فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، ویژه‌نامه گردشگری روستایی، زمستان ۱۳۹۶
صفحات ۵۸-۴۵

تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری روستایی استان البرز

طیبه نیک‌رفتار*؛ عضو هیأت علمی دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
زهرا نصرتی‌فر؛ کارشناسی ارشد کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۲/۶ پذیرش نهایی: ۱۳۹۶/۱۱/۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی، به شناخت امکان راه‌اندازی کسب و کارهای مرتبط با این حوزه پرداخته است. از نظر هدف کاربردی و از نظر روش آمیخته است. جامعه آماری در مرحله کیفی شامل خبرگان حوزه گردشگری به تعداد ۲۰ نفر بوده که با شیوه گلوله برفی انتخاب شده است. روش تحلیل داده‌ها در این مرحله کدگذاری در سه گام کدگذاری اولیه، کدگذاری باز و کدگذاری محوری بوده است. در مرحله کمّی، پرسشنامه‌ای تهیه و در اختیار ۱۰۸ نفر از متخصصان و کارآفرینان قرارگرفته است. با استفاده از تحلیل عاملی مدل تأیید شد و با استفاده از آزمون فریدمن فرصت‌های کارآفرینانه اولویت‌بندی گردید. نتایج نشان داد در روستاهای استان البرز فرصت‌های کارآفرینی در راستای جاذبه‌های طبیعی و تفریحی در اولویت قرار دارد و بعد از آن گردشگری بومی و سوغات و صنایع دستی قرار دارد. همچنین اینکه، راه اندازی جاده‌های طبیعت‌گردی و راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی از مهم‌ترین فرصت‌های شناسایی شده جهت راه‌اندازی کسب‌وکار در حوزه گردشگری روستایی است.

واژگان کلیدی: گردشگری روستایی، کارآفرینی روستایی، کسب وکار روستایی، استان البرز.

* nikraftar@ut.ac.ir

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

۱) مقدمه

برای رشد و توسعه اقتصادی هر کشوری، نیاز به رشد همه جانبه در صنایع گوناگون است که از این صنایع خوش آتیه در کشورما، صنعت گردشگری است. گردشگری از مهم‌ترین بخش‌ها و از عوامل اصلی سهیم در رونق اقتصادی بسیاری از کشورها به خصوص کشورهای در حال توسعه است (Jaafer et al, 2011: 827). در چشم انداز ۲۰ ساله سازمان جهانی گردشگری، پیش بینی شده که شرق آسیا و اقیانوسیه، جنوب آسیا، خاورمیانه و آفریقا با رشد متوسط سالیانه‌ای بیشتر از ۵ درصد در مقایسه با ۱/۴ درصد رشد متوسط جهانی بیشترین میزان رشد را به خود اختصاص دهند (جدول آماری سازمان توریسم جهانی، ۲۰۱۴). همچنین طبق ارقام ارایه شده، سهم صنعت گردشگری و درآمد حاصل از فعالیت در بخش های مختلف صنعت گردشگری بیش از ۵ درصد در کل GDP جهان سهم است (سازمان توسعه جهانی UNDP وابسته به سازمان ملل متحد). براساس گزارش سازمان جهانی جهانگردی (UN WTO) در سال ۲۰۱۴ میلادی درآمد حاصل از گردشگران خارجی در مقاصد گوناگون گردشگری در سطح جهان شامل سکونتگاه، غذا و نوشیدنی، سرگرمی، خرید و دیگر خدمات و کالاها در سال ۲۰۱۳ به رقم تخمینی ۱۱۵۹ میلیارد دلار ارتقاء یافته است.

گردشگری روستایی نیز به عنوان شکلی از صنعت گردشگری می‌تواند نقش عمده‌ای در توانمندسازی مردم محلی و تنوع‌بخشی به رشد اقتصادی و نیز خلق فرصت‌های شغلی جدیدی در ارتباط با سایر بخش‌های اقتصادی ایفا نماید. گردشگری روستایی منبع با ارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد است و می-تواند وسیله مهمی برای توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی باشد و در بسیاری از کشورها با سیاست کشاورزی در ارتباط است و غالباً وسیله‌ای در جهت حمایت از محیط زیست و فرهنگ روستایی است (منشی‌زاده و نصیری،۱۳۸۰: ۵۳). بنابراین توسعه گردشگری در نواحی روستایی از یک طرف می-تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی و بستر و زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی باشد و از طرف دیگر وسیله‌ای برای تحرک رشد اقتصادی ملی (از طریق غلبه بر انگاره‌های توسعه نیافتگی و بهبود استانداردهای زندگی مردم محلی) به حساب آید؛ در حقیقت، گردشگری روستایی می‌تواند خالق یا محرک یک فرآیند توسعه یافتن برای حصول به پایداری در نواحی روستایی و نیز پایداری جوامع محلی در کلیه زیرشاخه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین خود صنعت گردشگری باشد (شریف زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱: ۵۲).

