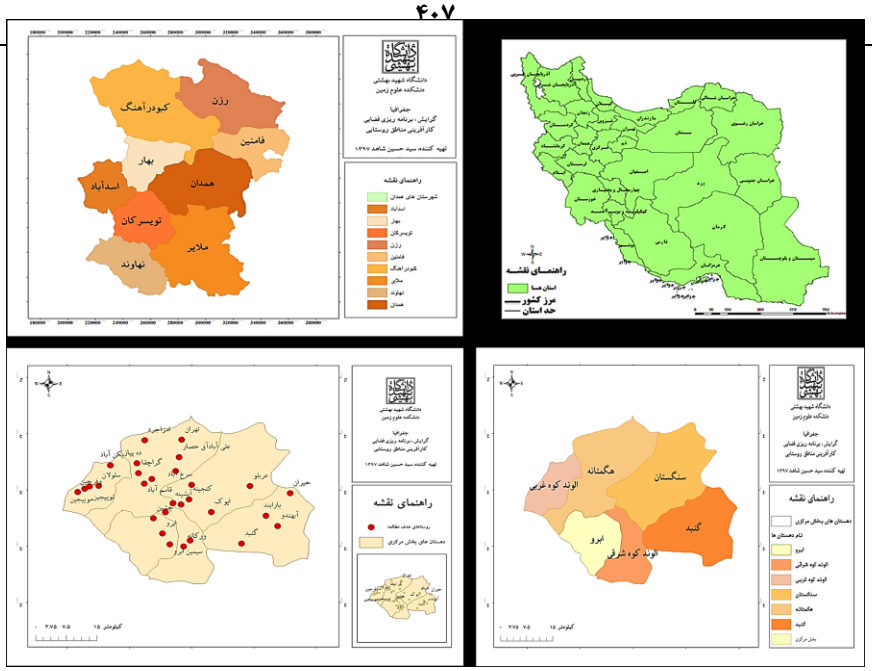
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

گوناگون مربوط به زمینه پرسیده شده، تهیه و درج می‌گردد. بر این اساس هر یک از پاسخ‌ها برای هر پرسش به‌گونه‌ای تنظیم شد که ضمن منطقی بودن برای آن پرسش، از پاسخ مربوط به پرسش دیگر، کاملاً مستقل و مجزا باشد. در این پرسشنامه، "طیف لیکرت" در پنج سطح برای سنجش متغیرها مورداستفاده قرار گرفت. این طیف علاوه بر وجود یا عدم وجود یک متغیر، مراتب یا درجه اهمیت و یا وزن نسبی را نیز قابل‌اندازه‌گیری می‌کند. همچنین در قسمت‌هایی از پرسش‌نامه برای بررسی عمق موضوع، جلوگیری از جواب‌های نامطمئن (به دلیل بی‌حوصلگی، عدم آشنایی با موضوع و تیک زدن اجباری و ...) و جلوگیری از تکراری شدن از سؤال‌های باز استفاده گردید. این سؤال‌های پاسخگو را محدود به انتخاب پاسخ‌های از پیش تعیین‌شده نمی‌کند، بلکه محقق دست پاسخگو را باز می‌گذارد تا هرچه در مورد پاسخ لازم می‌داند، ارائه دهد. در این تحقیق وضعیت پایایی متغیرها با استفاده از روش آلفای کرونباخ انجام شد که به ترتیب ظرفیت اقتصادی، ظرفیت اجتماعی، ظرفیت نهادی، ظرفیت کالبدی، ظرفیت زیست‌محیطی، به ترتیب ۰/۸۵۱، ۰/۷۱۴، ۰/۷۵۴، ۰/۷۴، ۰/۷۱۱، ۰/۷۸، ۰/۷۰۲، ۰/۸۶۸، مورد تأیید می‌باشند. به‌منظور تعیین قابلیت اعتماد یا پایایی پرسشنامه، آزمون مقدماتی (۳۰ پرسش‌نامه) دریکی از روستاهای خارج از محدوده‌ی آماری (بخش شراء)، انجام گرفت. روایی عوامل موردسنجش در پرسشنامه از روش صوری و با استفاده از نظرات اساتید دانشگاه و پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ ارزیابی و با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد.

محدوده مورد مطالعه

شهرستان همدان به مساحت ۱۵۰۰ کیلومتر معادل ۳۶ درصد از مساحت کل شهرستان و بین ۳۴ درجه و ۳۶ دقیقه تا ۳۶۵ درجه ۱۵ دقیقه عرض جغرافیایی ۴۸ درجه ۲۷ دقیقه طول جغرافیایی از نصف‌النهار گرینویچ واقع‌شده است. این بخش از شمال به شهرستان بهار، از جنوب به شهرستان تویسرکان و ملایر، از شرق به بخش شراء و از غرب به شهرستان اسدآباد محدود می‌شود.در بخش مرکزی شهرستان همدان درمجموع ۶۹ نقطه روستایی وجود دارد. همچنین در این محدوده بیش از ۲۷ منطقه گردشگری (تاریخی، طبیعی و مذهبی) ازجمله روستای قاسم‌آباد (مذهبی)، روستای سرخ‌آباد (تاریخی)، روستای ورکانه (طبیعی ـ یکی از ۲۱ روستای هدف گردشگری استان)، روستای مزا گرد (تاریخی)، روستای شروین (تاریخی ـ مذهبی)، دره حیدره، دره دیوین (چشمه ملک)، پیست تاریک دره، سنگ کلاه قاضی روستای ارزان فود، حمام تاریخی روستای شیرآباد، قلعه دوره قاجاریه روستای یکن آباد، تپه تاریخی روستای چشین (تخت رستم)، تپه تاریخی مرجان روستای ایوک و ... واقع‌شده است شکل(۲)، به لحاظ گردشگری محدوده موردمطالعه دارای پتانسیل‌های بالایی است که در صورت توجه درست و دقیق مسئولان ذی‌ربط این امر (صنعت گردشگری) دارای ظرفیت‌های بالایی ازنظر تولید اشتغال و کسب درآمد خواهد بود و می‌تواند جوابگوی معیشت و اشتغال روستاییان جویای کار در محدوده‌ی موردنظر باشد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]



شکل(۲). موقعیت منطقه موردمطالعه(شهرستان همدان)

منبع:نگارنده،۱۳۹۹

نتایج

توزیع افراد نمونه بر اساس متغیرهای توصیفی (سن، تحصیلات، وضعیت شغلی)

در پژوهش حاضر، برای توصیف متغیرهای تحقیق برحسب ضرورت از مشخصه‌های آماری نظیر جدول توزیع فراوانی، درصد فراوانی، فراوانی تجمعی، میانگین، میانه، نما، انحراف معیار، ضریب تغییرات، حداکثر و حداقل استفاده‌شده است.

