



# Small and Medium Businesses in the Shemiranat Tourist villages



## ARTICLE INFO

### Article Type

Original Research

### Authors

Momenzadeh Sh.<sup>1</sup> MSc  
Ghadiri M.\*<sup>1</sup> PhD  
Faraji Sokbar H.A.<sup>1</sup> PhD  
Torkashvand Z.<sup>1</sup> PhD  
Khorasani M.A.<sup>1</sup> PhD

### How to cite this article

Momenzadeh Sh, Ghadiri M, Faraji Sokbar HA, Torkashvand Z, Khorasani MA. Small and Medium Businesses in the Shemiranat Tourist villages. Geographical Research. 2023;38(2):287-298.

<sup>1</sup> Department of Human Geography and Planning, Faculty of Geography, University of Tehran, Tehran, Iran

### \*Correspondence

Address: Faculty of Geography, University of Tehran, Azin Alley, Vasal Shirazi Street, Enghelab Square, Tehran, Iran. Postal Code: 1411785-3933

Phone: +98 (21) 66416179

Fax: +98 (21) 664093481

mghadiri@ut.ac.ir

### Article History

Received: May 26, 2023

Accepted: July 3, 2023

ePublished: -

## ABSTRACT

**Aims** One of the effective approaches to enhance the motivation of rural communities is to engage in entrepreneurial activities within the domain of rural tourism. In order to accomplish this objective, it is crucial to identify captivating destinations, evaluate the present condition of rural societies, and recognize the inherent talents and abilities of the rural inhabitants. The primary purpose of this study is to identify the prospects for the establishment of small and medium-sized enterprises focused on tourism within the villages of the Shemiranat region.

**Methodology** This descriptive-analytical research has a practical perspective in relation to its objectives. The statistical population comprises the villages situated in three rural districts, namely Lavasan bozorg, Lavasan Koochak, and Rudbar Qasran, which selected through the employment of spatial cluster sampling method. Furthermore samples were chosen based on their availability and utilizing the snowball method, resulting in a total sample size of 313 participants. Data collection was conducted using field studies and a researcher-made questionnaire. The reliability and validity of the data collection tools were determined using Cronbach's alpha coefficient and content validity method. The gathered data was subjected to analysis employing the T-paired test within the SPSS 22 software.

**Findings** The findings of the study revealed the identification of 6 indicators and 84 components, which were recognized as potential opportunities for the advancement of small to medium-sized enterprises in the examined villages. These opportunities were assessed by means of a questionnaire. Following an expert review, the number of components reduced to 80. The questionnaire's validity was substantiated by the application of Cronbach's alpha coefficient, yielding a value of 0.85. Among the opportunities for tourism development, the following categories were deemed suitable: economic, social-cultural, infrastructural-opportunity, spatial, psychological, and attractive opportunities. Based on the T-paired test, the most crucial opportunities were determined to be the attractive, psychological, and infrastructural ones.

**Conclusion** The villages of the Shemiranat region offer noteworthy prospects across multiple dimensions for the advancement of tourism. These opportunities possess the potential to serve as a catalyst for fostering economic expansion.

**Keywords** Opportunity; Rural Areas; Small and Medium Business; Tourism

## CITATION LINKS

[Akbaba, 2012] Understanding ...; [Bouazza *et al.*, 2015] Establishing ...; [Bayati Khatibi, 2009] Detectioasin using ...; [Bouzar Jomehri & Modudi Arkhodi, 2015] Comparative ...; [Farahani & Hajhosseini, 2014] An evaluation ...; [Ghanbari *et al.*, 2016] Factors ...; [Ghanian *et al.*, 2012] Evaluation of ...; [Hamilpurka, 2012] Agri-Tourism in, ...; [Hamzah *et al.*, 2012] Socio-economic ...; [Hesam *et al.*, 2017] Assessment of ...; [Hosseini nia & Fallahi, 2017] Factors affecting the ...; [Hunt & Michael, 1983] Mentorship: A career ...; [Kohestani *et al.*, 2014] Identify the factors ...; [Khezrpour, 2018] Analysis of the role of ...; [Kotelnikov, 2007] Small and medium ...; [Kumbhar, 2020] Establishment, selection ...; [López-Ortega *et al.*, 2016] Classification of, ...; [Mahdavi *et al.*, 2008] Impact of tourism ...; [Molera & Albaladejo, 2007] Profiling segments of ...; [Omidi & Chaharsooghi Amin, 2018] The role of small home ...; [Perales, 2002] Rural tourism in ...; [Petersen *et al.*, 2012] Business organization...; [Rahimi Kamalabadi *et al.*, 2016] The use of ...; [Radas & Bozic, 2009] The antecedents ...; [Rahmani *et al.*, 2018] Tourism capacity ...; [Rahmati, *et al.*, 2015] Factors affecting small ...; [Rasoolinia, 2014] Evaluation of ...; [Roknodin Eftekhari *et al.*, 2014] Analysis of factors ...; [Romeo Asa & Shalendra Prasad, 2014] Analysis on the ...; [Rostami & Ehsanifar, 2018] Development drivers ...; [Sadeghloo *et al.*, 2017] Analyzing the resilience ...; [Safari *et al.*, 2014] Identification and ...; [Sajasi Gheydari *et al.*, 2015] Assessment and prioritizing ...; [Samian & Movahedi, 2018] Employment obstacles ...; [Schumacher, 2010] Small is beautiful: ...; [Sefidbari *et al.*, 2011] Development of ...; [Shahidi *et al.*, 2009] An investigating of ...; [Shamsara, 2017] Investigating the effects ...; [Shojaeifard, 2020] Empowering and creating ...; [Shrpley & Telfer, 2015] Tourism and development ...; [Songkhla, 2022] Impact of agro-tourism ...; [Stavroulakis *et al.*, 2013] Female entrepreneurship ...; [Su, 2011] Rural tourism in ...; [Tao & Wall, 2009] Tourism as a sustainable ...; [Valaee *et al.*, 2018] Analysis of obstacles ...; [Valentinov & Baum, 2008] The institutional ...; [Wanhill, 2000] Small and medium ...

## شناسایی فرصت‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در روستاهای گردشگری شمیرانات

### شبنم مومن‌زاده MSc

گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### مجتبی قدیری \* PhD

گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### حسنعلی فرجی سبکبار PhD

گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### زهرا ترکاشوند PhD

گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### محمدامین خراسانی PhD

گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران

### چکیده

**اهداف:** یکی از زمینه‌هایی که می‌تواند جامعه روستایی را از رخوت و سستی خارج نماید، ایجاد کسب‌وکار در زمینه گردشگری روستایی است. پیش‌شرط تحقق این مهم، شناسایی کانون‌های دارای مزیت گردشگری و بررسی ظرفیت‌های بالقوه موجود طبیعی و بومی مردمان روستایی است. این پژوهش با هدف شناسایی فرصت‌های نواحی روستایی در راستای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مبتنی بر گردشگری در روستاهای منطقه شمیرانات انجام شد.