امروزه صنعت گردشگری روستایی به عنوان یک راهبرد می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی، نقش مؤثری در توسعه و تنوع بخشی به اقتصاد منطقه‌ای برعهده داشته باشد (بهرامی و همکاران،۱۳۹۰: ۷۰). به همین منظور باید درپی فرصت‌های کسب وکار در مناطق روستایی کشور بود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

فرصت کسب و کار را می‌توان «شانس برآورده کردن نیازهای ارضا نشده در جایی که تقاضای کافی برای برآورده کردن آن نیاز با ارزش وجود داشته باشد» دانست. این نیاز ممکن است یک نیاز واقعی، خواسته و یا تقاضا باشد (Hulhert et al., 1997: 70). در واقع فرصت‌ها می‌توانند برای افراد، سازمان‌های غیرانتفاعی، کسب وکارهای نوپا، شرکت‌های کوچک و متوسط، سازمان‌های بزرگ و دولت به وجود آید. شناسایی فرصت را به عنوان: الف) درک امکان برای ایجاد کسب و کار جدید و ب) پیشرفت موقعیت کسب و کار موجود، بیان می‌کنند که در هر دو حالت به ایجاد سودبالقوه منجر می‌شود.

بنا به عقیده کریستنسن و پترسون[1] (۱۹۸۹)، با بررسی فرصت‌های صنعت گردشگری می‌توان چالش‌ها، فرصت‌های بالقوه و بالفعل و تهدیدات پیش روی این صنعت را شناسایی کرد تا بتوان با شناسایی بهنگام این عوامل نقش پر رنگ‌تری در توسعه کسب وکارهای گردشکری و توسعه اقتصادی کشور داشت.

استان البرز با وسعت ۵۱۲۱.۶۹۴ کیلومترمربع در دامنه رشته کوه‌های البرز مرکزی واقع شده است. جمعیت استان حدود ۲/۵ میلیون نفر است که مرکز آن شهر کرج است. این شهر سومین شهر پرجمعیت ایران پس از تهران و مشهد به شمار می‌آید. آب و هوای این استان تحت تأثیر سلسله کوه‌های البرز، دارای زمستان‌های سرد و تابستان‌های معتدل است. جنوب استان به دلیل مجاورت با دشت، آب و هوای خشک و گرم دارد و این ویژگی خاص این منطقه به شمار می‌رود که از یک سو به رشته کوه‌های پر برف البرز می‌رسد و از سوی دیگر به حاشیه یکی از خشک‌ترین بیابان‌های ایران منتهی می‌شود. این استان دارای ۵ شهرستان، ۱۱ بخش، ۱۶ شهر، ۲۵ دهستان و ۴۵۸ روستا است و دارای پتانسیل‌های بالقوه گردشگری است که فرصت‌هایی خوش آتیه در زمینه راه‌اندازی و توسعه کسب وکارها، در این بخش را نوید می‌دهد(پورتال مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴). روستاییان در استان البرز با مشکلاتی همچون بیکاری، بهره‌وری پایین کشاورزی، مهاجرت روزافزون به شهرها و حاشیه‌نشینی مواجه‌اند که توسعه گردشگری روستایی می‌تواند در جهت رفع این معضلات مؤثر باشد و باعث تجدید حیات این روستاها شود. هدف این پژوهش شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی در استان البرز با توجه پتانسیل-های موجود استان است.

۲) مبانی نظری

گردشگری روستایی در دنیای امروز از بخش‌های مهم فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌گردد. این فعالیت مهم اقتصادی از دیدگاه‌های مختلفی مورد توجه قرار گرفته است. بعضی آن را به عنوان بخشی از بازار گردشگری می شناسند و عده‌ای نیز آن را سیاستی برای توسعه روستایی قلمداد می‌کنند. در دهه

[1] Christensen & Peterson

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

پایانی قرن بیستم، بسیاری از برنامه‌ریزان اجتماعی و اقتصادی در کشورهای اروپایی گردشگری را روشی مطمئن با چشم‌اندازی بسیار روشن برای توسعه روستاها به‌ویژه محروم‌ترین آن معرفی کرده‌اند. مطالعات انجام شده در کشورهای فرانسه، اتریش، سوییس، انگلستان، ایرلند، تایلند و ژاپن نشان می‌دهد که گردشگری روستایی به سرعت در اقتصاد روستایی رشد کرده و مکمل فعالیت های کشاورزی شده است.