مشخصات جمعیتی دهستان‌های بخش مرکزی شهرستان همدان

در جدول(۱) مشخصات جمعیتی محدوده مطالعاتی مشخص‌شده است.

جدول(۱). مشخصات جمعیتی دهستان‌های بخش مرکزی شهرستان همدان

منطقه موردمطالعه	دهستان	کل جمعیت	خانوار روستایی	نمونه انتخابی*	تعداد آبادی	تعداد روستای انتخابی
بخش مرکزی شهرستان همدان	ابرو	۶۷۰۱	۲۰۱۹	۳۴	۷	۳
	الوند کوه شرقی	۵۷۴۸	۱۸۰۴	۳۱	۷	۴
	الوند کوه غربی	۱۸۴۵۴	۵۶۸۴	۹۶	۹	۵
	سنگستان	۱۱۸۲۴	۳۵۸۴	۶۰	۲۱	۶
	گنبد	۲۹۹۱	۹۲۷	۱۶	۹	۳
	هگمتانه	۳۵۶۵۳	۹۴۵۸	۱۵۹	۱۲	۸

منبع: سالنامه آماری استان، ۱۳۹۵ و محاسبات نگارنده

* سرپرست خانوار

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

سن، سطح تحصیلات، شغل

نتایج توصیفی حاصل از بررسی میدانی خانوارهای روستایی بخش مرکزی شهرستان همدان نشان می‌دهند، میانگین سنی افراد موردمطالعه ۳۹/۷۴ و اکثریت آن‌ها در رده سنی ۳۰ تا ۳۵ سال با انحراف معیار ۱۱/۵۲ کمترین و بیشترین سن مربوط به پاسخگویان، ۲۰ و ۷۵ سال بود ، اکثریت (۸۲/۱ درصد) افراد موردمطالعه مرد و ازنظر سواد، اکثریت (مُد) افراد موردنظر دارای تحصیلاتی در سطح راهنمایی (سیکل) بوده‌اند (۳۰/۳ درصد). بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، بُعد خانوار در بین خانوارهای موردمطالعه ۴ نفر، شغل اصلی و غالب آن‌ها کشاورزی (۳۵/۹ درصد) و ۴۷/۵ درصد از افراد موردمطالعه عنوان کرده‌اند داری شغل دوم نمی‌باشند. همچنین نتایج اولیه نشان داد، که حدود ۶۰ درصد از درآمد کل خانوارهای موردمطالعه از طریق کشاورزی، با میانگین ۱۳ میلیون و ۶۱۰ هزار تومان در سال تأمین می‌گردد.

وضعیت فعالیت روستاییان در بخش گردشگری برحسب سابقه فعالیت

۴۱/۹ درصد از روستاییان موردمطالعه در بخش مرکزی شهرستان همدان هیچ‌گونه فعالیت اقتصادی (ایجاد کسب‌وکار) در بخش گردشگری انجام نداده و ۵۸/۱ درصد نیز در بخش گردشگری با راه‌اندازی کسب‌وکارهای مختلف مشغول به فعالیت بوده و به عبارتی دارای رفتاری کارآفرینی بوده که ۳۱/۳ درصد آن‌ها نیز دارای سابقه‌ای ۵ تا ۱۰ سال را نیز دارا بوده‌اند. البته لازم به توضیح است، بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، بیشترین فعالیت اقتصادی روستاییان موردمطالعه در بخش گردشگری در زمینه‌های فروش محصولات دامی (۱۱/۶ درصد) و فروش محصولات دامی و غذاهای محلی (۹/۶ درصد) بوده است.

در این قسمت از پژوهش، گویه‌های روحیه کارآفرینی، نیت کارآفرینی، ظرفیت‌سازی اقتصادی، ظرفیت‌سازی نهادی، ظرفیت‌سازی اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی مطرح‌شده است که بر اساس ضریب تغییرات(C.V) مهم‌ترین گوی‌ها مشخص‌شده است.

روحیه کارآفرینی

در مؤلفه روحیه کارآفرینی گویه های بررسی‌شده در جدول(۲) مطرح‌شده است. بر اساس مطالعات صورت گرفته‌شده در پژوهش، مهم‌ترین گویه های مرتبط با ایجاد روحیه کارآفرینی متأثر از توسعه گردشگری ازنظر روستاییان موردمطالعه در بخش مرکزی شهرستان همدان را نشان می‌دهد که برای مشخص شدن مهم‌ترین این گویه ها از ضریب تغییرات (C.V) استفاده‌شده است. نتایج مربوط به اولویت‌بندی گویه های مرتبط با ایجاد روحیه کارآفرینانه متأثر از توسعه گردشگری ازنظر افراد موردمطالعه حاکی از آن است که به ترتیب گویه -های «قرض کردن پول (در صورت نیاز) برای انجام کاری سودآور» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۸ و انحراف معیار ۱/۱۲)، « افزایش ترجیح به فکر کردن به آینده» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۴ و انحراف معیار ۱/۱۶)، « افزایش ترجیح برای انجام کارهای سخت نه آسان» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۳۷ و انحراف معیار ۱/۱۷)، « انجام کارهایی با احتمال موفقیت ۵۰ -۵۰» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۵۷ و انحراف معیار ۱/۲۵) و « افزایش ترجیح رهبر گروه بودن و خوشحال شدنم از آن وضعیت» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۱۲ و انحراف معیار ۱/۱۵) از سایر گویه ها ازنظر افراد

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

مورد‌مطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه‌های دیگر متأثر از توسعه گردشگری بوده‌اند.

