Kharazmi University

Space Economy and Rural Development

Online ISSN: 2588-476x
Homepage: https://khu.ac.ir

Paradigmatic Analysis of the Development Structures of Small Tourism Businesses in Rural Areas of Gilan

Farhad Javan [1]✉ | **Mostafa Mohammadi** [2]

1. Corresponding author, Department of Tourism Management, Faculty of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. E-mail: f.javan@umz.ac.ir
2. Department of Handicraft, Faculty of Art & amp; Architecture, University of Mazandaran, Babolsar, Iran. E-mail: m.mohammadi@umz.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received 30 October 2024
Received in revised form 18 December 2024
Accepted 19 December 2024
Published online 21 December 2024

Keywords:
Development Structures,
Rural Settlements,
Small Businesses,
Tourism, Gilan.

ABSTRACT

Objective: The most important objective of this research analyses the paradigmatic structure of the emerging tourism enterprises in small areas of Gilan in rural settings.

Methods: The present study, in terms of its objective, is applied, with an interpretive and analytical nature, and in terms of its methodology, it falls into the category of qualitative research. For data analysis, grounded theory and the FBWM (Fuzzy Best-Worst Method) model were employed. Data collection was carried out through both documentary and library studies, as well as interviews and questionnaires. The statistical population includes experts and elites in the field of tourism studies and rural tourism entrepreneurs in the targeted villages. A purposive sampling method (until saturation of results) was used, resulting in a final sample size of 35 participants.

Results: Categories causing rural residents' awareness of tourism jobs, banking credits, and rural interaction networks were found. Categories included informing rural residents, corruption and discrimination mitigation, integrated management, and efficient planning, which were found to be intervening structures. Providing infrastructure in villages, human capital development, reducing bureaucracy, and having flexible regulations were identified as contextual structures. Among the causal structures, the awareness hindering tourism jobs to rural residents had the highest weight (0.321) followed by the integrated management among the intervening structures, also received the highest weight (0.314). Among context structures, providing infrastructure on villages served the highest weight (0.320). In addition, four strategies were developed: meetings among the specialists, experts, and managers from organizations relating tourism with mobilization of small business in villages; an educational workshop held for rural residents to improve businesses and interaction with tourists; studies to research needs and infrastructures of tourism services in Gilan villages with a systematic approach; and support for active tourism businesses. As an outcome of this, three were identified: sustainable tourism in their economic, social, physical, and environmental dimensions in villages; change the direction of rural residents towards rural employment with a focus on tourism; and building a business model of tourism based on lived experiences of rural residents in Gilan.

Conclusions: It is evident that tourism businesses in rural areas have become a global phenomenon entailing multiple factors for responding their very needs to the tourists. Therefore, now it is necessary to understand the way small tourism businesses are being developed, for it deals with resolving such issues as increasing disparity, population explosion, and burgeoning unemployment in the rural setting of Gilan.

Cite this article: Javan, F., & Mohammadi, M. (2024). Paradigmatic Analysis of the Development Structures of Small Tourism Businesses in Rural Areas of Gilan. *Space Economy and Rural Development*, 13 (50), 67-84. http//doi.org/10.61186/serd.13.50.8

© The Author(s).
Publisher: Kharazmi University.
DOI: http//doi.org/10.61186/serd.13.50.8

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The villages of Guilan Province possess promising tourism potential, particularly in the areas of nature-based tourism, gastronomy, and rural tourism. These attractions are drawing visitors from various regions and fostering the development of micro-tourism businesses such as local trade, supermarkets, cafes, and eateries. The growing interest in tourism in Guilan is largely attributed to its unique geographical and climatic conditions, which offer considerable prospects for community-based tourism. However, small-scale tourism businesses in these villages face significant challenges due to a lack of support and financial resources, and are at risk of failure under a centralized development approach. Rapid changes and increasing demands from tourists make it clear that traditional approaches are no longer sufficient to secure the future of rural sectors. As business models for small tourism enterprises evolve, comprehensive planning and identification of key influencing factors become essential. This research, therefore, aims to identify the structural factors influencing the development of small-scale tourism businesses in selected villages of Guilan.

Methods

This applied study adopts an interpretive-analytical approach, combining qualitative and quantitative methods. Grounded theory and the Fuzzy Best-Worst Method (FBWM) were used for data analysis. Data collection involved documentary and library research, interviews, and questionnaires. In the qualitative phase, participants were introduced to concepts related to causal, contextual, and intervening structures, as well as strategies and consequences, before the interviews were conducted. In the quantitative phase, the identified structures were incorporated into a questionnaire and ranked using the FBWM model. The statistical population consisted of tourism experts and rural tourism entrepreneurs from the selected villages. A purposive sampling method was used until data saturation was achieved, resulting in a sample of 35 participants.

Results

The study identified rural awareness of tourism-related employment, access to banking credit, and local interaction networks as key causal structures. Intervening factors included public awareness initiatives, reduction of bribery and discrimination, integrated management, and efficient planning. Contextual structures encompassed infrastructure development, human capital formation, reduced bureaucracy, and flexible regulations. Among the causal structures, rural residents' awareness of tourism jobs had the highest weight (0.321), while integrated management was the most significant intervening factor (0.314). Regarding contextual elements, the development of village infrastructure received the highest score (0.320).

Four strategic measures were proposed:

1. Organizing meetings involving specialists, experts, and managers from tourism-related organizations to support small business establishment in villages.
2. Conducting educational workshops for rural residents to enhance their business skills and improve interactions with tourists.
3. Performing research on the needs and infrastructure requirements of tourism services in Guilan villages through a systematic approach.
4. Supporting already active tourism businesses.

The study identified three key outcomes:

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

[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

1. Promotion of sustainable tourism encompassing economic, social, physical, and environmental dimensions.
2. Shifts in public perception of rural employment toward tourism-related occupations.
3. The development of tourism business models inspired by the lived experiences of rural life in Guilan.

Conclusion

Most rural residents remain unaware of the various opportunities in tourism and their relationship to rural development. Education and awareness in this area are still limited. Equipping rural entrepreneurs with skills to attract tourists and involving rural elites and educated individuals in tourism initiatives is vital for the growth of small tourism enterprises. Both expert and entrepreneurial participants agreed that the experiences of current rural tourism operators could inspire creativity and innovation among others. Collective thinking and collaboration among entrepreneurial villagers help generate new ideas and promote a culture of business innovation. Furthermore, providing information on strengths, weaknesses, opportunities, and threats is essential for successful tourism development. The study also found that non-discriminatory support services and reduced corruption in administration can significantly benefit tourism enterprises. A common misconception among officials is that support should be reserved for high-return activities, which often marginalizes less economically advanced villages. The development of small-scale tourism businesses in Guilan can be further supported through integrated management, collaboration, and unified governance. These elements can sustain rural tourism enterprises by shifting development approaches, embracing decentralization, and eliminating restrictive regulations.

***Keywords*:** Development Structures, Rural Settlements, Small-Scale Businesses, Tourism, Guilan.

Author Contributions

First Author: Sample preparation, data collection and analysis, statistical processing, interpretation of findings, and manuscript drafting.
Second Author: Research design, supervision, results review, and manuscript editing and finalization.

Data Availability Statement

Data available upon request from the authors.

Acknowledgements

Special thanks are extended to the journal's scientific and executive team and to the experts who contributed to this research.

Ethical Considerations

The authors adhered to ethical research practices, avoiding data fabrication, falsification, plagiarism, or misconduct.

Funding

This research received no financial support.

Conflict of Interest

The authors declare no conflicts of interest.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

دانشگاه خوارزمی

اقتصاد فضا و توسعه روستایی

شاپا الکترونیکی: ۴۷۶X- ۲۵۸۸

Homepage: https://khu.ac.ir

تحلیل پارادایمیک سازه‌های توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در نواحی روستایی گیلان

فرهاد جوان [۱] ✉ | مصطفی محمدی [۲]

۱. نویسنده مسئول، گروه مدیریت جهانگردی، دانشکدهٔ میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: f.javan@umz.ac.ir

۲. گروه صنایع‌دستی، دانشکده هنر و معماری، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران. رایانامه: m.mohammadi@umz.ac.ir

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۰۹
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۹/۲۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۲۹
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۰۱

کلیدواژه‌ها:
سازه‌های توسعه،
سکونتگاه‌های روستایی،
کسب و کارهای خرد،
گردشگری، گیلان.

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف تحلیل پارادایمیک سازه‌های توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای گیلان انجام شده است.

روش پژوهش: پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و دارای ماهیت تفسیری و تحلیلی و از لحاظ روش در گروه پژوهش‌های کیفی قرار دارد. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش تئوری زمینه‌ای و مدل (FBWM)، استفاده شده است. روش گردآوری اطلاعات نیز به دو صورت مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و مصاحبه و پرسشنامه است. جامعه آماری در پژوهش حاضر نیز شامل متخصصان و نخبگان در حوزه مطالعاتی (گردشگری) و کارآفرینان روستایی در حوزه گردشگری در روستاهای هدف هستند. به منظور گردآوری جامعه نمونه از روش نمونه‌گیری هدفمند (تا زمان اشباع نتایج) صورت گرفت، که در نهایت تعداد (۳۵) نفر به عنوان جامعه نمونه انتخاب شد.

یافته‌ها: مقولات (شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری، اعتبارات بانکی، شبکه تعامل در روستا)، به عنوان سازه‌های علی؛ مقولات (اطلاع‌رسانی به روستاییان، کاهش فساد و تبعیض، مدیریت یکپارچه و برنامه‌ریزی کارآمد) به عنوان سازه‌های مداخله‌گر، مقولات (تامین زیرساخت‌ها در روستا، توسعه سرمایه انسانی، کاهش بروکراسی و تشریفات و قوانین منعطف) به عنوان سازه‌های زمینه‌ای معرفی شدند. همچنین از بین سازه‌های علی، شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری با مقدار وزن ۰/۳۲۱، در سازه‌های مداخله‌گر؛ مدیریت یکپارچه با مقدار وزن ۰/۳۱۴، در سازه‌های زمینه‌ای، تامین زیرساخت‌ها در روستا با مقدار وزن ۰/۳۲۰ بیشترین میزان تاثیرگذاری را در توسعه کسب و کارها به خود اختصاص داده‌اند. سپس ۴ راهبرد (گردهم‌آیی بین متخصصان، کارشناسان و مدیران سازمان‌های مرتبط با گردشگری در راستای توسعه کسب و کارهای خرد در روستاها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای روستاییان برای بهبود کسب و کار و نحوه تعامل با گردشگران، مطالعات پژوهشی در خصوص نیازسنجی خدمات و زیرساخت‌های گردشگری در روستاهای گیلان با دید سیستماتیک و حمایت از کسب و کارهای فعالان گردشگری) و ۳ پیامد (گردشگری پایدار در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در روستاها، تغییر رویکرد روستاییان نسبت به اشتغال در روستا با تمرکز بر گردشگری، ترسیم الگوی کسب و کار گردشگری بر اساس تجربه زیستی روستاییان گیلان)؛ حاصل از توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای گیلان مطرح شد.

نتیجه‌گیری: گردشگری و کسب‌وکارهای مرتبط با آن در مناطق روستایی، در پاسخ به نیازهای گردشگران و سایر عوامل، به یک پدیده جهانی بدل شده است که توسعه آن تحت تأثیر عوامل گوناگون قرار دارد. از این رو، شناخت سازه‌های توسعه کسب‌وکارهای خرد گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است، زیرا این شناخت می‌تواند در حل مشکلاتی همچون نابرابری‌های رو به رشد، افزایش سریع جمعیت و نرخ بیکاری فزاینده در مناطق روستایی استان گیلان نقش بسزایی ایفا کند.