ماهیت صنعت گردشگری ایجاد اشتغال و درامد، متنوع‌سازی اقتصاد، مشارکت اجتماعی و استفاده از منابع محلی است. از آنجا که بخش اعظم مشکلات عقب ماندگی و توسعه نیافتگی روستایی نیز به فقدان این صنعت برمی‌گردد، گردشگری روستایی با حل مسایل و مشکلات فوق می‌تواند به توسعه روستایی کمک نماید. باتوجه به اهمیت گردشگری روستایی به عنوان یک فعالیت گسترده گردشگری و تأکید روزافزون به آن در سیاست‌های توسعه محلی و منطقه‌ای، بدیهی است که تعریف مشترک و قابل قبولی از گردشگری روستایی نمی‌تواند وجود داشته باشد؛ باید پذیرفت که ویژگی‌های متمایزی از قبیل فعالیت‌ها و موقعیت‌های ویژه، گردشگری روستایی را از سایر بخش‌های گردشگری جدا می‌کند (منشی‌زاده و نصیری، ۱۳۸۰: ۸)

دات، گردشگری روستایی را این گونه تعریف می‌کند: «فعالیتی چندوجهی که در محیطی خارج از شهر صورت می‌گیرد و به گردشگران ماهیت زندگی روستایی را نشان می‌دهد». آپرمان نیز می‌گوید: «گردشگری روستایی به فعالیت‌های مزرعه‌ای و غیرمزرعه‌ای گفته می‌شود که در جوامع و نواحی روستایی انجام می‌شود، اما فعالیت‌های تفریحی بیرونی مانند پارک‌های موضوعی و نواحی حیات وحش را شامل نمی‌شود (قادری،۱۳۸۳: ۲۲).

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که با بسیاری از الگوهای دیگر گردشگری پیوند دارد و وجه مشخصه آن استقرار در نواحی روستایی است (رضوانی، ۱۳۸۷: ۲۵). از دیدگاه وسیع‌تر می‌توان گردشگری روستایی را دربرگیرنده دامنه‌ای از فعالیت‌ها و خدمات مربوط به تفریح و آرامش گردشگران دانست که به وسیله کشاورزان و مردم روستایی برای جذب گردشگران به مناطق خود و به منظور کسب درآمد صورت می‌گیرد (رضوانی به نقل از کانن [1]، ۱۳۸۷: ۲۷). گردشگری روستایی آن نوع از گردشگری است که مقصد آن خارج از محدوده شهرها است و عزماً قلمرو روستایی تعریف می‌شود (قاسمی، ۱۳۸۸: ۲۰۱). درکل گردشگری روستایی، گردشگری زراعی و کشاورزی را دربرمی‌گیرد و به تبع آن ارایه خدماتی نظیر اسکان، پذیرایی، امکانات و وسایل سرگرمی و تفریح، برپایی جشن‌ها و مراسم محلی، تولید و فروش صنایع دستی و محصولات کشاورزی به گردشگران را شامل می‌شود (شریف زاده و مرادنژاد، ۱۳۸۱: ۵۴).

[1] Cannon

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

گردشگری به اندازه کافی جدید، آشفته و بی قاعده بوده تا مورد توجه کارآفرینان نوآور قرار گیرد. روستاهای ایران با توجه به جاذبه‌هایی که دارد، مکان مناسبی برای کارآفرینان هستند تا از فرصت‌های موجود استفاده کنند و دست به فعالیت‌های اقتصادی بزنند. برای کشف فرصت در زمینه گردشگری روستایی می‌توان روی حوزه های فرصت گردشگری شامل: حوزه‌های اقامتی، سیاحتی، عمومی، حمل و نقل، مالی، تجاری، فرهنگی، سلامت، اداری تمرکز نمود (عباسی و ممیز، ۱۳۹۱: ۹).

امروزه صنعت گردشگری از مهم‌ترین بخش هایی است که در اقتصاد هر کشوری در زمینه اشتغال زایی و کسب درآمد می‌تواند تأثیرگذار باشد. توسعه گردشگری مسیر و روشی برای توسعه اقتصاد محلی است (Thomas et al, 2007). از شناخته شده‌ترین راهبردهای توسعه روستایی گردشگری و فرصت‌های مربوط به آن در زمینه کارآفرینی است. شناسایی فرصت یکی از مؤلفه‌های کلیدی فرآیند کارآفرینی و یکی از عوامل اساسی در بقا و توسعه به‌شمار می‌رود (فیض بخش، ۱۳۷۸: ۱). روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌توانند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۷۰).