جدول(۲). گویه های روحیه کارآفرینی

روحیه کارآفرینی
قرض کردن پول (در صورت نیاز) برای انجام کاری سودآور
افزایش ترجیح به فکر کردن به آینده
افزایش ترجیح برای انجام کارهای سخت نه آسان
انجام کارهایی با احتمال موفقیت ۵۰ -۵۰
افزایش ترجیح رهبر گروه بودن و خوشحال شدنم از آن وضعیت
بررسی دیدگاه‌های موافق و مخالف قبل از اتخاذ تصمیمات مهم
انجام چندین کار به‌صورت هم‌زمان
سخت کار کردن برای به دست آوردن آنچه می‌خواهم
انجام کارها به روش معمول (نه تجربه راه‌ها و روش‌های جدید)
افزایش ترجیح انجام کارها به طریقی که خودم صلاح میدانم
بررسی حقایق در مورد یک تصمیم قبل از تصمیم‌گیری
افزایش تمایل به استفاده از فرصت‌ها
افزایش ساعات انجام کار
راحت شدن انتخاب ایده مناسب از بین ایده‌های متنوع
افزایش ترجیح انجام کارها با استفاده از کمک دیگران
ترجیح به داشتن کار ثابت، درآمد معقول و امنیت شغلی
افزایش تمایل به حدس زدن
تقویت این دیدگاه در من که مردم عموماً به آنچه استحقاقش رادارند، دست می‌یابند
سازمان‌دهی زندگی (زندگی طبق برنامه و به‌آرامی پیش رود)
افزایش ترجیح انجام کارهای جدید و غیرمعمول
تقویت این دیدگاه در من که موفقیت از سخت‌کوشی حاصل می‌شود و ارتباطی با شانس و خوش‌اقبالی ندارد
انجام دادن چند کار خوب هم‌زمان (نه‌فقط یک کار کاملاً خوب و بی‌عیب)
ترجیح به کار با افرادی که دوستم هستند
افزایش رؤیاپردازی برای ایجاد یک کسب‌وکار در گردشگری
پرسیدن سؤال‌های زیاد توسط من در مورد کاره‌ای جدید ازنظر دیگران
افزایش کسب اطلاعات درباره مسائل کسب‌وکار پیش از روبرو شدن با مشکلات
عدم مخالفت با ایجاد تغییرات در زندگی‌ام

نیات کارآفرینی

در مؤلفه نیت کارآفرینی گویه های بررسی‌شده در جدول(۳) مطرح‌شده است. مهم‌ترین گویه های مرتبط با ایجاد نیت کارآفرینی متأثر از توسعه گردشگری ازنظر روستاییان موردمطالعه در بخش مرکزی شهرستان همدان را نشان می‌دهد که برای مشخص شدن مهم‌ترین این گویه ها از ضریب تغییرات (C.V) استفاده‌شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

نتایج مربوط به اولویت‌بندی گویه های مرتبط با ایجاد نیت کارآفرینانه متأثر از توسعه گردشگری ازنظر افراد موردمطالعه حاکی از آن است که به ترتیب گویه های «انتخاب هدف حرفه‌ای و شغلی در آینده‌ای نزدیک به‌عنوان یک کارآفرین» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۸۳ و انحراف معیار ۱/۱۲)، « شانس زیاد در موفقیت برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در صورت وجود تلاش کافی» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۱ و انحراف معیار ۱/۰۷)، «عدم شک و تردید درراه اندازی یک کسب‌وکار گردشگری» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۶۴ و انحراف معیار ۱/۱۷)، « افزایش احساس رضایت‌بخش بودن از اینکه یک کارآفرین هستم» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۴ و انحراف معیار ۱/۱۳) و « فکر کردن به‌طورجدی درباره شروع یک کسب‌وکار و یا راه‌اندازی یک» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۵۱ و انحراف معیار ۱/۱۶) از سایر گویه ها ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه های دیگر متأثر از توسعه گردشگری بوده‌اند.

جدول(۳). گویه های نیات کارآفرینانه

نیات کارآفرینی
انتخاب هدف حرفه‌ای و شغلی در آینده‌ای نزدیک به‌عنوان یک کارآفرین
شانس زیاد در موفقیت برای راه‌اندازی یک کسب‌وکار در صورت وجود تلاش کافی
عدم شک و تردید درراه اندازی یک کسب‌وکار گردشگری
افزایش احساس رضایت‌بخش بودن از اینکه یک کارآفرین هستم
فکر کردن به‌طورجدی درباره شروع یک کسب‌وکار و یا راه‌اندازی یک شرکت تجاری در حوزه گردشگری
افزایش علاقه به راه‌اندازی یک کسب‌وکار گردشگری در صورت وجود فرصت و منابع کافی
کارآفرین بودن به‌عنوان یکی از اهداف نهایی من
افزایش توانایی تمایل به راه‌اندازی یک کسب‌وکار گردشگری
افزایش تفکر انجام هر کاری به‌منظور کارآفرین شدن در من
افزایش تلاش برای راه‌اندازی و اداره کردن شرکت یا موسسه تجاری خودم در حوزه گردشگری
راه‌اندازی کسب‌وکار خودم در آینده نزدیک در حوزه گردشگری
افزایش ایده‌ی ساده بودن شروع یک کسب‌وکار و حفظ آن
مشکل نبودن ارائه‌ی یک ایده‌ی کاری
افزایش تمایل به انجام هر تلاشی به‌منظور شروع یک کسب‌وکار گردشگری
جذاب بودن ایجاد یک نوآوری یا ایجاد کارآفرینی در گردشگری

ظرفیت اقتصادی

برای مشخص شدن مهم‌ترین این گویه‌ها از ضریب تغییرات (C.V) استفاده‌شده است. نتایج مربوط به اولویت-بندی گویه‌های مورد عنوان‌شده ازنظر افراد موردمطالعه حاکی از آن است که به ترتیب گویه‌های « افزایش تعداد اجاره بخشی از خانه‌ها توسط روستاییان به گردشگران» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۵ و انحراف معیار ۰/۶۷۵)، « افزایش حمایت دولت (مانند بیمه، تسهیلات ارزان و ...) از سرمایه‌گذاران کوچک محلی در بخش گردشگری» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۸۶ و انحراف معیار ۰/۹۷۴)، «افزایش سرمایه‌گذاری‌های داخلی / خارجی » (میانگین رتبه‌ای: ۳/۲۱ و انحراف معیار ۰/۹۴۵)، « افزایش تعداد شاغلان محلی در پست‌های مدیریتی گردشگری محلی» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۱۷ و انحراف معیار ۰/۹۶۷) و «فعال شدن مکان‌های ارائه خدمات گردشگری در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

محل زندگی خود در طول سال» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۰۷ و انحراف معیار ۰/۹۶۳) از سایر گویه‌ها ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه های دیگر متأثر از توسعه گردشگری روستایی در مناطق موردمطالعه بوده و خواهد بود. در مؤلفه ظرفیت اقتصادی گویه های بررسی‌شده در جدول(۴) مطرح‌شده است.