استناد: جوان، فرهاد؛ و محمدی، مصطفی (۱۴۰۳). تحلیل پارادایمیک سازه‌های توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در نواحی روستایی گیلان. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۳ (۵۰)، ۸۴-۶۷. http//doi.org/10.61186/serd.13.50.8

ناشر: دانشگاه خوارزمی

© نویسندگان

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

مقدمه

اهمیت کارآفرینی و تأثیرات آن در رشد و توسعه اقتصادی، توانمندسازی منابع انسانی، اشتغال‌زایی، استقرار و توسعه عدالت اجتماعی، حضور گسترده و فعال در بازارهای جهانی، فقرزدایی و افزایش امید به زندگی غیرقابل انکار است، و موجب ایجاد بستری مناسب برای ارائه خدمات به سایرین از هیچ می‌شود (بلالی، ۱۳۹۷: ۳۳). در این راستا، بوث و همکاران[۱] (۲۰۲۰)، الحمید[۲] (۲۰۱۹)، جیمز گارسیا و همکاران[۳] (۲۰۲۰)، جونز و همکاران[۴] (۲۰۲۰)، و ویدیانینسگی و همکاران[۵] (۲۰۲۰)، توسعه گردشگری را از جمله ملزومات توسعه اقتصادی پایدار کشورها عنوان نمودند که می‌تواند موجب شکوفایی بسیاری از مشاغل و کسب و کارها شود. در این راستا می‌توان به سیاست تنوع‌بخشی فعالیت‌های اقتصادی گردشگری روستایی در کشور نروژ، رقابت‌پذیری قومیت‌ها در مناطق مختلف روستایی در استرالیا، بهبود روش‌های آموزشی به خصوص در زمینه یادگیری کسب و کارهای گردشگری و ایجاد کرسی‌های دانشگاهی و گنجاندن نیازهای گردشگری و پیوند آن با صنعت در کشور آلمان اشاره نمود(رینشه و همکاران[۶]، ۲۰۱۵؛ پرفتو و وارگاس سانچز[۷]، ۲۰۱۸). این مسئله نیز در کشورهای در حال توسعه از جمله ایران، به شکل دیگری نمود پیدا می‌کند. کسب و کارهای گردشگری به صورت خودجوش، بدون شناخت و برنامه و بدون در نظر گرفتن تمامی جوانب به معرض ظهور می‌رسد(سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۵۵). در نتیجه، ثبات آن عملا از بین می‌رود و میزان موفقیت آن در بلندمدت کاهش می‌یابد(اکبری و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۵۷). به همین دلیل، تعداد سرمایه‌گذاری‌های ناموفق بیشتر از موارد موفق بوده است، که علت آن بی‌توجهی به عوامل متعدد و متنوعی است که می‌توانند بر موفقیت یا شکست این سرمایه‌گذاری‌ها تأثیرگذار باشند(پاردو و آلفونسو[۸]، ۲۰۱۷: ۲).

مناطق روستایی ایران از قابلیت‌ها و منابع موجود گسترده‌ای برخوردار است (جوان، ۱۴۰۰: ۷۰) و برنامه‌ریزی اصولی جهت توسعه گردشگری، می‌تواند در توسعه اقتصادی کشور نقش کلیدی ایفا نماید (محسنی، ۱۳۸۸). در این میان، گردشگری روستایی نیز بخشی از بازار گردشگری و منبعی برای اشتغال درآمد بوده و می‌توان آن را ابزار مهمی برای توسعه‌ی اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی جوامع روستایی قلمداد کرد (عنابستانی و اکبری، ۱۳۹۱)، و به عنوان یکی از راهکارهایی است که امروزه در زمینه خارج ساختن محیط‌های روستایی از انزوا و حاشیه و هدایت به سمت توسعه پایدار روستایی تأثیر دارد (رضوانی، ۱۳۹۴). از این رو، یکی از راهکارهای اساسی جهت تحقق اثرات مثبت توسعه گردشگری در نواحی روستایی گسترش کسب و کارهای گردشگری در نواحی روستایی است، که می‌توان از طریق آن زمینه و بستر لازم را برای ترکیب منابع، هم در درون و هم در خارج از روستا، فراهم کرد و از این طریق، شرایط لازم برای بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی روستاییان و ابزار لازم برای تثبیت اقتصاد و محیطی سالم را برای روستاییان مهیا کرد (سامیان و همکاران، ۱۳۹۴، ۳۷). ولی با وجود این، اهمیت و اثرگذاری کسب و کارهای خرد تا حد زیادی در ادبیات و مدل‌های توسعه مقاصد گردشگری و برعکس دست کم گرفته شده (دنس و همکاران[۹]، ۲۰۱۹: ۲)، و با وجود تأکید برنامه‌های سوم و چهارم، پنجم و ششم توسعه بر کسب و کارهای کوچک و متوسط، هنوز راه‌اندازی و توسعه این واحدها به کندی پیش می‌رود (کریم‌زاده و ولائی، ۱۴۰۰)، و به اهمیت نقش سازه‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در کشور ما کمتر پرداخته شده است.

بر این اساس، روستاهای استان گیلان به دلیل پتانسیل بالای خود در زمینه گردشگری به خصوص گردشگری طبیعی، خوراک، و گردشگری روستایی و مراجعه گردشگران مختلف از مناطق مختلف و روستاها و شهرهای پیرامون، موجب راه‌اندازی کسب و کارهای خرد در گردشگری شده است، به طوری که کسب و کارهای مختلفی در حوزه تجارت، سوپرمارکت، کافه و غذاخوری و

[1] - Booth et al
[2] - Alhammad
[3] - Jiménez-García
[4] - Jones et al
[5] - Widyaningsih et al
[6] - Riensche et al
[7] - Perfto & Vargas Sanchez
[8] - Pardo & Alfonso
[9] - Dins et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

...، ایجاد شده‌اند. دلیل پرداختن به این مسئله در روستاهای گیلان، موقعیت خاص جغرافیایی و اقلیمی روستاهای این استان است که ظرفیت گردشگری آنها، فرصت پیشرفت را پیش‌روی جوامع محلی قرار داده است. با این حال، کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای گیلان در عمل از حمایت‌ها و پشتوانه مالی خوبی برخوردار نیست، و با تبعیت از رویکرد متمرکز توسعه و گردشگری، در صورت ادامه این وضعیت در معرض شکست قرار خواهد گرفت، و همچنین با علم به این که تحولات پیشروی این حوزه روز به روز بیشتر می‌شود، خواسته‌ها و نیازهای گردشگران به مرور زمان تغییر پیدا می‌کند، امکان این که بر مبنای توجه به روندهای گذشته، آینده درخشانی را برای یک حوزه خاص در روستاها متصور بود وجود ندارد. از سوی دیگر، الگوهای کسب و کارهای خرد گردشگری نسبت به گذشته دستخوش تغییر شده و انتظار می‌رود به منظور ارائه تصویری جامع از توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری و شناخت سازه‌های مؤثر بر آن اقدام به برنامه‌ریزی کرد. بنابراین مساله پژوهش، شناسایی سازه‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای هدف گردشگری گیلان است.

پیشینه پژوهش

۱. پیشینهٔ نظری

بر اساس تعریف از سازمان جهانی گردشگری[1]، گردشگری ابزاری برای تحرک اقتصاد حاشیه‌ای، ترویج و توسعه از طریق ایجاد اشتغال و درآمد است(ابی و سئوفرت[2]، ۲۰۰۶). صنعت گردشگری حدود ۹ درصد سهم اشتغال جهانی را دارد و تولید ناخالص داخلی آن نیز حدود ۷ تریلیون دلار است و این صنعت موفق شده بیکاری جهانی را با ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع در سراسر جهان کاهش دهد(فهمی و همکاران[3]، ۲۰۱۸: ۶۲). مطالعات نشان داد این رویکرد دارای ظرفیت فوق‌العاده‌ای برای رشد و توسعه مناطق مقصد است. علاوه بر این، دارای ویژگی‌هایی است که آن را از سایر فعالیت‌های اقتصادی جدا می‌کند (استابلر و همکاران[4]، ۲۰۱۰). در این زمینه ایران نیز برای رهایی از اقتصاد تک‌محصولی متکی بر نفت به دلیل برخورداری از قابلیت‌های فراوان تاریخی، فرهنگی و طبیعی و با داشتن راهبردهایی مناسب به سطح مطلوبی از توسعه دست خواهد یافت (مقصودی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲۶). از این رو، یکی از گونه‌های گردشگری، گردشگری روستایی است که تأثیر فراوانی در اقتصاد روستایی دارد، به طوری که توسعه گردشگری موجب رشد اقتصاد روستایی، تضمین اشتغال افراد محلی، بهبود رفاه و معیشت آنها و مهم‌تر از همه، با توجه به اینکه مسئله فشار جمعیتی (مانند محرومیت روستاها، پیری جمعیت، مهاجرت جوانان به مناطق شهری) مشکلاتی در روستاها به وجود آورده است، با رونق توسعه کسب و کارهای خرد روستایی و اشتغال‌زایی در بخش خدمات و صنایع خرد اقتصاد این روستاها شکوفا می‌شود(پارسیشیل و همکاران[5]، ۲۰۱۷: ۳۴۴).

کسب و کارهای کوچک و خرد، توانایی پاسخگویی سریع به تغییرات بازار و نیازهای مشتری را دارند و به آسانی می‌توانند خود را با شرایط جدید هماهنگ کنند (ژانگ و همکاران[6]، ۲۰۰۶)، در واقع آنها رفتاری پویا در مواجه شدن با شرایط متغیر محیطی دارند (ساروسا[7]، ۲۰۰۷). همچنین نقش آنها به عنوان مولد اشتغال، تقویت انسجام اجتماعی، کاهش فقر، افزایش مزیت رقابتی و توسعه ملی و منطقه‌ای در بسیاری از کشورها مورد تاکید قرار گرفته است (کریستینا و همکاران[8]، ۲۰۱۴)، در این راستا، گردشگری و کسب کسب و کارهای خرد مرتبط با آن تأثیر بسزایی در ایجاد فرصت‌های شغلی، تولید، کسب درآمد و تحریک اقتصاد ملی و بین‌المللی داشته است به طوری که نزدیک به صد نوع شغل به صورت مستقل با صنعت گردشگری ارتباط مستقیم دارند (حیدری‌چیانه، ۱۳۹۳). از این رو، کسب و کارهای خرد در راستای گردشگری، اساساً مسئول دستیابی به موفقیت اقتصادی به شمار می‌روند، چشم‌انداز اقتصاد روستایی را تحت تاثیر قرار می‌دهد و منجر به ایجاد هیجان و انگیزه می‌شوند و محرک اصلی رشد و پیشرفت

[1] - UNWTO
[2] - Abby & Ceoffret
[3] - Fahmi et al
[4] - Stabler et al
[5] - Paresishill et al
[6] - Zhang et al
[7] - Sarosa
[8] - Christina et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