کارآفرینی با شناسایی فرصت‌های مختلف در زمینه‌های متفاوت و با ایجاد و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط زمینه را برای متنوع‌سازی اقتصاد روستایی فراهم می‌سازد. کارآفرینی با شناسایی فرصت‌های مختلف در زمینه‌های متفاوت و با ایجاد و توسعه بنگاه‌های کوچک و متوسط، زمینه را برای متنوع‌سازی اقتصاد روستایی هموار می‌سازد. بدون تردید روستاها نیازمند یافتن راه‌حل‌ها و روش‌های جدید مقابله با مشکلات است که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات، فرآیندها و روش‌های جدید بستگی دارد. برای نیل به این اهداف، مدیران باید به نقش‌هایی روی آورند که متناسب با شرایط محیطی باشد (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳: ۲۷۵). در مورد گردشگری روستایی تحقیقاتی انجام شده که به اجمال در جدول زیر به آن اشاره شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۱): مروری اجمالی بر مطالعات مشابه خارجی

محقق	سال	نتایج
بورواداکو[1]	۲۰۱۴	نتایج حاکی از آن است که رابطه معنا داری میان پیش بینی درست شرکت ها و نگرش آنها وجود دارد.
ممیز و دیگران	۲۰۱۳	نتایج تجزیه و تحلیل پرسشنامه نشان داد که فرصت های کارآفرینی در زمینه های خاصی از جمله آموزش شهروندی، تحقیق و مطالعه، فرهنگ، بهداشت، ورزش، رفاه و مشارکت اجتماعی، صنایع دستی، مشاغل میکرو و خانگی، شاغل شدن بانوان، برنامه ریزی شهری و توسعه فرهنگی و اجتماعی وجود دارد.
لنر و کانیسکاس[2]	۲۰۱۲	در گام اول این مقاله به شناسایی، تدوین و تحلیل مقالات از طریق کارآفرینی اجتماعی می پردازد،در مرحله دوم، روش های آماری در نتایج بدست آمده به همبستگی در میان مکاتب مختلف فکری در شناسایی فرصت و کارآفرینی اجتماعی دارند.
اسدی و دریایی	۲۰۱۲	نتایج نشان می دهد که توسعه این صنعت یک نیاز اساسی است. تقویت جوامع روستایی و محلی از طریق آموزش و مدیریت جاذبه های گردشگری روستایی و تعامل مناسب با گردشگران از الزامات مهم برای توسعه گردشگری روستایی است.

۳) روش تحقیق

این پژوهش از منظر گردآوری داده‌ها پژوهشی آمیخته و از حیث هدف، توسعه‌ای وکاربردی است. روش این تحقیق مبتنی بر دو بخش زیر بوده است:

بخش کیفی: در این مرحله به گردآوری داده‌ها از طریق داده‌های رسمی، ثبتی و آماری پرداخته و به مشاهده منطقه مورد نظر، مطالعه متون و گزارش‌ها و بررسی اخبار روز پرداخته شده است. از طریق مصاحبه (با هدف رسیدن به اشباع در مورد ابعاد مختلف موضوع مورد نظر) با خبرگان حوزه گردشگری روستایی و افرادی که در جامعه آماری پژوهش مورد نظر مصاحبه انجام شد و با بهره‌گیری از نتایج مطالعات علمی مرتبط، به شناسایی وضعیت موجود و در نهایت عوامل مؤثر پرداخته شد. سپس برای تحلیل معنای یافته‌های حاصل از مرحله‌ی اول، با تحلیل نتایج علمی مرتبط، با استفاده از داده‌ها و اطلاعات حاصل از کدگذاری، مقولات اصلی و فرعی مؤثر بر کسب‌وکارهای گردشگری روستایی در استان البرز به دست آمد و فرصت‌هایی برای فعالیت‌های کارآفرینی شناسایی شد. در این بخش از روش نمونه گیری گلوله برفی استفاده گردید تا اشباع نظری حاصل شد. این نمونه شامل خبرگان صنعت گردشگری متشکل از فعالان و کارشناسان صنعت گردشگری، مسئولان آشنا به بسترهای گردشگری در استان البرز، کارآفرینانه و صاحبان کسب وکارهای حوزه گردشگری روستایی استان بوده است. در این مرحله از ۳۰ خبره مصاحبه به عمل آمد.

بخش کمی: پس از تکمیل مرحله کیفی، پرسشنامه‌هایی مشتمل بر این ابعاد و عوامل در میان ۱۰۸ نفر از خبرگان، فعالان و کارشناسان صنعت گردشگری روستایی، مسئولان آشنا به بسترهای استان البرز، کارآفرینان، بومیان و گردشگران روستاهای استان البرز و صاحبان کسب وکارهایی که در حوزه گردشگری

[1] Borodako
[2] Lehner & Kaniska

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

روستایی در این استان فعالیت می‌کنند، توزیع شد. حجم نمونه آماری پژوهش ۱۵۰ نفر با استفاده از فرمول کوکران به دست آمد. در این پرسشنامه از افراد خواسته شده بود بر اساس طیف لیکرت ۵ گزینه-ای، میزان اهمیت هر کدام از فرصت‌های شناسایی شده در حوزه کسب‌وکارهای گردشگری روستایی استان البرز بر اساس گزینه‌های این طیف (شامل بسیار زیاد، زیاد، متوسط، کم و بسیار کم) مشخص کنند. داده‌های حاصل از نظر سنجی وارد نرم افزار SPSS شده و به کمک آن ضریب آلفای کرونباخ برای هریک از عوامل برای هریک از ابعاد موجود در پرسشنامه تعیین گردید. سپس با بهره‌گیری از نرم افزار Smart PLS ضرایب بارهای عاملی متغیرهای پرسشنامه محاسبه گردید و بر اساس آن متغیرهای دارای بار عاملی کمتر از ۰/۴ حذف گردید. برای اولویت‌بندی فرصت‌های شناسایی شده در حوزه گردشگری روستایی در نمونه مورد مطالعه از آزمون فریدمن استفاده شد و با استفاده از این آزمون، براساس امتیازات داده شده، ابعاد کلی و عوامل آن برای این گروه اولویت‌بندی گردید.