**روش‌شناسی:** این پژوهش توصیفی-تحلیلی در روستاهای هدف گردشگری سه دهستان لواسان بزرگ و کوچک و رودبارقصران از شهرستان شمیرانات انجام شد و نمونه‌ها به روش خوشه‌ای فضایی با مدل گلوله‌برفی به تعداد ۳۱۳ نفر انتخاب شدند. اطلاعات از طریق مطالعات میدانی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه محقق‌ساخته گردآوری شدند. برای تعیین پایایی و روایی ابزار پژوهش از روش ضریب آلفای کرونباخ و روش اعتبار محتوا استفاده شد. داده‌ها با استفاده از آزمون T زوجی در محیط نرم‌افزار SPSS 22 تحلیل شد.

**یافته‌ها:** ۶ شاخص و ۸۴ مولفه به عنوان فرصت‌های موثر بر توسعه کسب و کارهای کوچک تا متوسط در روستاهای مورد مطالعه شناسایی و در قالب پرسش‌نامه ارزیابی شد. پس از دو دوره بازبینی خبرگان، تعداد مولفه‌ها به ۸۰ مورد کاهش یافت. اعتبار پرسش‌نامه با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ تایید شد. فرصت‌های مناسب توسعه گردشگری شامل شش فرصت اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، زیرساختی امکاناتی، فضایی، روان‌شناختی و جاذبه‌ای بود که از این میان، فرصت‌های جاذبه‌ای، روان‌شناختی و زیرساختی امکاناتی به عنوان مهم‌ترین فرصت‌های پیش‌رو در محیط‌های روستایی منطقه شمیرانات شناسایی شدند.

**نتیجه‌گیری:** مهم‌ترین فرصت‌های رشد اقتصادی منطقه لواسان جاذبه‌ای، روان‌شناختی و زیرساختی امکاناتی گردشگری است.

**کلیدواژگان:** فرصت، نواحی روستایی، کسب‌وکار کوچک و متوسط، گردشگری

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۱۲

\*نویسنده مسئول: mghadiri@ut.ac.ir

### مقدمه

به‌رغم رشد و رونق بخش‌های مختلف صنعتی، هنوز توسعه نواحی روستایی موفقیت‌آمیز نبوده است [Shahidi et al., 2009]. بیشتر محققان توسعه روستایی معتقدند که راهبردهای گذشته توسعه به دلیل دارا بودن تعصب شهری و تکنوکراتیک خود نتوانسته‌اند نقش مؤثری در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه در مناطق روستایی داشته باشند که همین مساله به بروز و تشدید چالش‌های توسعه-نیافتگی مناطق روستایی دامن زده است. بروز این‌گونه مسایل و عدم توانایی رویکردهای گذشته باعث شده که برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیران با اتخاذ رویکردهای جدید در صدد ارایه راهکارهایی مؤثر در فرآیند توسعه روستایی باشند تا به عنوان یکی از راهبردهای توسعه منطقه‌ای از معضلات و مسایلی که این نواحی گریبان‌گیر آن هستند، بکاهند [Sharply & Telfer, 2002]. براین‌مبنا، بایستی گزینه‌های جدیدی با استفاده از منابع محلی و ظرفیت‌های موجود این مناطق مورد توجه قرار گیرند.

در این رابطه یکی از زمینه‌هایی که می‌تواند حرف جدیدی برای برطرف کردن مشکلات روستاییان داشته باشد و جامعه روستایی را از رخوت و سستی خارج نماید، ایجاد کسب‌وکار در زمینه گردشگری روستایی است [Perales, 2002; Su, 2011]. کسب‌وکار حالتی از مشغولیت و به طور عام، شامل فعالیت‌هایی است که تولید و خرید کالاها و خدمات با هدف فروش آنها را به منظور کسب سود، دربرمی‌گیرد.

طبق نظر هانت و مایکل کسب‌وکار عبارت است از هر نوع کسب‌وکاری که در آن خدمات یا کارهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیاز دارند و مایل به خرید آن هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می‌شود [Hunt & Michael, 1983]. پترسن و همکاران بر این باورند که هر تبادلی که در آن خرید و فروش صورت گیرد، کسب‌وکار نیست، بلکه کسب‌وکار، هر نوع تبادل تکراری و تجدیدشونده خرید و فروش است [Petersen et al., 2012].

باور عمومی این است که تنها هدف کسب‌وکار به‌دست‌آوردن سود اقتصادی است، درحالی‌که این امر واقعیت ندارد. همان‌طور که انسان تنها با هدف خوردن زندگی نمی‌کند، تنها هدف کسب‌وکار هم کسب سود نیست. بنابراین، کسب‌وکارها هم دارای اهداف اقتصادی و هم اهداف اجتماعی هستند [Rahmati et al., 2015; Rahimi Kamalabadi, 2015].

در رویکرد ایجاد کسب‌وکار در زمینه گردشگری، روستاییان عوامل مختلف تولید و بهره‌وری اقتصادی را در زمینه گردشگری گردهم آورده و با تلاش و کوشش خلاقانه، فرصت‌ها را شناسایی و از آنها بهره‌برداری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی خلق می‌کنند که منجر به حداکثرکردن بازده اقتصادی و به حداقل‌رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می‌گردد [Roknodin Eftekhari et al., 2014]; چراکه فضای روستایی

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری توسط یک فرد یا یک گروه کوچک از مردم شکل گرفته و مدیریت می‌شوند و سبک شخصی ساختار مدیریتی دارند [Akbaba, 2012].

بسیاری از پژوهشگران بر این باورند که حل مشکل بیکاری، فقر و دستیابی به توسعه صنعتی در گرو توسعه بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط است [Radas & Bozik, 2009]. در کشورهای در حال توسعه این بنگاه‌ها مهم‌ترین منبع درآمد و محلی برای کارآفرینی و خلق ایده‌های نو به‌شمار رفته و نقش بسیار مهمی در اشتغال‌زایی به‌ویژه برای کارگران با مهارت محدود و زنان کم‌درآمد دارند [Kotelnikov, 2007].

بنابراین گردشگری یکی از مولفه‌های موثر در توسعه پایدار روستایی و رونق کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است که با توجه به ظرفیت‌های موجود در مناطق روستایی می‌توان با توسعه کارآفرینی در بخش گردشگری زمینه اشتغال روستاییان را در محل سکونت خود فراهم نمود و از مهاجرت‌های ناخواسته به مناطق شهری در جست‌وجوی شغل مناسب جلوگیری کرد [Kumbhar, 2012].