اقتصادی به شمار می‌روند (جعفر و رسولی‌منش، ۲۰۱۵: ۱۸). بر همین مبنا، و بر اساس هدف پژوهش، گردشگری روستایی شاخص کلیدی توسعه اقتصادی–اجتماعی روستاهای مستعد و با ظرفیت توسعه گردشگری، بکار گرفته شده است، و از توانایی بالا و بالقوه‌ای در ایجاد اشتغال پایدار، منافع روستاییان و به تبع آن توسعه اقتصاد ملی برخوردار است (نجفی کانی و نجفی، ۱۴۰۰: ۱۴۶). گردشگری روستایی، دارای‌های معیشتی خانوارهای جامعه میزبان را تغییر می‌دهد و منافع اقتصادی حاصل از گردشگری روستایی برای خانواده‌های میزبان بسیار موثر بوده و باعث ارتقای کیفیت زندگی روستاییان می‌گردد (چن و همکاران[1]، ۲۰۱۸: ۹۸)، همچنین ظرفیت احیای اقتصاد محلی را دارد و می‌تواند مسیری جدیدی را برای برنامه‌های توسعه بیشتر، پیشرفت‌های تکنولوژیک، هوش ماشینی و اطلاعات ساخت و ساز را به ارمغان بیاروند (ژئو[2]، ۲۰۲۰: ۴). از این رو، عوامل زیادی بر روی توسعه و تقویت کسب و کارها تاثیرگذار هستند که در این میان، بسیاری از محققان و صاحبنظران تاکید ویژه‌ای بر روی بازاریابی دارند و آن را یکی از کلیدی‌ترین عوامل تعیین کننده پایداری کسب و کارها می‌دانند. این در حالی است که با در نظر گرفتن محدودیت‌های قابل توجه کسب و کارهای خرد از جمله منابع مالی و انسانی از یک سو و توجه به محیط پویا و مبهم پیرامون این نوع کسب و کارها، به نظر می‌رسد که کسب و کارهای خرد فراتر از شیوه‌های سنتی، به شدت نیازمند شیوه‌ها و رویکردهای جدیدی در حوزه بازاریابی با تاکید بر بازاریابی کارآفرینانه می‌باشند (گالوب و همکاران[3]، ۲۰۲۰: ۱۷۳).

در همین زمینه، دیدگاه‌های مختلف در خصوص موفقیت کسب و کارهای گردشگری وجود دارد. دیدگاه نخست در این زمینه، نگاه اقتصادی است و بر مبنای آن گردشگری و فرصت‌های کارفرینانه مرتبط با آن از طریق ایجاد کسب و کارهای فردی رقابت آنها در بازار آزاد به بهترین شکل توسعه می‌یابند (کاندلا و همکار، ۲۰۱۲). دیدگاه دوم به کسب و کارهای گردشگری، رهیافت توسعه اجتماعی گردشگری و کسب و کارها است. از این منظر گردشگری محصولی اجتماعی است و علاوه بر ضرورت موجود مهارت‌های کارآفرینانه کسب و کار، توانایی‌های محلی همچون رهبری محلی و شبکه‌های رسمی و غیررسمی نیز، نیاز است (عبداله‌زاده و خواجه‌شاهکویی، ۱۳۹۲). از این دیدگاه سه شاخص عمده اثرگذار بر ایجاد و رونق کسب و کارهای گردشگری شامل: چارچوب قانونی و نظارتی مرتبط با گردشگری، زیرساخت‌ها و محیط کسب و کار، منابع انسانی، فرهنگی و منابع طبیعی هستند (کاویانی و همکاران، ۱۳۹۷).

۲. پیشینهٔ تجربی

با توجه به اهمیت و سابقه موضوع مورد بحث، مطالعات مختلفی در داخل و خارج از کشور در این زمینه انجام شده که در ادامه به خلاصه‌ای از آنها اشاره می‌شود:

فرزین و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان، تحلیلی نهادگرایانه بر فضای کسب و کار و کارآفرینی بخش گردشگری ایران، به این نتایج دست یافتند، سیستم قانونی، سیاست‌های دولت و علم و فناوری با تم‌های فرعی آن، بر محیط کسب و کارهای گردشگری تاثیر دارد و مدیریت و سازمان‌دهی این عوامل می‌تواند در بهبود و توسعه این صنعت تاثیرات عمیقی داشته باشند. طیبی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی تحت عنوان، طراحی و تبیین الگوی کسب و کارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار، به این نتایج دست یافتند، فضای کسب و کار، اقتضائات بازار اختصاصی، ویژگی‌های واحد کسب و کار، شناخت مشتری، ارزش پیشنهادی به مشتری و موفقیت کسب و کار گردشگری با رویکرد توسعه پایدار به عنوان عوامل کلیدی موثر بر مدل کسب و کار معرفی شد. کریم‌زاده و ولائی (۱۴۰۰)، در پژوهشی با عنوان، تحلیل نقش توسعه گردشگری در رونق کسب و کارهای خرد روستایی در دهستان باروق شهرستان میاندوآب، به این نتایج دست یافتند، زمینه‌های مختلفی برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید در بخش‌های کشاورزی، صنعت، خدمات و گردشگری در محدودهٔ مورد مطالعه وجود دارد. ولی مهم‌ترین زمینهٔ ایجاد کسب‌وکار، در این منطقه، توسعهٔ مشاغل خدماتی و فرآوری محصولات کشاورزی است، به طوری که بین گسترش گردشگری روستایی و ایجاد کسب‌وکارهای خرد در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در سطح آلفای ۰,۰۵ درصد رابطهٔ معناداری وجود دارد. همین‌طور، توسعهٔ

[1] - Chen et al
[2] - Zhou
[3] - Galvaob et al

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

گردشگری روستایی، براساس روش تحلیل مسیر در مشاغل غیرکشاورزی مانند مشاغل خدماتی با میزان بتای ۰/۷۸۶ و صنایع روستایی با ۰/۳۸۹، اثرات قابل‌توجهی دارد. مرادی و همکاران (۱۴۰۱)، در پژوهشی تحت عنوان، تبیین فضای خوشه‌های گردشگری با تاکید بر کسب و کارهای کوچک روستایی در ناحیه طبس، به این نتایج دست یافتند، سطح اکثر شاخص‌ها در میان روستاییان از سطح متوسط بالاتر است. همچنین با نتایج حاصل از تکنیک آراس و گاتمن نشان داد که روستاهای (هودر، جوخراه، کریت، دستگران و ....) دارای پتانسیل قوی برای جذب گردشگری و ایجاد خوشه‌های گردشگری هستند، و سایر روستاها دارای پتانسیل کمتری برای جذب گردشگر هستند. چراغی (۱۴۰۱)، در پژوهشی با عنوان، راهبردهای توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی در استان زنجان، به این نتایج رسیدند، رویکرد ارائه اعتبارات مالی توسط بانک‌ها به عنوان جذاب‌ترین راهبرد جهت توسعه کسب و کار در روستاهای هدف گردشگری استان ارائه شده است. مودودی ارخودی و همکاران (۱۴۰۳)، در پژوهشی به این نتایج دست یافتند، مولفه‌های مردم، محصول، مکان، ترویج، شواهد فیزیکی، فرآیند، و قیمت در بازاریابی گردشگری مناطق روستایی شهرستان قائنات از اهمیت بالایی برخوردارند، اما با این وجود، عملکرد متولیان گردشگری، در خصوص هر یک از مؤلفه‌های مذکور، پایین‌تر از حد متوسط است.

فستیوس و اوموبوی[1] (۲۰۱۵)، در پژوهشی با عنوان، گردشگری روستایی در اکیتی نیجریه، فرصتی برای توسعه کسب و کار روستایی به آثار گردشگری پرداخته، و به این نتایج دست یافتند که منطقه مورد مطالعه با وجود جاذبه‌های متعدد گردشگری با مسایلی از قبیل قونین ناکافی در مدیریت گردشگری، عدم آگاهی، عدم حمایت‌های مالی، عدم توسعه در رابطه با پتانسیل‌های گردشگری مواجه است. ملیچووا و ماجستریکووا[2] (۲۰۱۷)، در پژوهشی در جمهوری اسواکی، نشان داد که در مناطق روستایی در سال‌های قبل با جمعیت گریزی مواجه بودند، در اثر توسعه گردشگری و بهبود زمینه‌های توسعه اقتصادی این بخش از فعالیت‌ها به موتور پیشران توسعه روستایی تبدیل شده است. کریتپات و پرنیا[3] (۲۰۱۸)، در پژوهشی به بررسی خوشه‌های گردشگری در زمینه کشاورزی پرداختند و به این نتایج دست یافتند که مهمترین خوشه‌های گردشگری در زمینه محصولات کشاورزی شامل درو کردن، خوردن میوه و پیاده رو در مزارع است. دلیچ و پریچ[4] (۲۰۱۸)، به این نتایج رسیدند که جمهوری کرواسی یکی از کشورهایی است که تاکید زیادی بر توسعه کسب و کارهای گردشگری به خصوص در مناطق روستایی به عنوان یک صنعت استراتژیک دارد که می‌تواند شرایط اقتصادی کشور را بهبود بخشد. همچنین توسعه اکوسیستم کسب و کارها به شدت از شاخص‌هایی همجون رهبری، تراکم شبکه، دولت، استعداد، خدمات پشتیبانی، تعامل، شرکت‌ها و سرمایه تاثیر می‌پذیرد. همچنین هجالگر و همکاران[5] (۲۰۱۸)، به این نتیجه رسیدند که پتانسیل رشد چشمگیر کسب و کارهای گردشگری روستایی در دانمارک، نروژ و سوئد بسیار بالا است با این حال، پنج شکاف نوآوری، شامل: عدم دسترسی فراگیر به اطلاعات کسب و کارها، موانع اطلاعاتی، شکاف دانش، انگیزه تغییر، تفسیر منابع و انتقال آن کارآفرینی گردشگری را مختل می‌کند. استریمیکین و همکاران[6] (۲۰۲۱)، به بررسی اشکال و عوامل اصلی تقویت رقابت گردشگری با اجرای اهداف اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسعه مقصد گردشگری پرداختند، و اظهار داشتند که شرکت کنندگان در کسب و کار به فناوری‌های جدید در خدمات گردشگری علاقمند هستند که تاثیر مثبتی بر محیط زیست و جوامع محلی دارد.

با مرور مطالعات انجام شده، به وضوح می‌توان دریافت که در پژوهش‌های مورد نظر، توجه به بحث سازه‌های موثر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری به طور عام و به صورت خاص در روستاهای هدف گردشگری استان گیلان محدود است و هر یک از صاحبنظران به بخشی از مسائل مربوط به کسب و کارها اشاره کرده‌اند. از این رو، در پژوهش حاضر سعی شد تا با استخراج سازه‌های مؤثر (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردها، موانع و پیامدها) با استفاده از روش تئوری زمینه‌ای مدل پارادایمیک را ترسیم نماید.