جدول(۴). گویه های ظرفیت اقتصادی

ظرفیت‌سازی اقتصادی
افزایش تعداد اجاره بخشی از خانه‌ها توسط روستاییان به گردشگران
افزایش حمایت دولت (مانند بیمه، تسهیلات ارزان و ...) از سرمایه‌گذاران کوچک محلی در بخش گردشگری
سرمایه‌گذاری‌های داخلی / خارجی
افزایش تعداد شاغلان محلی در پست‌های مدیریتی گردشگری محلی
فعال شدن مکان‌های ارائه خدمات گردشگری در محل زندگی خود در طول سال
افزایش تعداد جمعیت محلی درگیر (ازنظر اقتصادی) در بخش گردشگری
ایجاد اشتغال برای گروه‌های محروم (همه افراد جامعه)
حمایت مالی بخش تعاونی
افزایش تعداد شاغلان محلی در تورهای گردشگری محلی
افزایش تولید محصولات داروی ـ درمانی محلی (عسل و گیاهان دارویی)
افزایش تولید محصولات کشاورزی و دامی محلی
ایجاد اشتغال برای جوانان
ایجاد و رونق گرفتن بازار برای فروش محصولات بومی منطقه
ایجاد اشتغال برای زنان
افزایش تعداد بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط محلی مربوط به گردشگری
توزیع عادلانه ثروت (درآمد) بین همه اقشار مختلف جامعه
افزایش تولید محصولات فرآوری شده زراعی ـ باغی به‌صورت بومی
حمایت مالی بخش خصوصی
ایجاد و فزایش درآمد برای همه اقشار مختلف جامعه
افزایش تقاضا برای محصولات خاص روستا در اثر رونق گرفتن گردشگری در منطقه)
افزایش تولید محصولات فرآوری شده دامی
افزایش تعداد بازار محلی در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما
افزایش تولید صنایع‌دستی
افزایش سرمایه‌گذاری در روستا به علت رونق گرفتن گردشگری در منطقه
کاهش میزان ریسک سرمایه‌گذاری در منطقه

ظرفیت نهادی

برای مشخص شدن مهم‌ترین این گویه‌ها از ضریب تغییرات (C.V) استفاده‌شده است. نتایج مربوط به اولویت-بندی گویه‌های مورد عنوان‌شده ازنظر افراد موردمطالعه حاکی از آن است که به ترتیب گویه‌های « توسعه فعالیت‌های شبکه‌ای گردشگری در منطقه» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۳۹ و انحراف معیار ۰/۸۶۹)، «تدوین و اجرای ضوابط و معیارهـای خـاص بـرای کنترل توسعه گردشگری در برنامـه‌هـا (همچـون تعـداد هتل‌ها و تخت‌هـا،

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

استانداردهای تراکم، کنترل طراحی و ...)» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۳ و انحراف معیار ۰/۹۲۸)، «تسهیل مراحل راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری به لحاظ زمان و هزینه» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۷۶ و انحراف معیار ۱/۰۶)، «تأسیس تشکل‌های غیردولتی (مربوط به گردشگری) فعال در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۳ و انحراف معیار ۱/۰۵) و « افزایش تعداد دفاتر گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۹ و انحراف معیار ۱/۰۸) از سایر گویه‌ها ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه‌های دیگر متأثر از توسعه گردشگری روستایی در مناطق مورد مطالعه بوده و خواهد بود جدول(۵).

جدول(۵). گویه های ظرفیت نهادی

ظرفیت‌سازی نهادی
توسعه فعالیت‌های شبکه‌ای گردشگری در منطقه
تدوین و اجرای ضوابط و معیارهای خاص برای کنترل توسعه گردشگری در برنامه‌ها (همچون تعداد هتل‌ها و تخت‌ها، استانداردهای تراکم، کنترل طراحی و ...)
تسهیل مراحل راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری به لحاظ زمان و هزینه
تأسیس تشکل‌های غیردولتی (مربوط به گردشگری) فعال در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما
افزایش تعداد دفاتر گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما
تسهیل قوانین و مقررات راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری
توسعه خوشه‌های کسب‌وکار گردشگری در منطقه
نگرش مناسب مسئولان استان در رابطه با توسعه گردشگری منطقه
تأسیس نهادهای محلی (مربوط به گردشگری) که توسط افراد بومی اداره می‌شود
افزایش میزان فعالیت‌های گردشگری که روستاییان صاحب و مالک آن فعالیت‌ها هستند
افزایش فعالیت و توجه دهیار در توسعه هرچه بهتر گردشگری روستایی
افزایش مکان‌های محلی و بومی که برای همه شناخته‌شده است
ثبات مدیریتی روستای محل زندگی
افزایش تعداد مراکز راهنمای بازدیدکنندگان و گردشگران در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما
افزایش حمایت مدیران استان از توسعه گردشگری روستایی
ثبات مدیریتی در بخش گردشگری منطقه
افزایش توجه شورای اسلامی روستا به گردشگری روستایی
هماهنگی بیشتر تصمیمات شورای اسلامی و دهیاری روستا با دستگاه‌های دولتی فعال در بخش گردشگری منطقه

ظرفیت اجتماعی

برای مشخص شدن مهم‌ترین این گویه‌ها از ضریب تغییرات (C.V) استفاده‌شده است. نتایج مربوط به اولویت-بندی گویه‌های مورد عنوان‌شده ازنظر افراد موردمطالعه حاکی از آن است که به ترتیب گویه‌های « افزایش مشارکت مردم محلی در نگهداری و مرمت جاذبه‌های گردشگری» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۳ و انحراف معیار ۰/۸۲۸)، «حفظ و توسعه میراث تاریخی (اماکن باستانی، متبرکه ...» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۷ و انحراف معیار ۱/۰۴)، «افزایش دسترسی به خدمات بهداشتی درمانی (توسعه و افزایش خدمات پزشکی همانند درمانگاه روستایی در محل زندگی شما)» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۶۲ و انحراف معیار ۱/۰۳)، « افزایش برابری فرصت‌های

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

~~کسب‌وکار بین زنان و مردان روستایی» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۱ و انحراف معیار ۱/۰۱) و «افزایش دسترسی به~~ خـدمات و زیرسـاخت جدید در روستا (مثل دستگاه خودپرداز پول، پوزهای کارت‌خوان بانکی و ....)» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۶۸ و انحراف معیار ۱/۱) از سایر گویه‌ها ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه‌های دیگر متأثر از توسعه گردشگری روستایی در مناطق موردمطالعه بوده و خواهد بود. در مؤلفه ظرفیت اجتماعی گویه های بررسی‌شده در جدول(۶) مطرح‌شده است.