کسب‌وکارهای گردشگری فرصتی را برای ارزیابی منابع انسانی، فیزیکی و اقتصادی و نیز ارزیابی گذشته، نیازها و منابع حال و آینده و شناسایی نقاط قوت و ضعف خود برای درگیر شدن در این نوع کسب‌وکارها فراهم می‌کند و این عوامل به ترویج پایداری معیشت که دارای ویژگی‌های اساسی پایداری چون بهره‌وری اقتصادی، عدالت اجتماعی، انسجام اکولوژیکی و انعطاف‌پذیری است، منجر خواهد شد. توسعه کسب‌وکارهای گردشگری می‌تواند منجر به راهبرد امرار معاش محلی یکپارچه شود [Tao & Wall, 2009]. بر این اساس، کسب‌وکار ناشی از گردشگری در بخش روستایی از چندین جنبه دارای اهمیت است.

- نخست این که عاقلانه است؛ یعنی افراد و گروه‌های کاری در محیط روستا توانایی کنترل بیش‌تری بر کار خود خواهند داشت و برای استفاده از آن برای رفع نیازهای خود، از جمله نیاز به رشد و توسعه سالم، فرصت‌های بیش‌تری به‌دست خواهند آورد.

- دوم این که انسانی‌تر است؛ یعنی کار افراد و گروه‌ها در زمینه اموری که با اهداف آنان بیگانه است استفاده نمی‌شود و علاوه بر این موجب استثمار و زیان دیگران نیز نخواهد شد.

- سوم این که با محیط زیست سازگارتر است و بدین‌ترتیب، کار با محیط طبیعی و زیست انسانی هماهنگ خواهد بود و طبیعت را تخریب نخواهد کرد [Kumbhar, 2012].

اساس گردشگری روستایی، ترکیب محیط‌زیست روستایی، فعالیت‌های مزرعه و فرهنگ‌های خاص موجود در روستا به منظور فراهم‌آوردن زمینه تفریح و تنوع برای گردشگران و ایجاد فرصتی برای افراد محلی برای کسب درآمد بیش‌تر، ایجاد اشتغال و آشنایی با فرهنگ‌های مختلف و ایجاد ارتباط با افراد خارج از روستای خود است. ایجاد این فرصت بدون تخریب محیط زیست طبیعی، مدنظر قرار دارد [Roknodin Eftekhari et al., 2014].

براین اساس، گسترش بنگاه‌ها و کسب‌وکارهای خرد روستایی به

یک مقصد کاملاً گردشگری است که افراد را با علایق متفاوتی جذب می‌کند و سود قسمت‌های مختلف گردشگری می‌تواند حیاتی باشد و فرصت‌ها و امکاناتی را به‌ویژه برای اشتغال و درآمد روستایی ایجاد کند و زمینه توسعه کسب‌وکارهای کوچک و کارآفرینی را فراهم سازد [Rostami & Ehsanifar, 2018; Molera & Albadejo, 2007]. بر این پایه، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط از شیوه‌های مطرح اشتغال‌زایی و از بین‌بردن بیکاری و افزایش درآمد مردم روستایی هستند [Samiyan et al., 2015; Sajasi Gheydari et al., 2015; Wanhill, 2000]. در این میان نقاط روستایی به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های گردشگری و زیبایی طبیعی، می‌توانند یکی از کانون‌های گردشگری در قلمرو سرزمینی باشند. بر این اساس، فرصت‌های متعدد گردشگری روستاهای حاشیه شهرهای بزرگ، منبعی برای موقعیت‌های شغلی جدید بوده و مکانی موقت برای فرار از فشارهای مختلف زندگی ماشینی شهری است و اگر به‌درستی با رویکرد کارآفرینانه برنامه‌ریزی و مدیریت شود، فرآیندی نیرومند برای بهره‌وری اقتصادی پایدار و بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت حفاظت از منابع زیستی در مناطق روستایی خواهد بود که نتیجه آن، توسعه اقتصادی و پایداری روستاهای حاشیه کلان‌شهر بوده و شکل‌دهنده و تقویت‌کننده روابط درون‌منطقه‌ای بین کانون‌های شهری و روستایی در زمینه جذب فرصت‌ها و سرریز درآمدهای کانون‌های شهری به روستاها است.

درکل، گردشگری روستایی به عنوان راهبردی توانمند و دارای مزیت نسبی، می‌تواند موجبات تحول اقتصادی را از طریق کارآفرینی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد زمینه لازم برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فراهم آورد. پیش‌شرط تحقق این مهم، شناسایی کانون‌های جاذب دارای مزیت گردشگری، بررسی وضعیت موجود جوامع روستایی در مناطق مورد مطالعه و هم‌چنین شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه موجود طبیعی و بومی مردمان روستایی خواهد بود. باید به‌دنبال اتخاذ شیوه‌های جدید بود تا توسعه کشاورزی و توسعه روستایی در راستای هم‌پیشرفت کنند [Shamsara, 2017; Bouzar Jomhori & Mododi Arkhodi, 2015]. درواقع، لزوم بررسی ظرفیت‌ها و توان‌های مختلف اقتصادی مناطق روستایی که شامل سرمایه‌های جغرافیایی، کیفیت مناظر طبیعی و آثار تاریخی و فرهنگی می‌شود، برای بهبود اقتصاد محلی ضروری است [Mahdavi et al., 2008]. بر این اساس، لازم است کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مرتبط با گردشگری شناسایی و سپس موانع و فرصت‌ها تبیین شوند؛ چون توجه به منابع و قابلیت‌های بالقوه محلی، برای مقابله با چالش‌های موجود در زمینه بیکاری مناطق روستایی، یک ضرورت انکارناپذیر است [Valentinaov & Baum, 2008].