[1] - Festus & Omoboye
[2] - Melichová & Majstríková
[3] - Krittipat & Parinya
[4] - Delić & Perić
[5] - Hjalager et al
[6] - Streimikiene et al

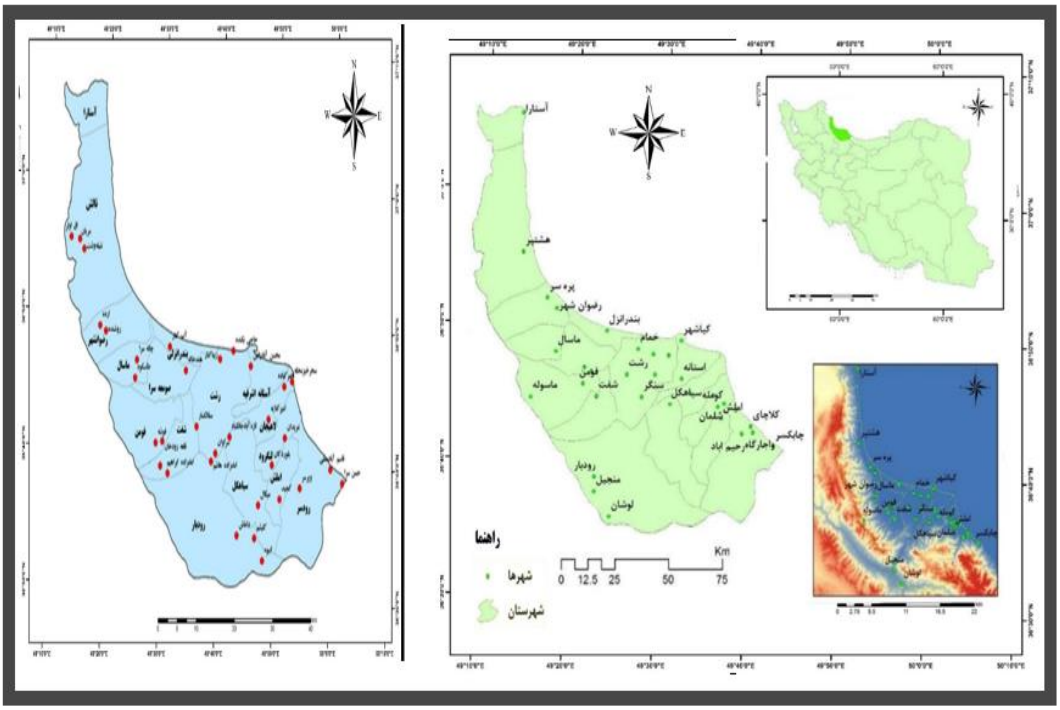
[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

روش شناسی پژوهش

۱. قلمرو جغرافیایی مورد مطالعه

استان گیلان یکی از استان های شمالی کشور با مسا حت ۱۴۷۱۱کیلومتر مربع می باشد. این استان در ۳۶ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و ۴۸ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۵۰ درجه و ۳۴ دقیقه طول شرقی از نصف النهار قرار گرفته است. درازای آن از شمال باختری به جنوب خاوری، ۲۳۵ کیلومتر و پهنای آن، از ۲۵تا ۱۰۵کیلومتر تغییر می کند. رشته کوه‌های البرز با ارتفاع متوسط ۳۰۰۰ متر، همانند دیواری در باختر و جنوب گیلان کشیده شده و این منطقه جز از راه دره منجیل، راه شوسه دیگری به فلات ایران ندارد. کمترین فاصله کوه از دریای خزر (در بخش حویق از شهرستان تالش) نزدیک به ۳کیلومتر و بیشترین فاصله آن از دریا (در امام زاده هاشم، مسیر جاده رشت– قزوین) حدود ۵۰ کیلومتر است. این استان، از شمال به دریای خزر و کشورهای مستقل آسیای میانه، از غرب به استان اردبیل، از جنوب به استان زنجان و قزوین و از شرق به استان مازندران محدود می گردد (سازمان حفاظت محیط زیست، ۱۴۰۳).

در استان گیلان اگر چه روستاهای زیادی در حوزه گردشگری مشغول به فعالیت هستند، اما بر اساس یک طرح ملی در سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و طبق تفاهم‌نامه امضاء شده بین سازمان دهیاری‌های وزات کشور، بنیاد مسکن، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و استانداری مقرر شده است تا به روستاهای هدف گردشگری توجه ویژه‌ای شود. در استان گیلان نیز ۳۴ روستای هدف شناسایی و تعیین شده‌اند که از محل تفاهم‌نامه امضا شده است. انتخاب این روستاها با توجه به بافت فرهنگی، آداب و رسوم، معماری، غذاهای محلی، جاذبه‌های تاریخی و طبیعی تعیین شدند که در شهرهای (رودبار، فومن، رشت، ماسال، تالش، انزلی، صومعه‌سرا، لنگرود، لاهیجان، املش، آستانه اشرفیه، رضوانشهر، سیاهکل، فومن، شفت) توزیع شدند.



شکل ۱. نقشه جغرافیایی موقعیت استان گیلان و پراکنش روستاهای هدف گردشگری

۲. داده‌ها و روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف، پژوهشی کاربردی است که ماهیتی تفسیری ـ تحلیلی دارد و از نظر روش‌شناسی در گروه پژوهش‌های کیفی قرار می‌گیرد. برای تحلیل داده‌ها از روش نظریه‌پردازی زمینه‌ای و مدل (FBWM) بهره گرفته شده است. گردآوری اطلاعات

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

به دو شیوه مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای و همچنین مصاحبه و پرسشنامه انجام شده است. بر این اساس، در مرحله کیفی پژوهش، پیش از آغاز مصاحبه، اطلاعات جامع درباره شناسایی سازه‌های علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهکارها و پیامدها توسط پژوهشگر به اطلاع آگاهی‌دهندگان رسانده شد. در فرآیند اجرای مصاحبه، پژوهشگر ابتدا از مشارکت‌کنندگان درخواست می‌کرد تا تجارب خود را از پدیده مورد بررسی، در قالب یک قصه یا داستان مرتبط با زمینه پژوهش بیان کنند. سپس، هر مصاحبه به متن تبدیل می‌شد و به منظور اطمینان از دقت انتقال، متن نوشته شده با نسخه صوتی مصاحبه تطبیق داده می‌شد. هم‌زمان با جمع‌آوری داده‌ها و تبدیل مصاحبه‌ها به متن، فرآیند کدگذاری و تحلیل داده‌ها نیز آغاز می‌گردید. این تحلیل‌ها به هدف معنایابی مصاحبه‌ها انجام می‌شد و اطلاعات استخراج‌شده از هر مصاحبه به عنوان مبنایی برای بهبود و هدایت مصاحبه‌های بعدی مورد استفاده قرار می‌گرفت. مصاحبه‌ها در شهریورماه سال ۱۴۰۳ انجام شد و هر جلسه تقریباً بین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه به طول انجامید. این مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که دیگر امکان دستیابی به داده‌های جدید وجود نداشت. در مرحله بعد، برای جمع‌آوری داده‌های کمی، پس از شناسایی سازه‌ها، هر یک از آن‌ها در قالب پرسشنامه طراحی و ارائه شد. در نهایت، داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از مدل(FBWM) تحلیل شدند و بر اساس این مدل، رتبه‌بندی و میزان اهمیت هر سازه تعیین گردید.

مدل فازی BWM[1] یکی از روش‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره است که توسط ژو و ژائو در سال ۲۰۱۷ معرفی شد. این مدل با انتخاب معیارهای بهترین و بدترین و تشکیل یک مسئله بهینه‌سازی غیرخطی، به تعیین وزن‌های هر معیار می‌پردازد(جئو و ژئو[2]، ۲۰۱۷: ۲۶). این مدل توسعه یافته مدل BWM است که جعفر رضایی در سال ۲۰۱۵ مطرح کرده بود(رضایی[3]، ۲۰۱۵: ۵۳).

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل متخصصان و نخبگان حوزه مطالعاتی گردشگری و همچنین افرادی بود که در مشاغل مرتبط فعالیت داشتند. بخش قابل توجهی از این مشاغل به حوزه غذاهای محلی، رستوران‌ها و غذاخوری‌ها اختصاص داشت. برای گردآوری نمونه پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد، که این فرآیند تا رسیدن به اشباع نتایج ادامه یافت. در نهایت، تعداد ۳۵ نفر به‌عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

یافته‌های پژوهش

با توجه به مطالعات صورت گرفته مشخص شد، از تعداد ۳۵ نفر پاسخگو که به سئوالات نگارنده پاسخ داده‌اند، ۳۰ نفر (۸۵/۷۱) درصد مرد و ۵ نفر (۱۴/۲۸) درصد زن بوده‌اند، همچنین بیشترین تعداد در گروه سنی ۳۰–۴۰ سال قرار دارند که (۵۴/۰۰) درصد می‌باشد. در ادامه نیز، با توجه به مطالعات به عمل آمده، تعداد ۹ نفر از متخصصان معادل (۲۵/۷۱) درصد استاد دانشگاه، تعداد ۲۶ نفر (۷۴/۲۸) درصد درکسب و کارهای گردشگری مشغول به فعالیت بودند. همچنین بر اساس اطلاعات اخذ شده از افراد مشغول به فعالیت کسب و کار نیز مشخص شد که ۱۵ نفر معادل (۵۷/۶۹) دارای ۱۵–۲۰ سال سابقه فعالیت در کسب و کارهای (غذاهای محلی، رستوران، غذاخوری و ...) مشغول به فعالیت هستند.

۱. بررسی سازه‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاها

سازه‌های مورد مطالعه در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در سه بخش (علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر)، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج به شرح جدول (۱) است.

جدول ۱. سازه‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری

ردیف	مفهوم	مقوله	مقوله کلان
۱	توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری		مقوله‌ی مرکزی
۲	شناخت تنوع فعالیت‌های حاصل از گردشگری در روستا	شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری	سازه علی
۳	شناخت و پیش‌بینی روستاییان از آثار کسب و کار خرد در روستا		
۴	شناخت زنان روستایی از بازار گردشگری		