جدول(۶). گویه های ظرفیت اجتماعی

ظرفیت‌سازی اجتماعی
افزایش مشارکت مردم محلی در نگهداری و مرمت جاذبه‌های گردشگری
حفظ و توسعه میراث تاریخی (اماکن باستانی، متبرکه ...
افزایش دسترسی به خدمات بهداشتی درمانی (توسعه و افزایش خدمات پزشکی همانند درمانگاه روستایی در محل زندگی شما)
افزایش برابری فرصت‌های کسب‌وکار بین زنان و مردان روستایی
افزایش دسترسی به خـدمات و زیرسـاخت جدید در روستا (مثل دستگاه خودپرداز پول، پوزهای کارت‌خوان بانکی و ....)
میزان استفاده‌ی افـراد محلـی از زیرساخت‌های مربوط به گردشگری
افزایش مشارکت جوانان در فعالیت‌های مختلف مربوط به بخش گردشگری
افزایش مشارکت مردم در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی روستا
افزایش امنیت اجتماعی و انتظامی
افزایش روابط اجتماعی به علت رونق گرفتن گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به آن
تمایل به ماندگاری و کاهش مهاجرت به شهر به علت رونق گرفتن گردشگری در منطقه
افزایش مشارکت زنان در فعالیت‌های مختلف مربوط به بخش گردشگری
میزان شاغلان ماهر و صلاحیت‌دار شاغل در گردشگری
افزایش مشارکت در امور اجرایی روستا
افزایش تعداد افرادی محلی که از اطلاعات گردشگری روستا آگاهی دارند
ارتقا دسترسی روستاییان به خدمات بیمه و تأمین اجتماعی
افزایش رضایت جامعه محلی از میزان درآمد حاصل از گردشگری
توسعه مکان زندگی ساکنان بومی مناطق هدف گردشگری
افزایش دسترسی به برنامه‌های آموزشی ترویجی کارآفرینی
افزایش احساس رضایت از زندگی به علت رونق گرفتن گردشگری در منطقه
افزایش انگیزه پیشرفت به علت رونق گرفتن گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به آن
افزایش دسترسی به برنامه‌های آموزشی ترویجی گردشگری
افزایش حس تعلق مکانی در بین ساکنان روستایی
حفظ و توسعه میراث فرهنگی (آداب و رسوم، جشن‌ها، زبان، لباس و غذای محلی)
افزایش دسترسی به خدمات حمل‌ونقل و راه
افزایش مهاجرت معکوس به علت رونق گرفتن گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به آن
افزایش تعداد کارشناسان متخصص گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما
افزایش دسترسی به فرصت‌های شغلی برای جامعه محلی و افراد بومی در تمامی سطوح
افزایش دسترسی به خدمات بانکی
افزایش سطح آگاهی عمومی مردم به علت رونق گرفتن گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به آن
افزایش استفاده از وسایل نوین در زندگی به علت رونق گرفتن گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به آن
افزایش دسترسی به خدمات ارتباطی و اطلاعاتی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

ظرفیت زیست‌محیطی

برای مشخص شدن مهم‌ترین این گویه‌ها از ضریب تغییرات (C.V) استفاده‌شده است. نتایج مربوط به اولویت-بندی گویه‌های مورد عنوان‌شده ازنظر افراد موردمطالعه حاکی از آن است که به ترتیب گویه‌های «افزایش توجه به حفاظت و بهبود محیط‌زیست در بین ساکنان محل زندگی شما» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۶ و انحراف معیار ۰/۹۷۴)، « کاهش آلودگی منابع طبیعی پایه (آب، خاک، هوا)» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۵۲ و انحراف معیار ۰/۹۷۱)، «افزایش (کیفیت و بهداشت) منابع خاکی موجـود در مناطق توریستی محل زندگی شما» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۱ و انحراف معیار ۱)، «کاهش آلودگی‌های محیطی و ارتقا بهداشت محیط در روستا (مدیریت پسماندها و جمع‌آوری زباله، رعایت بهداشت دام، ...)» (میانگین رتبه‌ای: ۴/۰۱ و انحراف معیار ۱/۲۵) و «ارتقاء کیفیت محیط جاذبه‌های گردشگری» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۱ و انحراف معیار ۱/۰۸) از سایر گویه‌ها ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه‌های دیگر متأثر از توسعه گردشگری روستایی در مناطق موردمطالعه بوده و خواهد بود. در مؤلفه ظرفیت زیست‌محیطی گویه های بررسی‌شده در جدول(۷) مطرح‌شده است.

جدول(۷). گویه های ظرفیت زیست‌محیطی

ظرفیت‌سازی زیست‌محیطی
افزایش توجه به حفاظت و بهبود محیط‌زیست در بین ساکنان محل زندگی شما
کاهش آلودگی منابع طبیعی پایه (آب، خاک، هوا)
افزایش (کیفیت و بهداشت) منابع خاکی موجـود در مناطق توریستی محل زندگی شما
کاهش آلودگی‌های محیطی و ارتقا بهداشت محیط در روستا (مدیریت پسماندها و جمع‌آوری زباله، رعایت بهداشت دام، ...)
ارتقاء کیفیت محیط جاذبه‌های گردشگری
حفظ و بهبود چشم‌انداز طبیعی روستا
افزایش اقدامات توسعه، حفاظت و احیای منابع طبیعی و محیط‌زیست منطقه
توسعه فضای سبز
ارتقا کیفیت محیط اطراف منابع آب فراوان محل زندگی شما
حفظ تنوع زیستی جانوری و گیاهی بومی منطقه
کیفیت محیط روستاهای نزدیک به هدف‌های گردشگری
ارتقا کیفیت محیط روستاهای هدف گردشگری
افزایش (کیفیت و بهداشت) منابع آبی موجـود در مناطق توریستی محل زندگی شما

ظرفیت کالبدی

برای مشخص شدن مهم‌ترین این گویه‌ها از ضریب تغییرات (C.V) استفاده‌شده است. نتایج مربوط به اولویت-بندی گویه‌های مورد عنوان‌شده ازنظر افراد موردمطالعه حاکی از آن است که به ترتیب گویه‌های «توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل (حمل‌ونقل عمومی) مناسب در محل زندگی شما» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۷۹ و انحراف معیار ۱/۰۴)، «مناسب شدن (افزایش) قیمت زمین در محل زندگی شما» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۵ و انحراف معیار ۱/۰۱)، «توسعه زیرساخت‌های رفاهی عمومی (حمام عمومی، سرویس بهداشتی، نمازخانه» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۴۴ و انحراف معیار ۱/۰۵)، «افزایش حفاظت و نگهداری اماکن و بناهای سنتی در محل زندگی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

~~شما» (میانگین رتبه‌ای: ۳/۷۴ و انحراف معیار ۱/۱۵) و « توسعه مراکز ICT » (میانگین رتبه‌ای: ۳/۵۲ و~~ انحراف معیار ۱/۰۹) از سایر گویه‌ها ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه‌های دیگر متأثر از توسعه گردشگری روستایی در مناطق مورد مطالعه بوده و خواهد بود جدول(۸).