اندازه کسب‌وکار، زمینه فعالیت، ارزش‌داری و غیره از رایج‌ترین شاخص‌های مورد استفاده برای تعریف کسب‌وکارهای کوچک و متوسط به‌حساب می‌آیند [López-Ortega et al., 2016; Sadeghloo et al., 2017]. که در این میان، اندازه یا تعداد کارکنان یکی از شاخص‌های مهم به‌حساب می‌آید. در نتیجه،

آموزش، مشاوره و تجربیات، مهارت و دانش، دسترسی به سرمایه، نوآوری و خلاقیت، آینده‌نگری، تولید، فروش و بازاریابی تولیدات در وضعیت مناسبی نبوده‌اند [Hesam et al., 2017]. هفت زمینه به عنوان فرصت‌های کارآفرینی در صنعت گردشگری در یزد مشخص شده‌اند که فراهم کردن فضا و امکانات تفریحی بالاترین اولویت را در بین موارد شناسایی شده داشته‌اند [Safari & Mohammad Mirzaei Bafghi, 2014]. همچنین کوهستانی و همکاران در پژوهش خود بیان کرده‌اند که عامل سیاسی مهم‌ترین عامل به وجود آمدن فرصت‌های کارآفرینی بوده و بعد از آن عوامل زیرساختی، فضایی، جاذبه‌ای، اقتصادی و اجتماعی در رتبه‌های بعدی قرار داشته‌اند [Kohistani et al., 2014]. رسولی‌نیا معتقد است ظرفیت اجتماعی- فرهنگی و زیرساختی بیش‌ترین تأثیر بر توسعه کارآفرینی و اشتغال در راستای گردشگری پایدار را داشته‌اند [Rasoolinia, 2014]. فراهانی و حاجی‌حسینی، نیز نشان داده‌اند که روستاهای مطالعه شده در هیچ کدام از ابعاد فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی دارای ظرفیت‌های لازم برای توسعه کارآفرینی نبوده‌اند، البته زمینه‌های زیرساختی و فردی بیش‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی داشته‌اند [Farahani & Hajhosseini, 2014]. عوامل اثرگذار بر رشد و موفقیت بنگاه‌های کوچک و متوسط الجزایر در قالب دو دسته عوامل داخلی (ویژگی‌های کارآفرینی، ظرفیت مدیریت، مهارت‌های بازاریابی و ظرفیت‌های فناوری) و عوامل خارجی (قوانین، دسترسی به تأمین مالی و ظرفیت منابع انسانی) دسته‌بندی شده‌اند [Bouazza et al., 2016]. در این راستا، هدف این پژوهش، بررسی فرصت‌های موجود در توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ناشی از گردشگری در روستاهای گردشگری شهرستان شمیرانات در شمال شرق تهران بود.

### روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و در سال ۱۴۰۲-۱۴۰۱ در شهرستان شمیرانات به انجام رسید. جامعه آماری این پژوهش، روستاهای هدف گردشگری شهرستان شمیرانات بود. این شهرستان با مرکزیت شهر تجریش یکی از ۱۶ شهرستان استان تهران است که با مساحتی برابر ۱۱۸۸ کیلومتر مربع در شمالی‌ترین قسمت واقع شده است. منطقه مورد مطالعه از شمال به شهرستان‌های نور و آمل، از شرق به دماوند، از غرب به کرج و از جنوب به تهران محدود می‌گردد. انتخاب محدوده مورد مطالعه بر مبنای معیارهایی چون دارابودن جاذبه‌ها و زمینه‌های گردشگری، نسبت جمعیت گردشگر و موقعیت مکانی بود. از میان دهستان‌های رودبار قصران، دهستان لواسان بزرگ و لواسان کوچک، ۹ روستای نیکنام ده (جمعیت ۱۲۹۷ نفر)، کلان (جمعیت ۶۱۸ نفر)، لواسان بزرگ (جمعیت ۹۷۱ نفر)، افجه (جمعیت ۱۰۷۹ نفر)، برگ جهان (جمعیت ۵۷۷ نفر)، کندعلیا (جمعیت ۱۴۹۲ نفر)، آهار (جمعیت ۱۰۰۵ نفر)، امامه بالا (جمعیت ۱۰۶۶ نفر) و رودک (جمعیت ۷۷۲ نفر) با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای فضایی به عنوان نمونه مورد مطالعه انتخاب شدند.

منزله یک راهبرد اساسی می‌تواند فرآیند توسعه روستایی را تسریع بخشد. از سوی دیگر می‌توان زمینه و بستر لازم را برای ترکیب منابع، هم در درون و هم در خارج از روستا، فراهم کرده و از این طریق شرایط لازم بهبود کیفیت زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی روستاییان، ابزار لازم برای تثبیت اقتصاد و محیطی سالم را برای روستاییان مهیا نمود [Samiyan et al., 2015]. ایجاد کسب‌وکار در نواحی روستایی ایران زمینه مطالعات تحقیقاتی بوده است. خضرپور در پژوهشی مهم‌ترین مساله کشورهای جهان سوم را بیکاری و افزایش مهاجرت روستاییان به شهرها ذکر کرده است، لذا برنامه‌ها و سیاست‌های صنعتی باید در راستای کاهش بیکاری و بهبود وضعیت اکثر مردم باشند [Khezrpour, 2018]. با توجه به این هدف، شوماخر معتقد است که فرصت‌های اشتغال باید در مناطق روستایی و شهرهای کوچک به وجود آیند، به اندازه کافی ارزان باشند، روش تولید فرصت‌ها نسبتاً ساده بوده از منابع محلی استفاده کنند و این اهداف از طریق ایجاد صنایع کوچک قابل تحقق باشند [Schumacher, 2010]. شرکت‌های کوچک و متوسط نقش مهمی در توسعه اقتصادی هر کشوری دارند و با ایجاد شغل‌های جدید، ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری و تشکیل سرمایه و پتانسیل اقتصادی مورد نیاز برای رشد اقتصادی پایدار، به توسعه اقتصادی کمک قابل توجهی می‌کنند. فرصت‌های کارآفرینی از طریق شرکت‌های کوچک و متوسط نشان‌دهنده یک مسیر مهم برای مشارکت اقتصادی و اجتماعی و تحرک رو به بالا از طریق مشارکت گروه‌های محروم یا حاشیه‌نشین از جمله جوانان، زنان، سالمندان، مهاجران، اقلیت‌های قومی و افراد معلول برای شرکت در اقتصاد است.

نتایج پژوهش ولایی و همکاران نشان داده که زمینه‌های متعددی در بخش کشاورزی، صنعت، گردشگری و خدمات وجود داشته است و بخش کشاورزی زمینه‌ها و توان زیادی برای ایجاد واحدهای کسب‌وکار جدید داشته است [Valaee et al., 2018].