۴) یافته‌های تحقیق

در این تحقیق پژوهشگر بعد از مصاحبه ها و مرور متون طی سه مرحله داده‌های به دست آمده را طبقه‌بندی کرد. ابتدا گزاره‌های کلامی مصاحبه‌های استخراج شد، سپس از بین آن، گزاره‌های کلامی مشابه، کدهای باز و کدهای مشابه، کدهای محوری را تشکیل داده است. برای نمونه جدول ۲ کدگزاری‌ها را نشان می‌دهد که برای پرهیز از طولانی شدن، فقط بخشی از جدول ارائه شده است.

جدول شماره (۲): نمونه‌ای از کدگذاری‌ها

نمونه ای از گزاره‌های کلامی	کد مصاحبه شونده	کدگذاراری باز
مردم این روستا عموما زندگی خود را از طریق کشت غلات، گردو، میوه، پرورش زنبورعسل، تولید لبنیات، دامداری، جاجیم و شالبافی می‌گذرانند.	F9	داشتن محصولات و سوغاتی های متنوع
این روستا دارای ۱۵ چشمه است که آب آنها خواص درمانی بسیاری دارد.	F10	داشتن چشمه های متعدد
در مسیر این روستا آبشاری وجود دارد که به علت ارتفاع بالا و زیبایی فراوان، گردشگران زیادی را به خود جذب می‌کند. دراین روستا چشمه‌ای قرار گرفته که در تمامی فصول سال دارای آب است.	F11	داشتن آبشارهای متعدد
خروجی آب سد باعث شده این روستا به شکل شبه جزیره‌ای نمایان شود. خوزنکلا دارای زمستان‌های سرد و تابستان‌هایی با پوشش سبز و پرگل است.	F12	امکان پذیرش کردشگر در تمام طول سال

در مرحله بعد موارد مشابه دسته‌بندی شده و موارد تکراری حذف گردید. جدول ۳ نشان دهنده مقوله‌های شناسایی شده و نمونه کدگذاری های اولیه است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۳): مقوله‌های شناسایی شده و کدگذاری‌های اولیه

مقولات فرعی	مقولات اصلی
جاذبه های مبتنی بر طبیعت روستایی	جاذبه های طبیعی و تفریحی
بهره برداری از جاذبه های ورزشی	
استفاده از حیات وحش به عنوان جاذبه گردشگری	
بهره برداری از فرصت نزدیکی به پایتخت	
جاذبه های تاریخی و زیارتی	
پذیرش فصلی گردشگران	
جاذبه های طبیعی چهار فصل	
دسترسی آسان به روستاها و جاذبه ها	
گردشگری ماجراجویانه	
توجه به تولیدات، سوغات و صنایع دستی متنوع مناطق روستایی	سوغات و صنایع دستی
بهره برداری از فرصت های کسب درآمد از طریق سوغات و صنایع دستی	
برگزاری بازارچه های محلی و آموزش ساخت صنایع دستی	
نبود یا کمبود بازارچه های گردشگری روستایی در کانون های گردشگری مستعد	
برگزاری جشنواره های متنوع روستایی – محلی صنایع دستی و سوغات	
امکان تجربه کردن سبک زندگی روستایی	گردشگری بومی، دهکده ای و تجربه زندگی روستایی
امکان تجربه کشاورزی و باغبانی در مزارع	
الزام بهره گیری از نیروی متخصص و خلاق در روستاها	
مشارکت زنان در فعالیت های مرتبط با گردشگری	
لزوم خلاقیت بومیان در راه اندازی کسب و کار و کسب درآمد	
ایجاد فرصت اشتغال وجلوگیری از مهاجرت روستاییان	

با توجه به اطلاعات حاصل از دو فاز اول پژوهش، فرصت‌هایی جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینی شناسایی گردید که در جدول ۴ زیر آمده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جدول شماره (۴): فرصت‌های کارآفرینانه شناسایی شده