[1]- Best Worst Method
[2] - Guo & Zhao
[3] - Rezaei

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

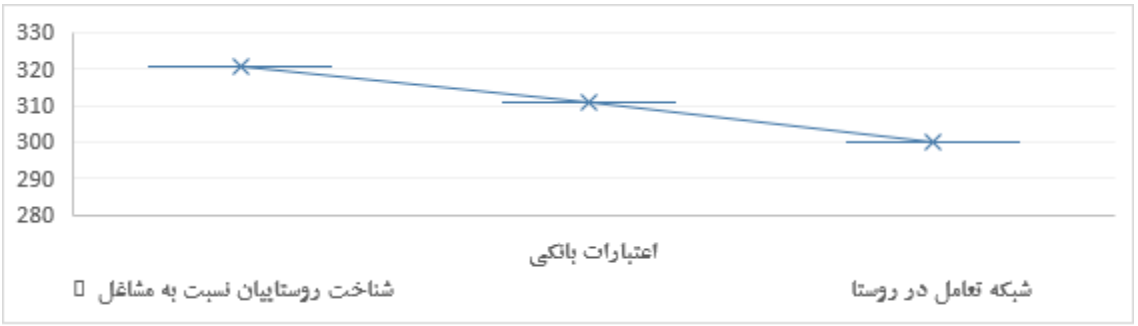
ردیف	مفهوم	مقوله	مقوله کلان
۵	آموزش و آگاهی روستاییان نسبت به روش‌های متنوع و جدید در رونق کسب و کار گردشگری		
۶	آشنایی با مهارت‌های جذب گردشگر		
۷	بهره‌گیری از نخبگان و تحصیل‌کرده‌های روستایی در زمینه چگونگی نحوه ورود به بازار گردشگری		
۸	اعتبارات بانکی از سوی بانک‌های عامل	اعتبارات بانکی	
۹	توسعه همکاری بین میراث گردشگری و بانک‌های عامل برای اعتبارات مربوط به کسب و کارهای گردشگری در روستاها		
۱۰	سازگاری وام اعتباری از سوی بانک با نوع کسب و کار در روستا		
۱۱	افزایش در توانایی روستاییان برای پرداخت وام‌ها با وجود تحریم‌های اقتصادی و نوسانات بازار		
۱۲	بهره‌گیری روستاییان از کارآفرینان برتر در زمینه گردشگری	شبکه تعامل در روستا	
۱۳	استفاده از تجربیات سایر کارآفرینان روستایی در زمینه گردشگری		
۱۴	نوآوری در کسب و کار		
۱۵	تفکر گروهی در بین روستاییان کارآفرین در حوزه گردشگری		
۱۶	فرهنگ پذیرش نوآوری در کسب و کار		
۱۷	انعکاس اطلاعات به روستاییان در مباحث مربوط به توسعه کسب و کار از سوی سازمان‌های مسئول	اطلاع‌رسانی به روستاییان	سازه مداخله‌گر
۱۸	انعکاس اطلاعات به روستاییان در زمینه نقاط قوت، ضعف، فرصتها و تهدیدات پیش روی کسب و کارهای خرد گردشگری		
۱۹	انعکاس اطلاعات به روستاییان در مورد ظرفیت‌ها و توانمندی‌های روستاها در زمینه‌های مختلف گردشگری		
۲۰	عدم تبعیض در ارائه خدمات حمایتی	کاهش فساد و تبعیض	
۲۱	کاهش فساد اداری در تبعبض کسب و کارها		
۲۲	همکاری و انسجام بین سازمان‌های مسئول در توسعه کسب و کارهای گردشگری	مدیریت یکپارچه	
۲۳	انسجام و مشارکت بین مدیران روستایی و روستاییان		
۲۴	توسعه حکمروایی خوب روستایی		
۲۵	تقویت مدیریت واحد		
۲۶	تغییر رویکرد توسعه از بالا به پایین به (پایین به بالا)	برنامه‌ریزی کارآمد	
۲۷	کاهش دیدگاه بخشی در گردشگری		
۲۸	توسعه برنامه جامع و هماهنگ از سوی سازمان‌های مسئول		
۲۹	توجه به بازه زمانی و پیش بینی امکانات و خدمات لازم در کسب و کارهای گردشگری		
۳۰	دسترسی به ارتباطات از راه دور	تامین زیرساخت‌ها در روستا	سازه زمینه‌ای
۳۱	افزایش پهنای باند اینترنت در روستاها		
۳۲	دسترسی به زیرساخت‌های اساسی		
۳۳	رقابت‌های تبلیغاتی آنلاین در استان		
۳۴	توجه روزافزون روستاییان به گردشگری به عنوان یک منبع معیشتی	توسعه سرمایه انسانی	
۳۵	بالا بردن روحیه و فرهنگ کار و تلاش در بین مردم روستا		
۳۶	کاهش تشریفات اداری برای ثبت تام و کسب مجوز برای کسب و کار	کاهش بروکراسی و تشریفات	
۳۷	کاهش بروکراسی اداری زاید		
۳۸	قوانین منعطف بر سرراه کارآفرینان روستایی	قوانین مطلوب	
۳۹	جلوگیری از قوانین دست و پاگیر		
۴۰	گردهم‌آیی بین متخصصان، کارشناسان و مدیران سازمان‌های مرتبط با گردشگری در راستای توسعه کسب و کارهای خرد در روستاها		راهبردها
۴۱	مطالعات پژوهشی در خصوص نیازسنجی خدمات و زیرساخت های گردشگری در روستاهای گیلان با دید سیستماتیک		
۴۲	برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای روستاییان برای بهبود کسب و کار و نحوه تعامل با گردشگران		
۴۳	حمایت از کسب و کارهای فعالان گردشگری		
۴۴	گردشگری پایدار در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در روستاها		پیامد
۴۵	تغییر رویکرد روستاییان نسبت به اشتغال در روستا با تمرکز بر گردشگری		
۴۶	ترسیم الگوی کسب و کار گردشگری بر اساس تجربه زیستی روستاییان گیلان		

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

مطابق جدول (۱)، تعداد ۴۶ مفهوم استخراج شد، و مقولات (شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری، اعتبارات بانکی، شبکه تعامل در روستا)، به عنوان سازه‌های علی؛ مقولات (اطلاع‌رسانی به روستاییان، کاهش فساد و تبعیض، مدیریت یکپارچه و برنامه‌ریزی کارآمد) به عنوان سازه‌های مداخله‌گر، مقولات (تأمین زیرساخت‌ها در روستا، توسعه سرمایه انسانی، کاهش بروکراسی و تشریفات و قوانین منعطف) به عنوان سازه‌های زمینه‌ای معرفی شدند. سپس ۴ راهبرد (گردهم‌آیی بین متخصصان، کارشناسان و مدیران سازمان‌های مرتبط با گردشگری در راستای توسعه کسب و کارهای خرد در روستاها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای روستاییان برای بهبود کسب و کار و نحوه تعامل با گردشگران، مطالعات پژوهشی در خصوص نیازسنجی خدمات و زیرساخت های گردشگری در روستاهای گیلان با دید سیستماتیک و حمایت از کسب و کارهای فعالان گردشگری) و ۳ پیامد (گردشگری پایدار در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در روستاها، تغییر رویکرد روستاییان نسبت به اشتغال در روستا با تمرکز بر گردشگری، ترسیم الگوی کسب و کار گردشگری بر اساس تجربه زیستی روستاییان گیلان)؛ حاصل از توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در مناطق روستایی استخراج شد. از این رو، پس از شناسایی هر یک از سازه‌های مطرح شده، با استفاده از مدل فازی به میزان اهمیت آنها پرداخته شد. نتایج به شرح جدول (۲) است.

جدول ۲. میزان تاثیرگذاری هر یک از سازه‌های علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری

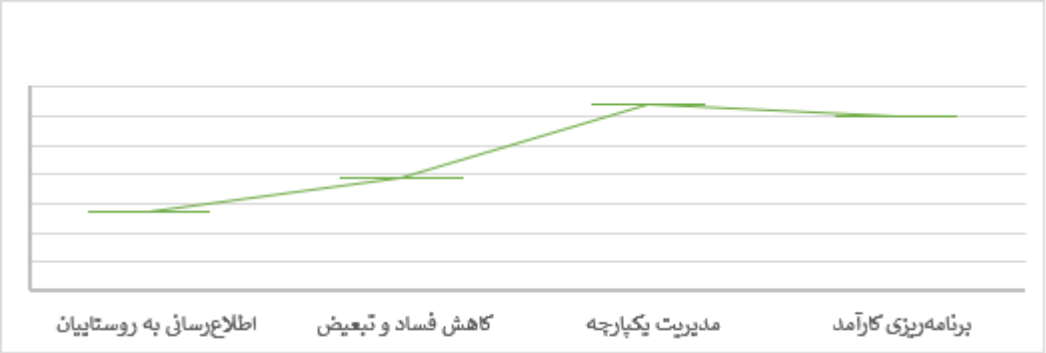
مقوله‌ی مرکزی	سازه	کدهای پاسخگویان	اوزان سازه	رتبه
علی	شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری	X1, X2, X3, X4, X5, X6	۰/۳۲۱	۱
	اعتبارات بانکی	X1, X2, X3, X4	۰/۳۱۱	۲
	شبکه تعامل در روستا	X1, X2, X3, X4, X5	۰/۳۰۰	۳
مداخله‌گر	اطلاع‌رسانی به روستاییان	X1, X3, X3	۰/۲۷۷	۴
	کاهش فساد و تبعیض	X1, X2	۰/۲۸۹	۳
	مدیریت یکپارچه	X1, X2, X3, X4	۰/۳۱۴	۱
	برنامه‌ریزی کارآمد	X1, X2, X3, X4	۰/۳۱۰	۲
زمینه‌ای	تامین زیرساخت‌ها در روستا	X1, X2, X3, X4	۰/۳۲۰	۱
	توسعه سرمایه انسانی	X1, X2	۰/۳۱۰	۳
	کاهش بروکراسی و تشریفات	X1, X2	۰/۳۱۵	۲
	قوانین منعطف	X1, X2	۰/۳۰۷	۴



شکل ۲. میزان اهمیت هر یک از سازه‌های علی در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری

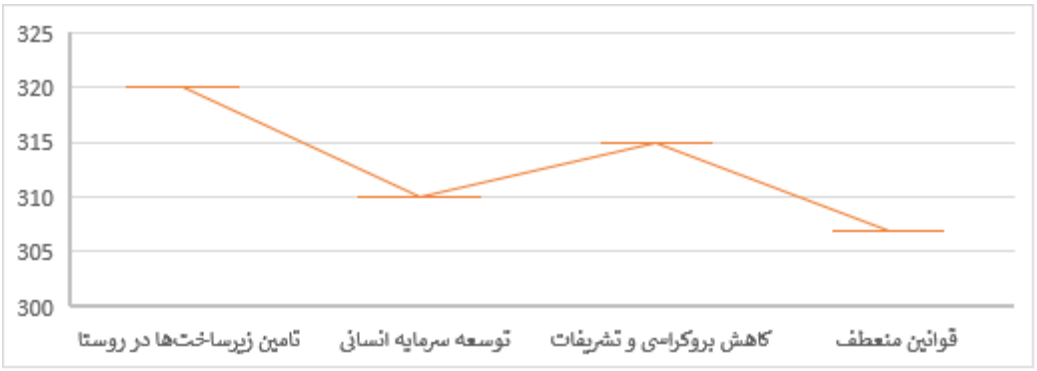
مطابق جدول (۲) و شکل (۲)، به ترتیب: شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری با مقدار وزن ۰/۳۲۱، اعتبارات بانکی با مقدار وزن ۰/۳۱۱، شبکه تعامل در روستا با مقدار وزن ۰/۳۰۰، بیشترین و کمترین میزان تاثیرگذاری را در توسعه کسب و کارهای گردشگری در روستاهای هدف گردشگری به خود اختصاص داده‌اند.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]



شکل ۳. میزان اهمیت هر یک از سازه‌های مداخله‌گر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری

همچنین در سازه‌های مداخله‌گر همانطور که در جدول (۲) و شکل (۳) ملاحظه می‌گردد، به ترتیب: مدیریت یکپارچه با مقدار وزن ۰/۳۱۴، برنامه‌ریزی کارآمد با مقدار وزن ۰/۳۱۰، کاهش فساد و تبعیض با مقدار وزن ۰/۲۸۹ و اطلاع‌رسانی به روستاییان با مقدار وزن ۰/۲۷۷، بیشترین و کمترین میزان تأثیرگذاری را شامل شده‌اند.