رستمی و احسانی‌فر پیشران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی را در دو طبقه انتخابی گروه‌های پشتیبان و فرصت‌های اقلیمی و بسترهای مناسب دسته‌بندی کرده‌اند. در این بین نظارت مداوم و دوره‌ای بر اقامتگاه‌ها و هتل‌ها توسط بهداشت اماکن و دامپزشکی در محور فرصت‌های اقلیمی و بسترهای مناسب و فرهنگ بالای مردم در پذیرش گردشگر روستایی در محور گروه‌های پشتیبان مهم‌ترین عوامل در توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری محسوب می‌شوند [Rostami & Ehsanifar, 2018]. عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در قالب ۹ مقوله اصلی شامل عوامل فردی، فرهنگی یا اجتماعی، زیرساختی، طبیعی و بوم‌شناختی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی طبقه‌بندی شده‌اند [Hosseini nia & Fallahi, 2017]. حسام و همکاران نیز در مطالعه خود نشان داده‌اند که شاخص دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، فضای اجتماعی و میزان اعتماد به نفس، مطلوبیت بالایی در روستاهای مورد مطالعه داشته‌اند، اما شاخص‌های دسترسی به

شناسایی فرصت‌های کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در روستاهای گردشگری شمیرانات ۲۹۱  
 امامه بالا و رودک به‌ترتیب ۴۵، ۲۳، ۳۴، ۳۸، ۲۱، ۵۲، ۳۵، ۳۸ و  
 ۲۷ نفر انتخاب شدند. تعداد نمونه نهایی در هر روستا با توجه به  
 نسبت جمعیت هر روستا به‌کل نمونه مشخص شد.  
 داده‌ها با استفاده از آزمون‌های T تک‌نمونه و فریدمن در نرم‌افزار  
 SPSS 22 تحلیل شدند.

### یافته‌ها

در جریان مطالعه اکتشافی و شناسایی اولیه شاخص‌ها و گویه‌های  
 پژوهش بر اساس پیشینه پژوهش و سنجش نظر نخبگان، تعداد ۶  
 شاخص به عنوان شاخص‌های اصلی شناسایی و در جریان محاسبه،  
 تشکیل شاخص‌های واحد را دادند. نتایج تحلیل توصیفی این ۶  
 فرصت پیش روی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری در  
 نواحی روستایی نشان داد که کدام فرصت‌ها به‌ترتیب بیش‌ترین  
 بستر شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط  
 گردشگری روستایی را فراهم می‌کنند (جدول ۱).

شاخص‌های موثر در این پژوهش، از طریق بررسی پیشینه مطالعاتی  
 تهیه شد. سپس این شاخص‌ها در قالب پرسش‌نامه محقق‌ساخته با  
 ۸۴ گویه و نیز با استفاده از طیف لیکرت ۵‌تایی (تاثیر بسیار زیاد،  
 تاثیر زیاد، تاثیر متوسط، تاثیر کم، تاثیر بسیار کم) ارزیابی شدند  
 (ضمیمه). به منظور سنجش روایی پرسش‌نامه از سنجش نظرات  
 پنل خبرگان استفاده شد. بدین منظور تعداد ۲۱ خبره با استفاده از  
 نمونه‌گیری هدفمند و بر اساس معیارهای تخصص، آگاهی و  
 شناخت از منطقه مورد مطالعه انتخاب شدند و پرسش‌نامه میان  
 آنها توزیع شد. پس از دو دوره بازبینی توسط اعضای پنل، تعداد  
 گویه‌ها به ۸۰ مورد کاهش یافت. پایایی ابزار پژوهش با استفاده از  
 روش آلفای کرونباخ تایید شد.

در مرحله بعد، پرسش‌نامه نهایی میان ۳۱۳ نفر از ساکنین  
 روستاهای مورد مطالعه توزیع شد. این افراد بر اساس نمونه‌گیری  
 گلوله برفی انتخاب شدند. بدین ترتیب که از هر یک از روستاهای  
 نیک‌نام ده، کلان، لوسان بزرگ، افجه، برگ جهان، کندعلیا، آهار،