جدول(۸). گویه های‌ظرفیت کالبدی

ظرفیت‌سازی کالبدی
توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل (حمل‌ونقل عمومی) مناسب در محل زندگی شما
مناسب شدن (افزایش) قیمت زمین در محل زندگی شما
توسعه زیرساخت‌های رفاهی عمومی (حمام عمومی، سرویس بهداشتی، نمازخانه
افزایش حفاظت و نگهداری اماکن و بناهای سنتی در محل زندگی شما
توسعه مراکز ICT
افزایش کیفیت منظره و چشم‌اندازهای زیبا مربوط به گردشگری در محل زندگی شما
فزایش تعداد و توسعه غذاخوری‌های محلی و سنتی در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما
افزایش و توسعه اقامتگاه‌های روستایی برای اسکان شبانه گردشگران کالبدیِ
توسعه زیرساخت‌های جمع‌آوری و دفع بهداشتی زباله
مقاوم‌سازی امکان و کالبد روستا
توسعه زیرساخت‌های تفریحی (پارک و فضای سبز و ...
کنترل تغییر کاربری اراضی براثر فعالیت‌های گردشگری در محل زندگی شما
توسعه زیرساخت‌های فرهنگی (موزه، کتابخانه...
توسعه زیرساخت‌های بین‌راهی مانند غذاخوری، بهداشتی و ...
توسِ زیرساخت‌های تسهیلات رفاهی مثل رستوران‌ها و
در دسترس بودن راحت‌تر خدمات، کالاها و فـرآورده‌هـای سنتی و بومی منطقه برای گردشگران
توسعه زیرساخت‌های آموزشی
توسعه زیرساخت‌های فیزیکی پایه (آب و فاضلاب، برق، گاز و ..) در محل زندگی شما
توسعه زیرساخت‌های تسهیلات اقامتی (هتل ....)
توسعه زیرساخت‌های بهداشتی درمانی (خانه بهداشت، درمانگاه، بیمارستان، آمبولانس...)
توسعه زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعاتی (تلفن، موبایل، اینترنت
حفظ کالبد بومی روستا و بهره‌گیری از مصالح بومی
برنامه‌ریزی مناسب توسعه یا کاربرد زمـین بـرای مصارف گردشگری
توسعه زیرساخت‌های ارتباطی (شبکه جاده‌ای) مناسب

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

گردشگری روستایی می‌تواند سهمی در کارآفرینی پایدار داشته باشد و با ایجاد اشتغال و درآمد موجب توسعه مناطق مختلف ازجمله منطقه موردنظر شده و منافع بسیاری را نصیب روستاییان می‌کند. گردشگران برای اقامت، خرید کالاهای محلی و خدمات پول پرداخت می‌کنند. این پول‌ها در فعالیت‌های محلی ازجمله درزمینه کارآفرینی جریان می‌یابد و موجب تحرک روستاییان در برآوردن نیازهای بازدیدکنندگان می‌شود. گردشگری روستایی در منطقه موردنظر با ایجاد اشتغال، افزایش سطوح درآمد، متنوع سازی فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان به حفاظت از میراث فرهنگی و محیط‌زیست طبیعی کمک کرده و با جلوگیری از مهاجرت بی‌رویه و بهینه‌سازی بهره‌برداری از زمین به توسعه پایدار روستایی کمک می‌کند.امروزه از گردشگری به‌عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت در دنیا یاد می‌شود؛ که می‌تواند ظرفیت‌های بالایی درزمینه کارآفرینی پایدار در جوامع روستایی داشته باشد. ازاین‌رو، در این مطالعه به بررسی ظرفیت گردشگری در توسعه کارآفرینی پایدار در نواحی روستایی(بخش مرکزی شهرستان همدان) پرداخته شد.

با مقایسه ویژگی‌های افراد دارای رفتار کارآفرینی با سایر روستاییان موردمطالعه، مشخص شد که روستاییان دارای رفتارهای کارآفرینانه (ایجاد کسب‌وکارهای مختلف درزمینهٔ گردشگری) جوان‌تر بوده (میانگین سن ۳۷/۵ سال) و از طرفی دیگر، نیز دارای سطح سوادی بالاتر می‌باشند (مُد در سطح دیپلم) که این دو عامل، یعنی نیروی جوانی و سطح سواد بالاتر باعث خواهد شد که افراد موردنظر به دنبال کارها و ایده‌های جدید رفته و به‌راحتی خسته نشده و ایده خود را کنار نگذاشته و در صورت نیاز به داده‌های جدید، با مراجعه به افراد و کارشناسان خبره درزمینهٔ موردنظر و حتی حضور در کلاس‌های آموزشی مختلف، داده‌های لازم را کسب خواهند نمود. افراد موردنظر، به لحاظ سطح درآمد خانوار از کشاورزی دارای درآمدی بیشتر (۱۴/۷۶ میلیون تومان در سال) بوده و نیز دارای شغل فرعی و یا یک شغل و یا به یک منبع درآمد بسنده نمی‌کنند و همین عامل نیز در سطح درآمد کل سالانه آن‌ها دارای تأثیرمثبتی بوده و موجب ریسک یا روحیه خطرپذیری مالی آن‌ها افزایش می‌یابد.

برای مشخص شدن اثرگذاری شاخص های ظرفیت اجتماعی در توسعه گردشگری روستا و کارآفرینی پایدار،این نتیجه تحقیقاتِ قبلی(سلیمی سبحان و همکاران،۱۳۹۷ : ۲۱) همسو می باشد و به عبارتی گویه‌های افزایش مشارکت مردم محلی در نگهداری و مرمت جاذبه‌های گردشگری، حفظ و توسعه میراث تاریخی (اماکن باستانی، متبرکه، افزایش دسترسی به خدمات بهداشتی درمانی (توسعه و افزایش خدمات پزشکی همانند درمانگاه روستایی در محل زندگی شما، افزایش برابری فرصت‌های کسب‌وکار بین زنان و مردان روستایی ،افزایش دسترسی به خـدمات و زیرسـاخت جدید در روستا (مثل دستگاه خودپرداز پول، پوزهای کارت‌خوان بانکی و .... از سایر گویه‌ها ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده است.

هم چنین وضعیت فعالیت روستائیان در توسعه گردشگری روستا و کارآفرینی پایدارآن،با نتایج تحقیقاتِ قبلی(کاویانی و همکاران،۱۳۹۷ :۲۵۳) همسو می باشد و در بخش مرکزی شهرستان همدان هیچ‌گونه فعالیت اقتصادی (ایجاد کسب‌وکار) در حوزه گردشگری و کارآفرینی پایدار انجام نشده و درزمینه ی فروش محصولات دامی و غذاهای محلی و کسب و کارهای مختلف مشغول به فعالیت می باشند.