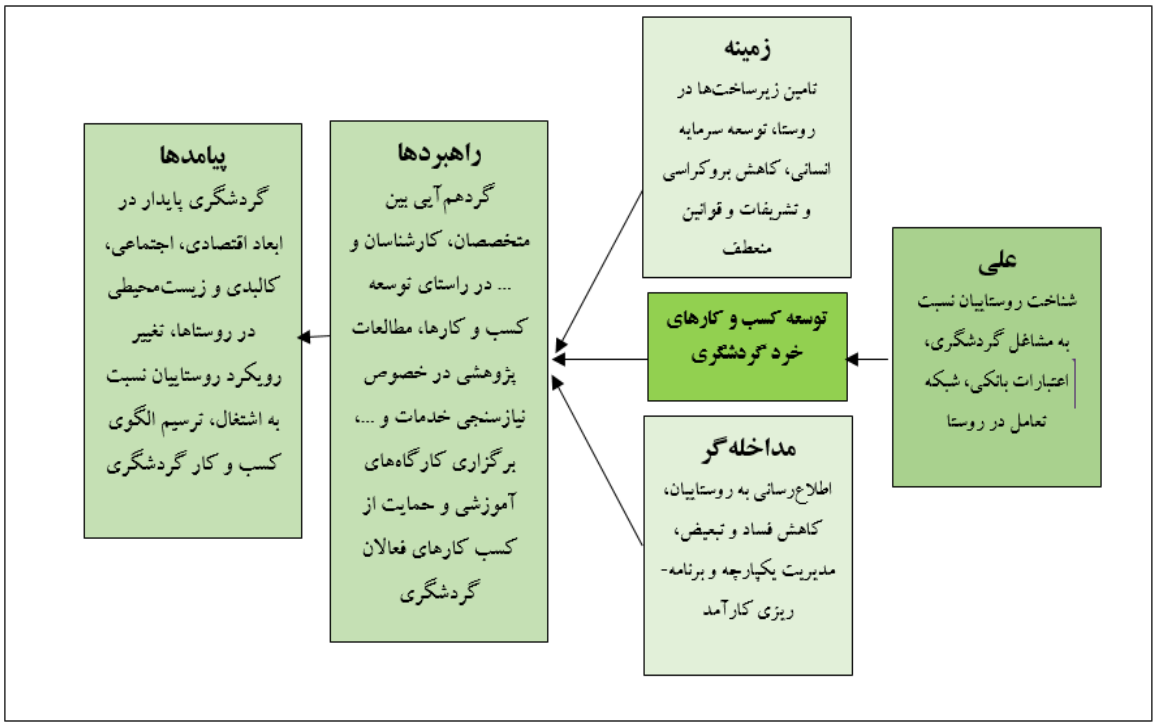


شکل ۴. میزان اهمیت هر یک از سازه‌های زمینه‌ای در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری

در بین سازه‌های زمینه‌ای، به ترتیب: تامین زیرساخت‌ها در روستا با مقدار وزن ۰/۳۲۰، کاهش بروکراسی و تشریفات با مقدار ۰/۳۱۵، توسعه سرمایه انسانی با مقدار ۰/۳۱۰ و قوانین منعطف با مقدار ۰/۳۰۷، بیشترین و کمترین میزان تأثیرگذاری را در توسعه کسب و کارهای گردشگری در روستاهای هدف گردشگری به خود اختصاص داده‌اند.

از این رو، پس از نتایج به دست آمده، مدل پارادایمیک سازه‌های مؤثر در توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای گیلان ترسیم شدشکل (۵).

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]



شکل ۵. مدل پارادایمیک سازه‌های توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای گیلان

بحث

روستاهای استان گیلان، به دلیل نقش کلیدی که امروزه در اثرگذاری در زمینه‌های امنیت غذایی، جمعیت و حتی سرچشمه‌های مهاجرت در شرایط کنونی دارند و همچنین با توجه به نابسامانی‌هایی که در اثر رشد برنامه‌ریزی نشده جمعیت روستاها، گسترش بی‌برنامه اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و فرهنگی سکونتگاه‌های روستایی و استفاده بی‌رویه از محیط زیست روستایی در دهه‌های اخیر ایجاد شده است، بر لزوم توجه به پایدارسازی کسب و کارهای خرد از سوی جامعه محلی با مبتنی بر نقش گردشگری در آنها افزوده شده است. آمار مهاجرت‌های بی‌رویه روستایی و مشکلاتی که مهاجران فقیر با خود به مقصدهای مهاجرت می‌برند، حاکی از تبعات غفلت از روستاهاست که به عنوان چالش‌های اساسی پیش روی مدیران و برنامه‌ریزان امر قرار دارد، بنابراین توجه به پایدارسازی کسب و کارهای خرد نیازمند پژوهش‌های جدی‌تر و منظم‌تر است.

با مروری بر یافته‌های به دست آمده، آینده کسب و کارهای گردشگری در روستاهای مورد مطالعه در استان گیلان، بر حول محور سازه‌های علی (شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری، اعتبارات بانکی، شبکه تعامل در روستا)، سازه‌های مداخله‌گر (اطلاع‌رسانی به روستاییان، کاهش فساد و تبعیض، مدیریت یکپارچه و برنامه‌ریزی کارآمد) و سازه‌های زمینه‌ای (تأمین زیرساخت‌ها در روستا، توسعه سرمایه انسانی، کاهش بروکراسی و تشریفات و قوانین منعطف) است. از این رو، نتایج مبنی بر تأثیر قوانین منعطف بر کسب و کار در بخش گردشگری با مطالعه فرزین و همکاران (۱۳۹۹)، مطابقت دارد. همچنین در مطالعه دیگر توسط فستیوس و اوموبوی[1] (۲۰۱۵)، مسائلی از قبیل قوانین در مدیریت گردشگری، آگاهی، حمایت‌های مالی در توسعه گردشگری، مورد بررسی قرار گرفت که با نتایج مطالعه حاضر همخوانی دارد. از سوی دیگر نتایج تحقیق، با مطالعه چراغی (۱۴۰۱)، با محوریت ارائه اعتبارات مالی توسط بانک‌ها به عنوان جذاب‌ترین راهبرد جهت توسعه کسب و کار روستایی، و مطالعه دالیچ و پریچ[2] (۲۰۱۸)، مبنی بر اینکه رهبری و حکمروایی خوب در توسعه اکوسیستم کسب و کارها موثر است، همخوانی دارد. همچنین نتایج نیز نشان داد، در بین سازه‌های، شناخت روستاییان نسبت به مشاغل گردشگری با مقدار وزن ۰/۳۲۱، در سازه‌های مداخله‌گر؛ مدیریت یکپارچه با مقدار

[1] - Festus & Omoboye
[2] - Delić & Perić

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

وزن ۰/۳۱۴، در سازه‌های زمینه‌ای، تأمین زیرساخت‌ها در روستا با مقدار وزن ۰/۳۲۰ بیشترین میزان تاثیرگذاری را در توسعه کسب و کارها به خود اختصاص داده‌اند.

در ادامه نیز، در راستای ترسیم مدل پارادایمیک توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری، راهبردهای گردهم‌آیی بین متخصصان، کارشناسان و مدیران سازمان‌های مرتبط با گردشگری در راستای توسعه کسب و کارهای خرد در روستاها، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای روستاییان برای بهبود کسب و کار و نحوه تعامل با گردشگران، مطالعات پژوهشی در خصوص نیازسنجی خدمات و زیرساخت‌های گردشگری در روستاهای گیلان با دید سیستماتیک و حمایت از کسب و کارهای فعالان گردشگری)، پیشنهاد شد. سپس پیامدهای حاصل از توسعه کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای هدف گیلان شامل: (گردشگری پایدار در ابعاد اقتصادی، اجتماعی، کالبدی و زیست‌محیطی در روستاها، تغییر رویکرد روستاییان نسبت به اشتغال در روستا با تمرکز بر گردشگری، ترسیم الگوی کسب و کار گردشگری بر اساس تجربه زیستی روستاییان گیلان)؛ هستند.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با هدف تحلیل پارادایمیک سازه‌های توسعه‌ای کسب و کارهای خرد گردشگری در روستاهای استان گیلان انجام و نتایج زیر حاصل شد:

بسیاری از روستاییان در حوزه کسب‌وکارهای خدماتی، به‌ویژه گردشگری، آگاهی کافی از تنوع فعالیت‌های ناشی از گردشگری و تأثیرات مثبت این فعالیت‌ها بر توسعه مناطق روستایی ندارند. محدودیت در ارائه آموزش‌ها و افزایش آگاهی در این زمینه نیز به‌عنوان یک چالش اساسی مطرح است. از نکات حائز اهمیت در توسعه کسب‌وکارهای خرد گردشگری، آشنایی روستاییان کارآفرین با مهارت‌های جذب گردشگر و بهره‌برداری از ظرفیت نخبگان و افراد تحصیل‌کرده روستایی برای راهبری و ورود به بازار گردشگری است. همچنین با توجه به این‌که بانک‌ها از متقاضیان وام انتظار ارائه طرح توجیهی دارند، برگزاری کلاس‌های آموزشی مرتبط با نگارش طرح توجیهی در روستاها می‌تواند به بهبود دسترسی روستاییان به تسهیلات مالی و اجرای پروژه‌های گردشگری کمک شایانی کند. علاوه بر این، ارائه حمایت و راهنمایی به روستاییان می‌تواند به آنان کمک کند تا با آگاهی و شناخت بیشتری به انتخاب و راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در حوزه گردشگری بپردازند. هر دو گروه مورد بررسی (متخصصان و کارآفرینان روستایی فعال در گردشگری) تأکید داشتند که بهره‌گیری از تجربیات سایر کارآفرینان موفق روستایی در این حوزه می‌تواند بستری مناسب برای ایجاد نوآوری در کسب‌وکارها فراهم کند.

تفکر گروهی و تبادل نظر میان کارآفرینان روستایی، به خلق ایده‌های نوآورانه و پذیرش فرهنگ نوآوری در کسب‌وکارهای روستایی کمک شایانی می‌کند. این رویکرد، نه تنها موجب تقویت همکاری‌ها می‌شود، بلکه نقشی کلیدی در توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی ایفا می‌نماید. بسیاری از روستاییان اطلاعات کافی در زمینه کسب‌وکارهای گردشگری ندارند؛ به همین دلیل ضروری است که سازمان‌های مسئول اقداماتی انجام دهند تا اطلاعات جامعی در اختیار روستاییان قرار گیرد. این اطلاعات باید شامل نقاط قوت، ضعف، تهدیدات و فرصت‌های موجود برای توسعه کسب‌وکارهای خرد گردشگری باشد و ابعاد مختلف این حوزه، از جمله اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و سایر جنبه‌ها را پوشش دهد. ایجاد این آگاهی می‌تواند به تصمیم‌گیری بهتر و آگاهانه‌تر روستاییان در زمینه انتخاب و توسعه کسب‌وکارها کمک کند و در نهایت موجب رونق اقتصادی و پایداری در مناطق روستایی شود. همچنین نتایج مطالعه نشان داد که ایجاد برابری در ارائه خدمات حمایتی میان روستاهای مختلف استان و کاهش فساد اداری در سازمان‌های ذی‌ربط می‌تواند به‌عنوان یک عامل کلیدی در توسعه کسب‌وکارهای گردشگری شناخته شود. از سوی دیگر، بسیاری از مدیران سازمان‌ها و حتی مدیران روستایی بر این باورند که حمایت از فعالیت‌های روستایی تنها در صورتی ضروری است که این فعالیت‌ها سود اقتصادی بالایی داشته باشند. این نگرش منجر به آن شده است که در ارائه خدمات حمایتی به برخی روستاها و کسب‌وکارها کوتاهی شود.

مدیریت یکپارچه یکی دیگر از عوامل کلیدی در توسعه کسب‌وکارهای خرد گردشگری در استان گیلان به شمار می‌رود. این سازه شامل مفاهیمی نظیر همکاری و انسجام بین سازمان‌های مسئول، همبستگی و مشارکت بین مدیران روستایی و روستاییان،

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

توسعه حکمروایی خوب در روستاها و تقویت مدیریت واحد است. تغییر رویکرد توسعه و حرکت به سمت تمرکززدایی می‌تواند نقشی اساسی در پویایی و بقای کسب‌وکارهای خرد روستایی ایفا کند. این تغییرات می‌توانند به بهبود بهره‌وری و هماهنگی در مدیریت منابع، افزایش ظرفیت‌های محلی و ارتقای کیفیت زندگی در مناطق روستایی کمک کنند.