جدول ۱) فرصت‌های موثر بر ایجاد کسب‌وکار گردشگری در نواحی روستایی مورد مطالعه

فرصت‌ها	موارد
اقتصادی	وجود بازارهای محلی برای فروش و عرضه محصولات کشاورزی و صنایع دستی؛ دسترسی به بازار برای عرضه تولیدات محلی به مصرف‌کنندگان خارج از روستا؛ ایجاد و تقویت شبکه‌های بازاریابی؛ وجود شبکه‌های تولید محلی در سطح روستا؛ تولید ساده و ارزان (پایین‌بودن هزینه راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط)؛ تولید سالم و پایدار؛ استفاده از منابع محلی در تولید؛ تنوع تولیدات صنایع دستی؛ تنوع تولیدات غذایی (فرآورده‌های لبنی و کشاورزی، گیاهان دارویی)؛ شرایط تولید محصولات و غذاهای خانگی؛ فراهم‌بودن شرایط ایجاد کارگاه بسته‌بندی و فرآوری، قالی‌بافی، جاجیم‌بافی و غیره؛ راه‌اندازی گلخانه و تولید گل‌های زینتی؛ ایجاد مرکز جمع‌آوری محصولات جالیزی؛ وجود بستر شکل‌گیری مرکز شیلات و پرورش ماهی؛ وجود شرایط پرورش بلدرچین و تولید تخم آن؛ وجود شرایط پرورش بوقلمون و مرغ محلی؛ وجود شرایط تولید کود کمپوست؛ ایجاد گاوداری نیمه‌صنعتی؛ شرایط ایجاد کارگاه‌های تولید لبنیات محلی؛ شرایط ایجاد کشت جایگزین؛ شرایط احداث نانوایی و نان محلی؛ شرایط ایجاد آژانس تلفنی بانوان؛ بستر شکل‌گیری ترمینال روستایی؛ امکان استفاده مناسب سرمایه‌گذاران برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید؛ وجود فرصت‌های سرمایه‌گذاری؛ وجود منابع گوناگون و امکانات برای ایجاد کسب‌وکار؛ وجود تسهیلات ویژه بانک، بیمه و حمل‌ونقل؛ امکان دریافت و استفاده از تسهیلات و وام‌های اعتباری برای همه؛ وجود تسهیلات فیزیکی (دفتر کار، سوله)؛ وجود زیرساخت‌های اقتصادی (جاده‌ها و ارتباطات)؛ وجود خدمات تخصصی (حسابداری، مشاوره)؛ فراهم‌بودن سیاست‌های حمایتی (یارانه، معافیت‌های مالیاتی و آموزشی)؛ وجود شرکت‌های تعاونی روستایی؛ وجود فرصت‌های اشتغال (تنوع زمینه و بستر اشتغال)
اجتماعی-فرهنگی	بالابودن روحیه گرم و مهمان‌نوازی در روستا؛ فرهنگ بالای مردم در پذیرش گردشگر روستایی؛ سطح تحصیلات بالا و مناسب؛ دسترسی به آموزش، مشاوره و تجربیات؛ تسلط به انواع زبان‌ها و لهجه‌ها؛ جوان‌بودن ساختار جمعیتی؛ تعداد اعضای خانوار؛ وجود آستانه جمعیتی؛ داشتن نگرش خوب، دانش و آگاهی کافی؛ نیروی انسانی ماهر، باتجربه و توانا برای شروع کسب‌وکارهای جدید در روستا؛ سرمایه اجتماعی غنی (مشارکت، همدلی، اعتماد، انسجام و غیره)؛ وجود امنیت و آرامش؛ نرخ پایین آسیب‌های اجتماعی
زیرساختی	زیرساخت‌های عمومی مناسب روستا همچون آب، برق، گاز؛ امکان استفاده از زیرساخت‌های مناسب ارتباطی مثل مخابرات و پست بانک؛ وجود وسیله نقلیه برای حمل کالا به بازار و مراکز فروش از نظر زیرساختی؛ دسترسی مناسب و حمل‌ونقل زمینی؛ دارابودن تاسیسات درمانگاه شبانه‌روزی و خانه بهداشت؛ وجود مراکز اقامتی و پذیرایی متعدد
جاذبه‌ای	وجود بقعه امام‌زاده‌ها در این محدوده؛ زمینه ایجاد مراکز تفریحی و پذیرایی؛ سفره‌خانه‌های سنتی؛ پیست اسب‌سواری؛ ایجاد مراکز تفریحی و خدمات پذیرایی؛ ایجاد تفرجگاه در مسیر امام‌زاده؛ پارک تفریحی؛ وجود آثار باستانی؛ معماری بومی؛ فرهنگ بومی؛ جشنواره‌های غذا و محصولات کشاورزی؛ وجود انواع چشم‌انداز و جاذبه‌های طبیعی؛ پوشش گیاهی بومی؛ آب‌وهوای مطبوع و معتدل در فصول گرم سال؛ حاصلخیزبودن اراضی زراعی؛ وجود منابع آب غنی سطحی و زیرزمینی؛ بارش مناسب برف در زمستان و ورزش‌های زمستانی؛ چشم‌اندازهای طبیعی (ارتفاعات و قله، آبشارها، چشمه‌ها، جنگل، دریاچه)؛ حیات جانوری؛ دارابودن جاذبه‌های ورزشی (کوهنوردی، ماهیگیری، راهپیمایی، صخره‌نوردی)؛ آداب و رسوم (طرز پوشش، گویش، مراسم و عزاداری‌ها)؛ سوغات و دست‌ساخته‌های محلی؛ غذاها و خوراکی‌های محلی
فضایی	مرکز دهستان بودن (موقعیت جغرافیایی و سیاسی)؛ کنار رودخانه و مسیر راه ارتباطی قراردادن؛ قرار گرفتن منطقه بر سر راه مواصلاتی کشور
روانشناختی	ساکنینی با خصوصیات کارآفرین، نوآور، ریسک‌پذیر، اطمینان به خود، علاقه‌مند، تعهد، پایداری و پشتکار، عزم و اراده و قاطعیت، یکپارچه و متحد، هدف‌گرا، آگاه و قدرت درک بالا، فراست شغلی، قدرت انگیزش کامل در انجام کار، مبتکر و خلاق، آینده‌گرا، انعطاف‌پذیر، واقع‌بین، آگاه به فرصت‌ها و واقعیت‌های محیطی، آگاه به فرصت‌ها و موقعیت‌های محیطی، تجربه کاری (تجربه مدیریتی، مشاغل قبلی)

**جدول ۲)** تحلیل توصیفی از فرصت‌های موجود در نواحی روستایی در راستای ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای گردشگری

فرصت‌ها	میانگین انحراف معیار	تفاوت میانگین	مطلوبیت میانگین
اقتصادی	۲/۶۰	۱/۸۵	-۰/۴
اجتماعی-فرهنگی	۲/۲۹	۱/۰۲	-۰/۷۱
زیرساختی و امکانات	۳/۵۰	۲/۳۲	۰/۵۰
فضایی	۴/۰۰	۲/۶۰	۱
روان‌شناختی	۳/۸۹	۱/۰۸	۰/۸۹
جاذبه‌ای	۳/۶۹	۲/۵۵	۰/۶۹

فرصت‌هایی که در جریان مطالعه اکتشافی اولیه به عنوان پشتیبان‌های راه‌اندازی کسب‌وکارهای گردشگری روستایی یا به عنوان فرصت‌های مناسب یا فرصت‌هایی که فراهم‌کننده شرایط مناسب برای راه‌اندازی، بهبود وضعیت و توسعه سطح تولیدات و ارائه خدمات در کسب‌وکارهای گردشگری روستایی شناخته شدند، عبارتند از فرصت‌های فضایی، فرصت‌های روان‌شناختی و فرصت‌های جاذبه‌ای (جدول ۱). این فرصت‌ها به لحاظ میانگین گردآوری‌شده در جریان پاسخگویی روستاییان دارای شرایط «مطلوب» ارزیابی شدند (جدول ۲).

دسته دوم فرصت‌های پیش روی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری در منطقه روستایی لواسان، فرصت‌های اقتصادی و زیرساختی و امکاناتی بودند که به دلیل برخورداری از میانگین کم‌تر از نظر میانگین در دسته «نسبتاً مطلوب» قرار گرفتند (جدول ۲). در تحلیل شاخص‌های مربوط به فرصت‌های پیش روی توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری، فرصت‌های جاذبه‌ای، روان‌شناختی و فرصت‌های زیرساختی امکاناتی به عنوان مهم‌ترین فرصت‌ها در محیط‌های روستایی منطقه لواسان شناسایی شدند. براساس نتایج به‌دست‌آمده از آزمون تی تست و تلفیق آن با نتایج تحلیل توصیفی از متغیرهای پژوهش و همچنین مطالعه و مشاهدات میدانی نگارنده درجریان تکمیل پرسش‌نامه‌های پژوهش، فرصت‌های متعددی در این منطقه شناسایی شد. به عنوان نمونه، روستاهای این منطقه از آب و هوای مطبوع و معتدل در کنار جاذبه‌های گردشگری طبیعی از جمله قلل و کوه‌ها برخوردار بودند. در ۶ روستا از ۹ روستای مورد مطالعه آثار تاریخی-باستانی و مکان‌های مذهبی مثل مقبره امام‌زاده‌ها و مساجد تاریخی مشاهده شد که از میان آنها می‌توان به روستاهای برگ‌جهان و امامه بالا اشاره کرد. برخی از روستاهای منطقه از جمله شمشک و دیزین و رودک پیست‌های اسکی مناسب برای برگزاری مسابقات محلی و حرفه‌ای داخلی و بین‌المللی داشتند و در نزدیکی تعداد زیادی از روستاهای مورد مطالعه رودخانه‌های خروشان که مناسب برگزاری مسابقات قایق‌رانی در آب‌های خروشان باشند وجود داشت. برخی از روستاهای منطقه امکانات زیربنایی خاصی برای پذیرایی از گردشگران داشتند که از جمله آنها می‌توان به روستاهای رودک، امامه بالا، آهار (روستایی که به دلیل داشتن امام‌زاده و همین‌طور قرارگیری در مسیر راه‌های منتهی به پیست‌های اسکی و برخورداری

از باشگاه سوارکاری در سال‌های اخیر توجهات بسیاری به سوی آن جلب شده است) اشاره کرد. همچنین روستاهای نیک‌نام‌ده و افجه (بیشتر به سبب برخورداری از جاده‌های مناسب ارتباطی و نزدیک بودن به شهر لواسان و امکان استفاده از امکانات بالا و متنوع این شهر) از جمله مناطقی دارای فرصت‌های گردشگری مناسب بودند.