علاوه بر این رتبه بندی شاخص های روحیه کارآفرینی پایدار از منظر توسعه گردشگری با یافته های تحقیقات قبلی (دسترنج و همکاران،۱۳۹۸: ۹۷) همسو است و قرض کردن پول (در صورت نیاز) برای انجام کاری سودآور ، افزایش ترجیح به فکر کردن به آینده، افزایش ترجیح برای انجام کارهای سخت نه آسان، انجام کارهایی با احتمال موفقیت ۵۰ -۵۰، افزایش ترجیح رهبر گروه بودن و خوشحال شدنم از آن وضعیت از سایر گویه ها

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه‌های دیگر متأثر از توسعه گردشگری بوده‌اند.

برای تبیین اثرگذاری شاخص‌های نهادی،زیست محیطی ،اقتصادی با نتایج تحقیقات قبلی(شفیعی و همکاران ،۱۳۹۶: ۹۶) همسو و نزدیک می‌باشد. بنابراین گویه های افزایش تعداد اجاره بخشی از خانه‌ها توسط روستاییان به گردشگران،افزایش حمایت دولت (مانند بیمه، تسهیلات ارزان و ...) از سرمایه‌گذاران کوچک محلی در بخش گردشگری، افزایش سرمایه‌گذاری‌های داخلی/خارجی، افزایش تعداد شاغلان محلی در پست‌های مدیریتی گردشگری محلی، فعال شدن مکان‌های ارائه خدمات گردشگری در محل زندگی خود در طول سال، توسعه فعالیت‌های شبکه‌ای گردشگری در منطقه، تدوین و اجرای ضوابط و معیارهـای خـاص بـرای کنترل توسعه گردشگری در برنامـه‌هـا(همچـون تعـداد هتل‌ها و تخت‌هـا، اسـتانداردهای تـراکم، کنتـرل طراحی، تسهیل مراحل راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری به لحاظ زمان و هزینه، تأسیس تشکل‌های غیردولتی (مربوط به گردشگری) فعال در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما ،افزایش تعداد دفاتر گردشگری در محل زندگی یا نزدیک به محل زندگی شما،توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل (حمل‌ونقل عمومی) مناسب در محل زندگی شما ،مناسب شدن (افزایش) قیمت زمین در محل زندگی شما ،توسعه زیرساخت‌های رفاهی عمومی (حمام عمومی، سرویس بهداشتی، نمازخانه، افزایش حفاظت و نگهداری اماکن و بناهای سنتی در محل زندگی شما ،افزایش توجه به حفاظت و بهبود محیط‌زیست در بین ساکنان محل زندگی شما،کاهش آلودگی منابع طبیعی پایه (آب، خاک، هوا) افزایش (کیفیت و بهداشت) منابع خاکی موجـود در مناطق توریستی محل زندگی شما، ارتقاء کیفیت محیط جاذبه‌های گردشگری،افزایش مشارکت مردم محلی در نگهداری و مرمت جاذبه‌های گردشگری ،حفظ و توسعه میراث تاریخی (اماکن باستانی، متبرکه)، افزایش برابری فرصت‌های کسب‌وکار بین زنان و مردان روستایی، افزایش دسترسی به خـدمات و زیرسـاخت جدید در روستا (مثل دستگاه خودپرداز پول، پوزهای کارت‌خوان بانکی و ... ازنظر افراد موردمطالعه دارای اهمیت بیشتر بوده و به‌عبارتی‌دیگر این گویه بیشتر از گویه‌های دیگر متأثر از توسعه گردشگری بوده‌اند.

لذا، بر اساس نتایج به‌دست‌آمده و در جهت توسعه هرچه بخش گردشگری می‌توان پیشنهادهای زیر را عنوان نمود:

- برگزاری کلاس‌های آموزشی و فنی ـ حرفه‌ای مخصوص مناطق روستایی دارای پتانسیل گردشگری برگزار شود و این دسته از افراد موردنظر را هرچه بیشتر با پتانسیل‌ها و فرصت‌های نهان درزمینهٔ ایجاد کسب‌وکار درزمینهٔ گردشگری آشنا نمود.
- آموزش کارآفرینی و خلاقیت برای مردم عادی به‌وسیله مربیان مجرب یا کارآفرینان موفق برگزار گردد.
- برگزاری برنامه‌ها و طرح‌های توسعه مناطق روستایی موردنظر ابتداً در جهت توسعه بخش کشاورزی باشد که توسعه این بخش و کسب درآمد مناسب، ایده‌های خلاقانه در جهت کارآفرینی در سایر بخش‌ها در بین روستاییان راحت‌تر به وجود خواهد آمد.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

- پرداخت یارانه برای تولیدات و به نتیجه رساندن ایده‌های نو و اشتغال‌زایی کارآفرینان روستایی، از خلاقیت آن‌ها حمایت شود.

منابع

حسام، مهدی. و همکاران، ۱۳۹۵، **سنجش وضعیت توسعهٔ کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای بخش لاریجان شهرستان آمل)**،پژوهش‌های جغرافیای انسانی۴۸(۴): ۶۰۳-۶۱۶.

خاکساری، علی، دهقانی، معصومه، ۱۳۹۳، **ظرفیت گردشگری ماجراجویانه درکویرهای ایران با استفاده از تکنیکS.W.O.T**، ۹(۲۷): ۱-۲۲.

دسترنج، حکمت اله، کاظمی،مهدی، کرد، باقر،کمالیان، امین، روشن، سیدعلیقلی، ۱۳۹۸، **مطالعه ابعاد و مؤلفه های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش شناختی نظریه داده بنیاد(مورد مطالعه : جزیره قشم)**، فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا(برنامه ریزی منطقه ای)، ۹(۲): ۱۱۱-۹۷.

رسولی نیا، زکیه ،۱۳۹۳، **ارزیابی ظرفیت کارآفرینی در نواحی روستایی با تأکید بر گردشگری پایدار؛ مطالعه موردی دهستان جابر انصار**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه زنجان، زنجان.

رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا و همکاران. ۱۳۸۹، **فرآیند بومی‌سازی شاخص‌های توسعه پایدار گردشگری روستایی در ایران** ، پژوهش‌های روستایی، ۴: ۴۱-۱.

سپه پناه و موحدی، ۱۳۹۴، **کارآفرینی پایدار رویکردی نو در کشاورزی**، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، ۲(۱): ۱۹-۳۶.