دسترسی به ارتباطات از راه دور، افزایش پهنای باند، و ایجاد زیرساخت‌های اساسی از جمله جاده‌های مناسب، از اقدامات حیاتی برای توسعه‌ی روستاهای هدف به شمار می‌آیند. متأسفانه، قوانین و مقررات پیچیده و دست‌وپاگیر در بسیاری از سازمان‌های ذی‌ربط، موانع جدی برای کسب‌وکارهای گردشگری ایجاد کرده‌اند. این امر موجب خستگی و منصرف شدن بسیاری از روستاییان از ادامه‌ی مسیر در فرآیند دریافت مجوزهای لازم برای راه‌اندازی کسب‌وکار خود شده است. بنابراین، ضروری است که تشریفات اداری مرتبط با ثبت‌نام و اخذ مجوز برای کسب‌وکارها ساده‌سازی شوند تا شرایط برای توسعه اقتصادی و اجتماعی در این مناطق فراهم گردد. از این رو پیشنهاد می‌شود به منظور حمایت از کسب‌وکارهای گردشگری در روستاهای هدف، مطالعه‌ای جامع و سیستماتیک در خصوص نیازها، خدمات و زیرساخت‌های گردشگری این مناطق صورت گیرد. همچنین، با برگزاری دوره‌های آموزشی، می‌توان بر تقویت مهارت‌های تعامل روستاییان کارآفرین با گردشگران تمرکز کرد و راهکارهایی برای بهبود و توسعه کسب‌وکارهای محلی ارائه داد. در نهایت در راستای نتایج تحقیق، راهکارهای ذیل پیشنهاد شد:

- لازم است آموزش‌های عمومی، تخصصی و کاربردی در زمینه شناخت کسب‌وکارهای گردشگری و آگاهی از نقش و اهمیت آن‌ها در پایداری سکونتگاه‌های روستایی در استان گیلان تقویت شود. این آموزش‌ها باید شامل مسئولین، نخبگان روستایی و مردم محلی باشد تا با افزایش دانش و مهارت‌های لازم، ظرفیت‌های گردشگری این منطقه به بهترین شکل ممکن بهره‌برداری شود و توسعه پایدار محقق گردد.؛ و
- توصیه می‌شود که به منظور تنظیم و تقویت مناسبات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی در نواحی روستایی استان گیلان، یک محیط نهادی و نظام مدیریتی یکپارچه ایجاد شود. این نظام مدیریتی می‌تواند با مشارکت کارشناسان و متخصصان از حوزه‌های مختلف، از جمله سازمان‌های میراث فرهنگی و گردشگری، جهاد کشاورزی، منابع طبیعی، آبخیزداری و محیط زیست، مراکز تحقیقاتی، تعاونی‌های روستایی و بانک کشاورزی، شکل گیرد. هدف از این ساختار یکپارچه، حمایت از برنامه‌ها و پروژه‌های محرک و پیشران برای توسعه کسب‌وکارهای گردشگری و توانمندسازی جوامع روستایی است تا با ایجاد انسجام سازمانی، توسعه پایدار در این مناطق تحقق یابد.

ملاحظات اخلاقی

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنها است.

مشارکت نویسندگان

نویسنده اول: تهیه و آماده‌سازی نمونه‌ها، انجام آزمایش و گردآوری داده‌ها، انجام محاسبات، تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها، تحلیل و تفسیر اطلاعات و نتایج، تهیه پیشنویس مقاله.

نویسنده دوم: طراحی پژوهش، نظارت بر مراحل انجام پژوهش، بررسی و کنترل نتایج، اصلاح، بازبینی و نهایی‌سازی مقاله.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

این پژوهش و مقاله حامی مالی ندارد.

سپاسگزاری

از عوامل علمی و اجرایی نشریه و نیز از خبرگان حاضر در پژوهش کمال تقدیر و تشکر به عمل می‌آید.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

منابع

اکبری‌سامانی، ناهید؛ بدری، علی و رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۹). ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان تهران). *پژوهش‌های روستایی*، ۱۱(۳)، ۵۵۶-۵۷۵. https://doi.org/ 10.22059/jrur.2020.294235.1435

بلالی، مریم؛ معین‌فرد، محمدرضا؛ حامدی‌نیا، محمدرضا و امیر احمدی، ابولقاسم (۱۳۹۷). بررسی دیدگاه مدیران و کارشناسان در مورد توسعه صنعت گردشگری ورزشی در استان خراسان رضوی، *نشریه مدیریت ورزشی*، ۴(۱۳)، ۱۲۱-۲۸۵. https://doi.org/10.22059/jsm.2012.28720

جوان، فرهاد (۱۴۰۰). تبیین نظام توزیع منافع گردشگری در ناحیه روستایی رضوانشهر، *روستا و توسعه پایدار فضا*، ۲(۲)، ۶۹-۹۴. https://doi.org/ 10.22077/vssd.2021.4838.1050

چراغی، مهدی (۱۴۰۱). راهبردهای توسعه کسب و کارهای گردشگری روستایی مطالعه موردی: استان زنجان. *پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی*. ۳(۷)، ۴۲-۶۳. https://doi.org/20.1001.1.27173747.1401.3.7.3.8

حیدری‌چیانه، رحیم (۱۳۹۳). *مبانی برنامه‌ریزی صنعت گردشگری*، تهران: انتشارات سمت.

رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۴). *توسعه گردشگری روستایی (با رویکرد گردشگری پایدار)*، انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.

سامیان، مسعود؛ موحدی، رضا و انصاری، الهام (۱۳۹۴). بررسی راهکارهای ایجاد کسب و کارهای خرد روستایی با تاکید بر کارآفرینی روستایی، *فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی*. ۱۳(۴۷)، ۳۷-۴۱.

سجاسی‌قیداری، حمدالله؛ شایان، حمید و حسینی کهنوج، رضا (۱۳۹۷). شناسایی عوامل موثر بر شکست کسب و کارهای کارآفرینان محلی با روش تئوری بنیانی و رویکرد آینده‌پژوهی (مطالعه موردی: گلخانه‌داران مناطق روستایی شهرستان جیرفت). *برنامه‌ریزی و آمایش فضا*. ۲۲(۱)، ۱۵۴-۱۸۶. https:// hsmsp.modares.ac.ir/article-21-16099-fa.html

فرزین، محمدرضا؛ حسن‌پور، محمود؛ محمودزاده، سید مجتبی و عرب مازار زدی، علی (۱۳۹۹). تحلیلی نهادگرایانه بر فضای کسب و کار و کارآفرینی بخش گردشگری ایران، *فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵(۵۰)، ۱-۳۴. https://doi.org/10.22054/tms.2020.42394.2139

عبداله‌زاده، غلامحسین و خواجه شاهکویی، علیرضا (۱۳۹۲). شناسایی و تبیین عوامل موثر بر موفقیت کسب و کارهای گردشگری در نواحی روستایی (مورد مطالعه: روستای زیارتی شهرستان گرگان)، *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۵(۲)، ۹۳-۱۰۸. https://doi.org/20.1001.1.66972251.1392.5.2.6.1

عنابستانی، علی‌اکبر و اکبری، محمدحسن (۱۳۹۱). ارزیابی طرح‌های هادی و نقش آن در توسعه کالبدی روستا از دیدگاه روستائیان (مطالعه موردی: شهرستان جهرم). *پژوهش‌های جغرافیای انسانی*، ۴۴(۴)، ۹۳-۱۱۰. https://doi.org/ 10.22059/jhgr.2013.29386

طیبی، علی؛ پرهیزگار، محمد مهدی؛ امینی، محمد تقی و شیرمحمدی، یزدان. (۱۴۰۰). طراحی و تبیین الگوی کسب و کارهای گردشگری با رویکرد توسعه پایدار، *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۰(۳۶)، ۲۱۹-۲۴۴. https://doi.org/10.22080/JTPD.2021.19291.3329

کاویانی، ابوطالب؛ رحمانی، بیژن؛ رضویان، محمدتقی و علیپور نخی، عباس (۱۳۹۷). ارزیابی نقش و تاثیر توسعه‌ی فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استرآباد جنوبی در شهرستان گرگان)، *فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*. ۱۰(۳۸)، ۲۵۱-۲۷۵. https://doi.org/20.1001.1.66972251.1397.10.2.28.8

کریم‌زاده، حسین و ولائی، محمد (۱۴۰۰). تحلیل نقش توسعه گردشگری در رونق کسب و کارهای خرد روستایی مطالعه موردی: در دهستان باروق شهرستان میاندوآب. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۱۰(۳)، ۱۴۷-۱۶۶. https://doi.org/10.22034/JTD.2021.207527.1868

محسنی، رضاعلی (۱۳۸۸). گردشگری پایدار در ایران، کارکردها، چالش‌ها و راهکارها، *مجله فضای جغرافیایی*، ۹(۲۸)، ۱۷۱-۱۴۹.

مرادی، محمود؛ بهادرانی، بتول؛ ضیایی، محمود و اکبراقلی، فرحناز (۱۴۰۱). تبیین فضای خوشه‌های گردشگری با تاکید بر کسب و کارهای کوچک روستایی در ناحیه طبس، *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۱۳(۵۰)، ۱۷-۳۹. https://doi.org/10.22069/JEAD.2023.21802.1763

مودودی‌ارخودی، مهدی؛ فردوسی، سجاد و نجفی، عصمت (۱۴۰۳). عوامل موثر بر بازاریابی گردشگری در مناطق روستایی (مورد مطالعه: مناطق روستایی شهرستان قائنات). *نشریه مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۱۱(۱)، ۱۰۱-۱۲۴. https://doi.org/10.22069/JEAD.2023.21802.1763

مقصودی، مهران؛ شمسی‌پور، علی‌اکبر؛ نوربخش، سیده‌فاطمه و یزدان‌پناه اسرمی، مهدی (۱۳۹۱). تحلیل و ارزیابی پتانسیل‌ها و راهبردهای توسعه‌ی اکوتوریسم در منطقه‌ی مرنجاب، *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۳(۷)، ۲۵-۴۱. https:// https://jargs.hsu.ac.ir/article_161300.html

نجفی‌کانی، علی‌اکبر؛ نجفی، کبری. (۱۴۰۰). ظرفیت‌سنجی گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه فضایی و اقتصادی نواحی ییلاقی، مورد بخش مرکزی شهرستان دماوند. *فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۰ (۳۵)، ۶۹-۹۰. https:// 20.1001.1.23222131.1400.10.35.3.1

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

References

Abby, L. Geifrey, W. (2006). Planning tourism employment: a developing county perpective. *Tourism Mangement*, 27, 159-170. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.004

Abdullahzadeh, Gh., and Khajeh Shahkoui, A. (2012). Identifying and explaining factors affecting the success of tourism businesses in rural areas (case study: Pilgrimage village of Gorgan couny), *New attitudes in human geography*, 5(2), 93-108. (in Persian) https://doi.org/20.1001.1.66972251.1392.5.2.6.1