برخورداری از امکانات زیربنایی و زیرساختی موجود در روستاها، اشتغال تعداد زیادی از روستاییان به مشاغل و کسب‌وکارهای کوچک و حتی خانگی روستایی و در برخی موارد کسب‌وکارهای خدماتی برای ارائه خدمات مورد نیاز گردشگران و مسافران منطقه یا وجود مشاغل تولیدی که در سال‌های اخیر در بین روستاییان رواج پیدا کرده است، به طور کلی انگیزه بسیاری از روستاییان برای اشتغال را افزایش داده و همین موضوع باعث تأثیر بر سایر ویژگی‌های روان‌شناختی فردی روستاییان از جمله ایجاد روحیه کارآفرینی، اشتیاق روستاییان برای افزایش سطح آگاهی و دانش عمومی خود درمورد وضعیت منطقه (از جمله مطالعه و تحقیق در زمینه آثار و جاذبه‌های طبیعی و انسانی و همچنین آمار گردشگران و مسافران منطقه در فصول مختلف)، به‌کارگیری سطح دانش تجربی خود برای نوآوری در زمینه راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای روستایی، تلاش برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای پایدار و دایمی (نه به صورت فصلی) و یکپارچه و متحدکردن یک گروه خاص از افراد برای تولید گروهی و جمعی شده است. همه این عوامل در کنار هم اشاره به فرصت‌هایی دارند که امکان استفاده از آنها برای توسعه کسب‌وکارهای گردشگری پیش روی روستاییان قرار دارد.

دسته دوم از فرصت‌ها اشاره به عواملی دارد که در زمینه راه‌اندازی مشاغل تولیدی و خدماتی مرتبط با گردشگری فرصت‌های زیادی ایجاد نکرده‌اند یا امکان استفاده از این فرصت‌ها درجهت توسعه کسب‌وکارهای کوچک گردشگری در نواحی روستایی به‌مقدار کم‌تری وجود داشته است. این عوامل فرصت‌آفرین از نظر مقدار میانگین کسب‌شده به‌ترتیب اولویت شامل فرصت‌های اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی بوده است. در کل، فرصت‌های اقتصادی مختلفی پیش روی افراد و ساکنین روستا برای راه‌اندازی و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و بزرگ روستایی وجود داشت. از اهم این فرصت‌ها می‌توان به وجود بازارهای مختلف داخلی و خارجی برای ارائه محصولات تولید شده مازاد از مصرف منطقه به شهرهای بزرگ و کوچک اطراف اشاره کرد. تولیدات روستایی به دلیل ساده‌بودن تکنولوژی تولید و ارزان بودن قیمت ارائه آنها زمینه را برای افزایش تقاضای گردشگران و مسافران و حتی روستاهای اطراف را فراهم آورده است. تولید سالم و پایدار، استفاده از منابع و مواد محلی در تولید، تنوع تولیدات صنایع دستی، تنوع تولیدات محصولات غذایی و داروهای گیاهی، شرایط لازم برای برپایی باشگاه فوتبال پایه برای جوانان و نوجوانان منطقه، احداث باشگاه‌های سوارکاری بیش‌تر و بسیاری دیگر از این موارد همه و همه به‌عنوان فرصت‌های اقتصادی بوده که به دلیل موجودبودن در بین کسب‌وکارهای فعال در منطقه، سبب ترغیب و

اهمیت آنها در فراهم آوردن و تسهیل شرایط برای احداث و راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی به صورت فرصت‌های جاذبه‌ای، روان‌شناختی، زیرساختی و امکاناتی، اقتصادی، فضایی و فرهنگی-اجتماعی رتبه‌بندی شدند.

نتایج آزمون رتبه‌بندی فریدمن در سطح حداقل خطای مجاز ۰/۰۰۰۱ و معناداری ۹۹٪ به‌دست آمد. این رتبه‌بندی در درجه آزادی ۵ و با مربع کای ۱۱۸۳ انجام شد. بر این پایه، با اطمینان بالای آماری می‌توان رتبه‌بندی مذکور در زمینه اولویت‌بندی فرصت‌های پیش روی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری در نواحی روستایی برای احداث و توسعه را پذیرفت. از بین فرصت‌های شش‌گانه مورد مطالعه، برخی از آنها تأثیرات مثبت بیش‌تر (امکان احداث و توسعه مشاغل و کسب‌وکارها) و برخی دیگر تأثیرات مثبت کم‌تری داشته یا روند تأثیرگذاری آنها خنثی بود (جدول ۴).

**جدول ۴** نتایج آزمون فریدمن و رتبه‌بندی فرصت‌های توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری منطقه لوسان

فرصت‌ها	میانگین	انحراف معیار	میانگین رتبه‌ای	رتبه کل
اقتصادی	۲/۶۵	۲/۲۷	۲	۴
اجتماعی-فرهنگی	۲/۵۵	۱/۱۲	۱	۶
زیرساختی-امکاناتی	۳/۱۰	۲/۱۰	۳	۳
فضایی	۲/۴۴	۰/۸۹	۲	۵
روان‌شناختی	۳/۵۳	۱/۵۲	۵	۲
جاذبه‌ای	۳/۷۸	۱/۳۶	۵	۱

براساس نتایج به‌دست‌آمده از جدول ۵، مهم‌ترین فرصت‌های موجود در روستاهای لوسان برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری به صورت کلی (از بین تمام شاخص‌ها) به‌ترتیب عبارتند از وجود بازارهای داخلی در روستا و روستاهای اطراف برای فروش محصولات تولیدی، وجود آستانه جمعیتی مناسب از جمعیت روستایی با گردشگران ثابت و مالک خانه‌های دوم گردشگری و گردشگران و مسافران روزانه، شرایط موجود برای ایجاد کارگاه‌های تولید و فرآوری محصولات لبنی و توسعه و تولید در مقیاس خانگی به کارگاهی در سطح متوسط‌مقیاس.