سقایی، مهدی و جوانبخت قهفرخی، زهره ، ۱۳۹۱، **امکان‌سنجی گردشگری روستایی در خراسان شمالی (مطالعه موردی: منطقه اسفیدان). مطالعات گردشگری**، ۱(۱): ۶۲-۵۱.

شاطریان، محسن، غلامی، یونس، میرمحمدی، محمد،۱۳۹۶ ،**ارزیابی شاخص های توسعه گردشگری پایدار شهری مطالعه موردی: شهرکاشان**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۷(۴۶): ۱۹۵-۲۱۴.

شفیعی، ساناز، رجب زاده قطری، علی، حسن‌زاده، علیرضا، جهانیان، سعید،(۱۳۹۶)، **بررسی تأثیرفناوری اطلاعات بر توسعه ی پایدار مقاصد گردشگری به منظور توسعه ی گردشگری هوشمند با استفاده از رویکرد فراترکیب**، فصلنامه علمی –پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، ۷(۴): ۱۱۶-۹۶.

کاویانی، ابوطالب، رحمانی، بیژن، رضویان، محمدتقی، علیپورنخی، عباس،۱۳۹۷، **ارزیابی نقش و تأثیر توسعه‌ی فضای کسب‌وکار کارآفرینی گردشگری در جهت دست‌یابی به توسعه پایدار روستایی نمونه موردی :دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان**، فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۰(۲): ۲۷۱-۲۵۳.

محمدی، مصطفی و میرتقیان رودسری، سید محمد ، ۱۳۹۵، **کارآفرینی راهبردی مقصدهای گردشگری روستایی (مطالعه موردی: دهستان جنت‌آباد رامسر)**. جغرافیا، ۱۴(۴۹): ۲۷۶-۲۴۹.

مریدسادات، پگاه، ساعی نیا، محدثه، ۱۳۹۶، **جایگاه گردشگری در توسعه پایدار روستایی (مطالعه موردی:روستای مصر، شهرستان خور و بیابانک)**، فصلنامه توسعه پایدار محیط جغرافیایی، ۱(۲): ۸۳-۹۵.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]

[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

مودودی ارجودی، مهدی، فردوسی، سجاد، ۱۳۹۹، **شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء مقصدهای گردشگری روستایی مطالعه موردی: استان لرستان**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، مقاله آماده انتشار.

نجفی توه خشکی، پری و آزادی، سیامک، ۱۳۹۱، **اهمیت ترویج کارآفرینی در صنعت گردشگری**. کنفرانس ملی کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، بابلسر، دانشگاه مازندران.

Abrahamson, KV, (1997), **paradingm ability in s sorlin, ed the road towards sustainability. A, historical perspective Asustainable Baltic region** , the Baltic university programme, Up psala university.

Bredvold, R. Skålen, P. (2016), **Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry.** Tourism Management, Vol 56, p:96.

Crals, E. and Vereeck, L. (2004**). Sustainable Entrepreneurship in SMEs: Theory and Practice**. Conference proceedings in 3rd Global Conference on Environmental Justice and Global Citizenship, February 12-14, 2004, Copenhagen, Denmark.

Dohar Bob, M. Situmorang, I. M. (2012), **Social entrepreneurship to develop ecotourism**. International Conference on Small and Medium Enterprises Development with a Theme "Innovation and Sustainability in SME Development, pp: 398 – 405.

Hall, D., Kirkpatrick, I., Morag, M., (2005), **Rural Tourism and Sustainable Business, Channel View Publications**, Clevedon.

Hall, J. K., Gregory, D. A., & Michael, J., (2010). **Sustainable development and entrepreneurship: past contributions and future directions**, Journal of Business venturing, 25,439-448.

Hall, Jeremy.K, Daneke Gregory .A, Lenox, Michael .J, (2011), **Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions**, Journal of Business Venturing 25 (2011) 439–448.

Hockerts, K. and 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.

Jafar, M. Abdul-Aziz, A. R. Maideen, S. A. Mohd, S. Z. (2011), **Entrepreneurship in the Tourism Industry: Issues in Developing Countries**, International Journal of Hospitality Management, 30 (4), pp: 827-835.

Jamshidi, A. R.; Jamini, D.; Ghanbari, U.; and Toosi, R.; Pesaraklo, M. (2015). [**Factors affecting the entrepreneurship development in agricultural production cooperatives Minodasht Township (Persian)]**. Geographical Planning of Space Quarterly Journal, 5(15): 211.

Liu, A., (2006). **Tourism in rural areas: Kedah, Malaysia**. Tourism Manage. Vol.27, pp. 878-889.

Lordkipanidze, M., Brezet, H., Backman, M., (2005), **The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development**, Journal of Cleaner Production No.13,PP. 787- 798.

Lumsdon, L (1997). "**Tourism marketing international Thomson Business** press London.Vol1, pp 1-18.

Marques, J. and N. Santos (2016). "**Developing business tourism beyond major urban centres: the perspectives of local stakeholders**." Tourism and Hospitality Management 22 (1): 1-15.

Pamučar, D. G. Ćirović and D. Sekulović (2015). "**Development of an integrated transport system in distribution centres: A FA'WOT analysis**." Technical Gazette 22(3): 649-658.

Schaltegger, S. and Wagner, T. (2008). **Types of Sustainable Entrepreneurshipand Conditions for Sustainability Innovation: From the Administration of aTechnical**

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]
[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]

Challenge to the Management of an Entrepreneurial Opportunity. InR. Wüstenhagen, J. Hamschmidt, S. Sharma, and M. Starik (Eds.) SustainableInnovation and Entrepreneurship. Glos: Edward-Elgar. 27-48.

Tian, M., Q.-w. Min, W.-j. Jiao, Z. Yuan, A. M. Fuller, L. Yang, Y.-x. Zhang, J. Zhou and B.Cheng (2016). "**Agricultural Heritage Systems Tourism: definition, characteristics and development framework**." Journal of Mountain Science 13 (3): 440-454.

UN, World Urbanization Prospects, The (2014), **Revision, highlights**.

UNTIED NATIONS IN IRAN, (2015). **http://un.org.ir/index.php/un-offices-in-iran 2015**.

UNWTO, (2017), **2017 is the International Year of Sustsinable Tourism for Development, Availble at**: http://media, unwto.org/press-release/207-01-03/2017-international-year-sustainable-tourism development (4 February 2017).

Zahra, S.A. Gedajlovic, E. Neubaum, D.O. Shulman, J.M. (2009). **A typology of social entrepreneurs: motives, search processes and ethical challenges**. Journal of Business Venturing. 24: 519-532.

www.amar.org.ir.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.22287736.1400.21.60.18.4]

[DOI: 10.52547/jgs.21.60.399]