Akbari Samani, N., Badri, S. A., rezvani, M. R., & Salmani, M. (2020). Performance Evaluation of Elements of Rural Tourism Entrepreneurship Ecosystem; Case Study: Tehran Province. *Journal of Rural Research*, *11*(3), 556-575. (in Persian) https://doi.org/20.1001.1.20087373.1399.11.3.11.4

Alhammad, F. A. (2019). Trends in Tourism Entrepreneurship Research: A Systematic Review. *Jordan Journal of Business Administration*, 6(1), 207-330. https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13838.38723

Anabestani, A., & Akbari, M. H. (2013). Assessment of Rural Guidance plans and Its Role in Rural Physical Development from the Villagers'View (Case Study: Jahrom County). *Human Geography Research*, 44(4), 93-110. (in Persian) https://doi.org/10.22059/JHGR.2013.29386

Belali, M., Moinfard, M., Hamediniya, M., & Amirahmadi, A. (2012). The Viewpoints of Managers and Experts on the Development of Sport Tourism Industry in Khorasan Razavi. *Sport Management Journal*, 4(13), 185-202. (in Persian) https://doi.org/10.22059/jsm.2012.28720

Booth, P., Chaperon, S. A., Kennell, J. S., & Morrison, A. M. (2020). Entrepreneurship in island contexts: A systematic review of the tourism and hospitality literature. *International Journal of Hospitality Management*, 85: 102438. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102438

Cheraghi, M. (2022). Rural Tourism Business Development Strategies (The Case of study: Zanjan province). *Economic Geography Research*, 3(7), 42-63. (in Persian) https://doi.org/20.1001.1.27173747.1401.3.7.3.8

Christina, B., Neelufer, A. and AlAmri, S. (2014). Challenges and barriers encountered by the SMEs owners in Muscat. *Journal of Small Business and Entrepreneurship Research*, 12(3), 1-13. https://eajournals.org/ijsber/vol-2issue3september-2014/challenges-barriers-encountered-smes-owners-muscat/

Chen,B., Qiu, Z.Usio N, Nakamura K. (2018). Tourism Imapact on Rural Livelhood in the Sustainabilitty of on Aging Community in Jpan. *Sustainabilitty*. 10 (8). 2896. https://www.mdpi.com/2071-1050/10/8/2896

Delić, A., & Perić, D. (2018). Influence of Business Ecosystem on Rural Tourism Development. *In Interdisciplinary Management Research*. 12(3), 78-93. https://www.croris.hr/crosbi/publikacija/prilog-skup/663430

Dins,I. Simoes, O. Cruz, C. Teodor, A. (2019). Understanding the impact of intenntions in the adoption of local development parties by rural tourism hosts in Portugal. *Journal of rural Studies*. 72. 92-103. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2019.10.002

Fahimi, A. Akbari, S. Seraj, M. Akadiri, A. C. (2018). Testing the role of tourism and human caoital development in economic growth. A. panel causality study of micro states. *Tourism Management Perpective*, 28. 62-70. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.08.004

Farzin, M. R., Hassan Pour, M., Mahmoud Zadeh, S. M., & Arab Mazar Yazdi, A. (2020). An institutional Analysis of Tourism Business Environment and Entrepreneurship of Iran. *Tourism Management Studies*, 15(50), 1-34. (in Persian) https://doi.org/10.22054/tms.2020.42394.2139

Festus, I. A., & Omoboye, I. F. (2015). Rural Tourism in Ekiti State, Nigeria: Issues, Trajectories, Opportunities Entrepreneurship and Implications for Rural Business Development. *American Journal of Tourism Management*, 4 (1), 18-25. https://www.semanticscholar.org/paper/Rural-Tourism-in-Ekiti-State%2C-Nigeria%3A-Issues%2C-and-Festus Omoboye/fb0e3cd3ee4a95eb9428efab87a12127020be9d9

Heydari Chianeh, R. (2013). *The basics of tourism industry planning*. Tehran: Samt Publications. (in Persian).

Hjalager, A. M., Kwiatkowski, G., & Østervig Larsen, M. (2018). Innovation gaps in Scandinavian rural tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism*, 18(1), 1-17. https://doi.org/10.1080/15022250.2017.1287002.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

Jaffar, M. Rasoolimanesh, S. M. (2015). Tourism growth and entrepreneurship. Empirical analysis of development of rural highlands, *Tourism Management Perspectives*, 14. 17-24. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.02.001

Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J., Peña-Sánchez, A. R., & López-Sánchez, J. A. (2020). A Bibliometric Analysis of Sports Tourism and Sustainability (2002–2019). *Sustainability*, 12(7): 2840. https://doi.org/10.3390/su12072840

Jones, P., Ratten, V., & Hayduk, T. (2020). Sport, fitness, and lifestyle entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journ*al, 1-11. https://doi.org/10.1007/s11365-020-00666-x

Javan, F. (2021). The Explantion of Tourism Benefits System Distribution Rezvanshahr Rural Area. *Village and Space Sustainable Development*, 2(2), 69-94. https://doi.org/10.22077/vssd.2021.4838.1050

Karimzadeh, H., & Valaei, M. (2021). Analyzing the Role of Tourism Development in Boosting Small Rural Revenues Case Study: Barough District, Miandoab County. *Journal of Tourism and Development*, 10(3), 147-166. (in Persian) https://doi.org/10.22034/JTD.2021.207527.1868

Kaviani, A., Rahmani, B., Razovian, M. T., and Alipour Nakhi, A. (2017). Evaluating the role and impact of the development of tourism entrepreneurship business environment in order to achieve sustainable rural development (case example: Southern Estrabad district in Gorgan county), *New Attitudes Quarterly in Human Geography*. 10(38), 251-275. (in Persian) https://doi.org/20.1001.1.66972251.1397.10.2.28.8

Krittipat, P., Parinya, N. (2018). Data mining approach for arranging and clustering the agrotourism activities in orchard, Kasetsart Journal of Social Sciences 39 pp407-413, *journal homepage*. http://www. elsevier. Com/locate/kjss.

Galvao, Anderson Rie et al. (2020). Staleholders role in entrepreneurship education and training programmes with impacts on regional development. *Journal of Rural Studies*. 74.169. https://ui.adsabs.harvard.edu/abs/2020JRurS..74..169G/abstract

Guo, S. & Zhao, H. (2017). Fuzzy best-worst multi-criteria decision-making method and its applications. *Knowledge-Based Systems*, 121(2), 23-31. https://faratarjome.ir/u/media/shopping_files/store-EN-1517825934-6043.pdf

Maghsodi, M., Shamsipour, A., Noorbakhsh, F., & Yazdan Panah Esrami, M. (2012). Analyzing and evaluating the potentials and strategies of ecotourism development in Maranjab region. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 3(7), 25-41. (in Persian)

Maksimovic, M., Mihajlovic, D., & Urosevic, S. (2015). Economic effects of rural tourism in Eastern Serbia based on the concept of sustainable development. *Quaestus*, (6), 41. https://link.springer.com/article/10.1007/s11365-020-00666-x

Melichová, K., & Majstríková, Ľ. (2017). Is Rural Tourism a Perspective Driver of Development of Rural Municipalities? The Case of Slovak Republic. *Acta regionalia et environmentalica*, 14 (1), 1-6. https://doi.org/10.1515/aree-2017-0001

Mododi Arkhodi, M., Ferdowsi, S., & Najafi, E. (2024). Factors Affecting Tourism Marketing in Rural Areas (Rural Areas of Qaenat County as a Case Study). J*ournal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*. 11(1), 101-124. (in Persian) https://doi.org/10.22069/JEAD.2023.21802.1763

Mohseni, R. A. (2009). Sustainable tourism in Iran, its functions, challenges and solutions, *Journal of Geographical Space*. 9(28), 149-171. (in Persian)

Moradi, M., Bahadorani, B., Ziaei, M., & Akbaragheli, F. (2023). Spatial Explanation of Tourism Clusters with an Emphasis on Small Businesses in Rural Areas of Tabas Region. *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 13(50), 39-17. (in Persian) https://doi.org/10.22034/JARGS.2023.373969.0

Pardo, C, & Alfonso, W, (2017). Applying 'attribution theory' to determine the factors that lead to the failure of entrepreneurial ventures in Colombia. *Journal of Small Business & Enterprise Development*, 13(4), 58-64. https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2016-0167

Paresishvli, O. Kvaratskhelia, L. Mirzaeva, V. (2017). Rural tourism as a promisisng trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities Peculiaritites, *Annals of Agraians Science*. 15(3). 344-348. https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.07.008

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

Perfetto, M. C., & Vargas-Sánchez, A. (2018). Towards a Smart Tourism Business Ecosystem based on Industrial Heritage: research perspectives from the mining region of Rio Tinto, Spain. *Journal of Heritage Tourism*, 13(6), 528-549. https://doi.org/10.1080/1743873X.2018.1445258.

Rezvani, M. (2014). *Development of rural tourism (with a sustainable tourism approach)*. Tehran University Press, second edition. (in Persian)

Riensche, M., Castillo, A., Flores-Díaz, A., & Maass, M. (2015). Tourism at Costalegre, Mexico: An ecosystem services-based exploration of current challenges & alternative futures. *Futures*, 66(3), 70-84. https://doi.org/10.1016/j.futures.2014.12.012

Rezaei, J. (2015). Best-worst multi-criteria decision-making method. *Omega*, 53(1), 49-57 https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0305048314001480

Samian, M., Movhedi, R., and Ansari, E. (2014). Examining solutions for creating small rural businesses with an emphasis on rural entrepreneurship. *the quarterly journal of agricultural engineering and natural resources*. 13(47), 37-41. (in Persian)

Sarosa, S. (2007). *The information technology adoption process within Indonesian small and medium enterprises*. University of Technology, Sydney.

Sojasi Qeidari, H., shayan, H., Hosseini Kahnooj, S. R. (2018). Identifying Factors Affecting on Entrepreneurs Local Business Defeat by Fundamental Theory and Futuristic Approach. *MJSP*, 22 (1):154-186. (in Persian) http://hsmsp.modares.ac.ir/article-21-16099-fa.html

Stabler, M.J. Papatheodoro, A. Sinclair. M.T. (2010). The economics of tourism Abingdon: Routledge.

Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259-271. https://doi.org/10.1002/sd.2133

Tayebi, A., Parhizghar, M., Amini, M. T., & Shermohammadi, Y. (2021). Designing and explaining the model of tourism businesses with a sustainable development approach. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(36), 219-244. (in Persian) https://doi.org/10.22080/JTPD.2021.19291.3329

Widyaningsih, H., Yulianti, E., Hernawan, H., & Yusmawati, Y. (2020). February. The Impact of Sport Tourism as a Tourism Sector Analysis in Kepulauan Seribu, Indonesia. In 4th International Conference on Sport Science, *Health, and Physical Education (ICSSHPE 2019) Atlantis Press*. 50-52. https://doi.org/10.2991/ahsr.k.200214.014

Zhang, M., Macpherson, A., & Jones, O. (2006). Conceptualizing the learning process in SMEs Improving innovation through external orientation. *International Small Business Journal*, 24 (3), 299-323. https://doi.org/10.1177/0266242606063434

Zhou, J. (2021). Statistical RESEARVH ON THE Development of Rural Tourism Economy Industry under the Background of Big Data. *Mobile Information Systems*. (3), 1-11. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1155/2021/9152173

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-30]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]
[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]

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

[DOR: 20.1001.1.23222131.1403.13.50.4.3]

[DOI: 10.61186/serd.13.50.8]