ابعاد	فرصت‌های گردشگری روستایی
فرصت‌های سیاحتی و جاذبه-های طبیعی و تفریحی	راه اندازی جاده های طبیعت گردی
	احداث منطقه حفاظت شده حیوانات(ارتباط نزدیک انسان با حیوان در کنار مربیان مجرب)
	جاذبه های ورزشی (گسترش سوارکاری، نگهداری و پرورش اسب، گسترش ورزش‌های آبی مانند قایقرانی و ماهیگیری)
	راه اندازی تورهای گردشگری ماجراجویانه و هیجان انگیز
	تور بازدید از روستاهای متروکه قدیمی و خالی از سکنه
	تور بازدید از آبشارها، چشمه ها و مکان های بکر و دست نخورده
فرصت های سوغات و صنایع دستی	برگزاری بازارچه های فروش سوغات و صنایع دستی روستایی
	برگزاری کلاس های آموزش صنایع دستی توسط زنان روستا
	احداث مکان های دائمی فروش محصولات روستایی(لبنیات، نان، محصولات باغی، میوه و...)
	احداث کارگاه‌های بسته بندی محصولات روستاها
گردشگری بومی، دهکده‌ای و تجربه زندگی روستایی	راه اندازی خانه‌های روستایی با جزییات زندگی روستایی امکان پخت غذا و نان محلی توسط گردشگران
	امکان تجربه کشاورزی در مزارع، باغداری و چیدن میوه
	راه اندازی خانه‌های روستایی با جزییات زندگی روستایی

برای بررسی و تأیید سازه اصلی پژوهش از فرمان Bootstrapping نرم افزار Smart PLS استفاده شد که خروجی حاصل ضرایب t را نشان می‌دهد. وقتی مقادیر t در بازه‌ی بیشتر از ۱/۹۶باشد، بیانگر معنادار بودن پارامتر مربوطه و متعاقباً تأیید فرضیهٔ اصلی پژوهش است. همان گونه که جدول نشان می‌دهد، همه سازه‌های اصلی ضرایب t آن بالای ۱/۹۶ بوده که مبین تأیید ساختار اصلی پژوهش است.

جدول شماره (۵): بارهای عاملی شناسایی شده

ابعاد	نام اختصاری فرصت	بار عاملی
فرصت های سیاحتی و جاذبه های طبیعی و تفریحی	Siahat1	۳/۴۸
	Siahat2	۲/۹۲
	Siahat3	۳/۲۵
	Siahat4	۶/۸۴
	Siahat5	۱/۸۱
	Siahat6	۳/۶۹
	Siahat7	۷/۰۳
فرصت های سوغات و صنایع دستی	Soghat1	۶/۶۹
	Soghat2	۱۳/۴۱
	Soghat3	۴/۹۳
	Soghat4	۲/۵۱
گردشگری بومی، دهکده ای و تجربه زندگی روستایی	Boomi1	۴/۰۲
	Boomi2	۴/۱۳
	Boomi3	۴/۰۴

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

برای اولویت‌بندی فرصت‌های شناسایی شده از آزمون فریدمن استفاده شد که نتایج این آزمون در جدول (۶) گزارش شده است.

جدول شماره (۶): نتیجه آزمون فریدمن برای ابعاد کلی فرصت‌های شناسایی شده در حوزه گردشگری روستایی

آماره آزمون فریدمن(کای دو)	تعداد نمونه	درجه آزادی	سطح معنا داری	نتیجه آزمون
۲/۱۴	۱۰۸	۶	۰/۰۰	رد فرض صفر

با توجه به جدول فوق و نیز سطح معناداری آزمون که کمتر از ۰/۰۵ بوده، فرضیه پژوهش که عبارت است از اهمیت ابعاد با یکدیگر متفاوت است مورد تأیید قرار می‌گیرد. از آنجا که دریافتیم اهمیت ابعاد با یکدیگر تفاوت دارد، با استفاده از آزمون فریدمن به اولویت‌بندی فرصت‌های شناسایی شده در حوزه کسب‌وکارهای گردشگری استان البرز پرداخته شده است. در جدول ۷ نتایج اولویت‌بندی ابعاد قابل ملاحظه است:

جدول شماره (۷): اولویت‌بندی ابعاد اصلی فرصت‌های موجود در گردشگری روستایی بر اساس آزمون فریدمن

اولویت	ابعاد اصلی فرصت‌های موجود در گردشگری روستایی	میانگین نمره
۱	فرصت های سیاحتی و جاذبه های طبیعی و تفریحی	۶
۲	گردشگری بومی، دهکده ای و تجربه زندگی روستایی	۵/۱۵
۳	فرصت های سوغات و صنایع دستی	۴/۶۳

۵) نتیجه‌گیری

بنا به یافته‌های تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که فرصت‌های فراوانی در بخش جاذبه‌های طبیعی و تفریحی و گردشگری بومی در استان البرز وجود دارد. در مصاحبه‌ها مسئولین، صاحبان خدمات و برخی از آگاهان روستایی، فصلی بودن جاذبه‌ها را از موانع توسعه گردشگری برشمرده‌اند و از دلایل این تصور، ناآشنایی این افراد با صورمختلف گردشگری است؛ زیرا روستاهای مورد مطالعه با توجه به وجود مناطق کوهستانی، برف‌گیر بودن و همجواری با دشت‌های پهناور می‌تواند در فصل سرد سال، هم در صورت تأمین امکانات، خدمات و تبلیغات لازم مورد بهره‌برداری قرار گیرد. در این راستا ویلیام در کتاب جغرافیای گردشگری (۲۰۰۳) می‌گوید که «موفقیت گردشگری به عنوان یک منبع تأثیرگذار در رشد اقتصادی، وابسته به وجود انواع جاذبه‌های طبیعی و اقتصادی اجتماعی مقصد بوده و ضعف در جاذبه‌ها مانع گسترش گردشگری می‌شود» (Williams, 2003: 148). همچنین جعفری نیز جاذبه‌ها را فراتر از یک مکان یا رویداد برای تماشا می‌داند و معتقد است موفقیت سیستم گردشگری، درگرو وجود انواع

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

جاذبه‌ها در مقصد است (Jaafari, 2000: 37). شناخت جاذبه‌ها بر اساس میزان جذب گردشگر یکی از مسائل اساسی صنعت گردشگری است(قاسمی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۷۳). در استان البرز، راه‌اندازی جاده-های طبیعت‌گردی و راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی از مهم‌ترین فرصت‌های شناسایی شده جهت راه‌اندازی کسبوکار در حوزه گردشگری روستایی است. در مطالعات مشابه به این نکته که بهره‌برداری ناچیز و نامناسب از مقوله سوغات و صنایع دستی باعث عدم رشد و شکوفایی اقتصاد روستا می‌گردد (Mellgren, 2007; Cater & Lowman, 1994; Baumol & Oates, 1997). به همین منظور برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها بایستی اقدام به تبلیغ و بازاریابی از طریق برگزاری جشنواره‌ها و راه‌اندازی بازار های محلی برای این محصولات نمود (Sharphly, 2006) و از طرف دیگر برنامه‌ریزی برای بسته‌بندی و توزیع مناسب‌تر محصولات به همکاری و مشارکت اعضای روستا نیاز دارد که این امر منجر به افزایش اشتغال و درآمدزایی برای روستاییان می‌گردد (Breidenhann& Wickens, 2004; Fossati& Panella, 2000;Giaoutzi& Nijkamp, 2006; Lee& Chang, 2008).

امروزه رسیدن به توسعه روستایی از دغدغه‌های دولت‌ها به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه است (عنابستانی و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۵۵). در واقع توسعه گردشگری روستایی می‌تواند باعث کاهش فقر و رونق بخشیدن به اقتصاد منطقه شود (مطیعی‌لنگرودی و کاتب ازگمی، ۱۳۹۶: ۱۴). پیشنهاد می‌گردد تحقیقات آتی در مقیاس وسیع‌تر و در روستاهای ایران انجام گردد و فرصت‌های گردشگری در این روستاها شناسایی گردد. همچنین آسیب‌شناسی در مورد موانع توسعه کارآفرینی در روستاهای ایران نیز انجام پذیرد.

۶) منابع

- بهرامی، رحمت الله، کیومرث حبیبی و رضا قادری، (۱۳۹۰). **برنامه ریزی استراتژیک‌توسعه‌گردشگری روستایی (مطالعه‌موردی: مناطق روستایی استان کردستان)**. دو فصلنامه پژوهش های‌بوم شناسی‌شهری، سال دوم،شماره سوم، صص. ۷۴-۶۱
- رضوانی، محمدرضا و مهرنوش مرادی، (۱۳۹۱). **امکان سنجی توسعه گردشگری روستایی با رویکرد سیستمی در روستاهای حاشیه کویر میقان اراک**. .فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال اول، شماره۲، صص.۱۵-۴۰.
- شریف زاده، ابوالقاسم و همایون مراد نژاد، (۱۳۸۱). **توسعه پایدار و توریسم روستایی**، ماهنامه اقتصادی جهاد، شماره ۲۵۰.صص. ۴۷ - ۶۱.
- عنابستانی، علی اکبر، جمشید عینالی ، احمد رومیانی، (۱۳۹۶). **عوامل مؤثر بر رضایت گردشگران از فضای گردشگری روستایی در ناحیه خرقان شهرستان بوئین زهرا**. نشریه اقتصاد فضا و توسعه روستایی. سال ششم، شماره ۲، پیاپی ۲۰. صص. ۱۷۲-۱۵۵.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- فیض بخش، هوشنگ، (۱۳۷۳). **صنعت جهانگردی در ایران و جهان**، تهران: مرکز عالی خدمات جهانگردی و اطلاعات.
- فیض بخش، هوشنگ، (۱۳۷۳). **صنعت جهانگردی در ایران و جهان**، تهران: مرکز عالی خدمات جهانگردی و اطلاعات.
- قادری، زاهد، (۱۳۸۳). **اصول برنامه ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی**. انتشارات سازمان شهرداری ها و دهیاری ها.
- قاسمی، ایرج، (۱۳۸۸). **برنامه ریزی حوزه های گردشگری**. انتشارات بنیاد مسکن انقلاب اسلامی.
- قاسمی، علی، مهرداد نوابخش، پرویز کردوانی، (۱۳۹۶). **اولویت بندی مقاصد گردشگری پیرامونی کلان‌شهرها مورد: حومه های ییلاقی شمال تهران**، نشریه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ششم، شماره ۲، پیاپی ۲۰، صص. ۱۸۷-۱۷۳.
- کریم زاده، حسین، محمدرضا نیکجو، میرستار صدرموسوی و حسین کوهستانی، (۱۳۹۱)، **شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد فرصت های کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SME)** ، جغرافیا و برنامه ریزی محیطی سال ۲۵، پیاپی۵۴، شماره۲: صص.۲۶۹-۲۹۰
- مطیعی لنگرودی، سید حسین و زهرا کاتب ازگمی، (۱۳۹۶) . **پیامدهای اقتصادی توسعه فعالیت های گردشگری روستایی در شهرستان بندر انزلی مورد: دهستان لیچارکی حسن رود** ، اقتصاد فضا و توسعه روستایی، دوره۶، شماره ۲۱، صص ۱-۱۶.
- ممیز، آیت اله، مهدی عباسی و سیده عاطفه قاسمی، (۱۳۹۱). **آینده فرصت های کارآفرینی در حوزه زمین گردی مطالعه موردی؛ منطقه جلفا**، نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی سال دوازدهم، شماره ۲۶. صص. ۷-۲۲.
- منشی زاده، رحمت الله و فاطمه نصیری، (۱۳۸۰)، **گردشگری روستایی**. نشر منشی.
- Asadi , R ., Daryaei , M, (2003), **Strategic Planning of Rural Tourism in Iran** , Journal of Basic and Applied Scientific Research.
- Baumol, w.j. and w.e. oates, (1997), **economics, environmental policy and quality of life.englewood cliffs**, new jersey, usa:prentice hall.
- Borodako , K , (2014), **Key Foresight Attributes of Tourism Companies in the City of Krakow and the Region**, International Journal of Tourism Research, Int. J. Tourism Res., 16: 282–290 .(2014). Published online 13 December 2012 in Wiley Online Library (wileyonlinelibrary.com) DOI: 10.1002/jtr.1927.
- Breidenhann, j., & wickens, E., (2004), **tourism routes as a tool for the economic development of rural areasdvibrant hope or impossible dram?**, journal of tourism management, 25(1), pp.71-79.
- Cater, E., and G.lowman.ED., (1994), **Ecotourism in the third world – problems and prospects for sustainability in : Ecotourism, a sustainable option?** United kingdom : john wiley and sons.
- Christensen, O ., Peterson, R,(1989), **Opportunity identification:The contribution of entrepreneurship to strategic management.**denmark:Aarhus university institute.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

- Fossati, A. & Panella, G., (2000), **Tourism and Sustainable Development:A Theoretical framework**, Toueism and sustainable economic development, pp.3-36, boston : Kluwer academic publishers.
- Giaoutzi, M. & Nijkamp, p., (2006), **Emerhing trends in tourism development in an open world**, Tourism and regional development:New pathways, pp.1-12, Aldershot, uk:ashgate publishing ltd.
- Hulhert, B., Bermann, R., & Adams, B, (1997), **Towards an Understanding of "Opportunity"**, Marketing Education Review, Vol. 7, No. 3: 67-73
- Jaafer, 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), 827-835.
- Lee, c.c. and chung c.p, (2008), **Tourism development and economic growth: a closer look at panels**, tourism management, 29(1): 180-192.
- Lehner , O ., Kaniska , J, (2012), **Opportunity Recognition in Social Entrepreneurship: A Thematic Meta Analysis** , Journal of Entrepreneurship 2012 21: 25.
- Sharphly, R., 2002, **Rural tourism and the challenge of tourism diversification:The case of Cyprus**, journal of tourism management, 23, pp. 233-344.
- Thomas, R. and Augustyn, M. (Eds), 2007, **Tourism in the New Europe: Perspectives on SME Politics and Practices**, Elsevier Oxford.
- Williams, S, 2003, **Tourism Geography**, Routledge Contemporary Human Geography.
- Wilson, S., D. Fesenmaier, J. Fesenmaier, & J.C. van Es, 2001, **Factors for Success in RuralTourism Development**.jornal of travel research 40:132-8.
- World tourism organization, 1983, **Tourism Development and Responsibility of the State**, Madrid: WTO
- World tourism organization,1999, http:www.world-tourism.org/market-research

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]