**جدول ۵** فرصت‌های موجود در روستاهای لوسان برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری

فرصت‌ها	میانگین	انحراف معیار	وزن نرمال	نمره نهایی	رتبه
وجود بازارهای خارج روستا برای فروش مازاد محصولات تولیدی	۳/۵۸	۱/۵۸	۰/۰۵۶	۰/۲۰۰	۱
وجود آستانه جمعیتی مناسب در روستا (روستاییان و گردشگران)	۳/۴۷	۱/۸۹	۰/۰۵۱	۰/۱۷۶	۲
شرایط لازم برای ایجاد کارگاه‌های تولید لبنیات محلی	۳/۴۴	۱/۳۶	۰/۰۵۰	۰/۱۷۲	۳
جاذبه‌های طبیعی-ورزشی و امکان برگزاری مسابقات ورزشی	۳/۲۸	۲/۲۲	۰/۰۴۶	۰/۱۵۰	۴
ایجادگاو‌داری نیمه‌صنعتی، امکان پرورش شترمرغ، بلدرچین و غیره	۳/۱۷	۲/۶۶	۰/۰۴۳	۰/۱۳۶	۶
امکان استفاده مناسب سرمایه‌گذاران برای ایجاد کسب‌وکار جدید	۳/۰۲	۱/۹۸	۰/۰۳۶	۰/۱۰۸	۸
وجود فرصت‌های سرمایه‌گذاری و تشکیل سرمایه	۳/۰۰	۱/۰۸	۰/۰۳۶	۰/۱۰۸	۱۰
استقرار در مرکز دهستان یا کنار رودخانه و مسیر راه ارتباطی	۳/۱۷	۲/۰۹	۰/۰۴۳	۰/۱۳۶	۵
وجود افرادی با خصوصیات فردی نوآور، کارآفرین، ریسک‌پذیر و غیره	۳/۰۰	۲/۱۱	۰/۰۳۶	۰/۱۰۸	۹
امکان برگزاری جشنواره‌های غذا و محصولات کشاورزی	۳/۱۲	۲/۳۲	۰/۰۴۰	۰/۱۲۴	۷
وجود بستر مناسب جهت شکل‌گیری مرکز شیلات و پرورش آبزیان	۲/۷۹	۱/۷۷	۰/۰۳۲	۰/۰۸۹	۱۱
امکان استفاده از زیرساخت‌های ارتباطی مثل مخابرات و پست بانک	۲/۴۵	۱/۸۲	۰/۰۳۰	۰/۰۷۳	۱۲
مجموع اوزان فرصت‌ها			۰/۵	۱/۳۶۴	

تشویق دیگر روستاییان (حتی در زمینه کسب‌وکارهای بزرگ و با هزینه بیشتر در بین افراد خارج از روستا در حکم مشاور یا سرمایه‌گذار) برای احداث آن کسب‌وکار در روستای خود شده یا با ایده‌گرفتن از کسب‌وکارهای موجود، کسب‌وکارهای متنوعی که بتواند نیازها و خدمات مورد نیاز جمعیت گردشگر یا بومی منطقه را فراهم آورد، را سبب می‌شود؛ از این‌رو نتایج حاصل از آزمون T تک‌نمونه‌ای برای بررسی فرصت‌های پیش‌روی مشاغل و کسب‌وکارهای روستایی نشان داد که فرصت‌های مختلفی در منطقه وجود داشته که زمینه‌های زیادی را پیش‌روی روستاییان برای امکان‌پذیرکردن احداث و توسعه کسب‌وکارهای روستایی مرتبط با گردشگری فراهم آورده‌اند. نتایج این آزمون در سطح حداقل خطای مجاز ۰/۰۰۰ و در سطح معناداری ۹۹٪ به‌دست آمد. درجه آزادی تمام مقایسات ۳۱۲ بود (جدول ۳).

**جدول ۳** نتایج آزمون T برای بررسی معناداری فرصت‌های موجود در توسعه کسب‌وکارهای گردشگری

فرصت‌ها	میانگین	اختلاف معیار	مقدار T
اقتصادی	۲/۶۵	۲/۲۷	-۲۰
اجتماعی-فرهنگی	۲/۵۵	۱/۱۲	-۵۷
زیرساختی-امکاناتی	۳/۱۰	۲/۱۰	۴
فضایی	۲/۴۴	۰/۸۹	-۱۵
روان‌شناختی	۳/۵۳	۱/۵۲	۲۹
جاذبه‌ای	۳/۷۸	۱/۳۶	۵۱

بنابراین، با بیش‌ترین اطمینان، وجود فرصت‌های مختلف پیش روی توسعه کسب و کارها و مشاغل کوچک و متوسط متناسب با گردشگری در محیط‌های روستایی منطقه لوسان پذیرفته شد و همچنین مشخص شد که تفاوت معناداری بین هریک از این فرصت‌ها از نگاه روستاییان پاسخگو به آنها وجود داشته است.

در ادامه با استفاده از آزمون فریدمن به رتبه‌بندی فرصت‌های شش‌گانه شناسایی‌شده در زمینه پشتیبانی از روستاییان برای احداث و توسعه مشاغل کوچک و متوسط گردشگری پرداخته شد. براساس این اولویت‌بندی، فرصت‌های مورد مطالعه از نظر میزان

## بحث

بالابودن نرخ رشد بیکاری پنهان و آشکار در جامعه روستایی در مقایسه با جامعه شهری از یک طرف و عدم امکان سرمایه‌گذاری گسترده برای توسعه صنایع بزرگ از طرف دیگر، دولت‌مردان را به گسترش کسب‌وکارهای کوچک در جوامع روستایی وادار نموده است که در این زمینه گردشگری روستایی به عنوان راهبردی توانمند و دارای مزیت نسبی می‌تواند موجبات تحول اقتصادی را از طریق کارآفرینی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و ایجاد زمینه لازم برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط فراهم آورد. پیش‌شرط تحقق این مهم، شناسایی کانون‌های جاذب دارای مزیت گردشگری، بررسی وضعیت موجود جوامع روستایی در مناطق مورد مطالعه و همچنین شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه موجود طبیعی و بومی مردمان روستایی خواهد بود [Perales, 2002; Su, 2011; Bouzar Jomehri & Modudi Arkhodi, 2015].

در این پژوهش سعی شده است با توجه به جایگاه چند دهه‌ای گردشگری روستایی در شهرستان لوسان که یکی از معدود مناطق مستعد برای گردشگری روستایی در نزدیکی کلان‌شهر تهران بوده و به عنوان یکی از مهم‌ترین پایگاه‌های سکونت شهرنشینان در خانه‌های گردشگری با عنوان خانه‌های دوم مطرح است، فرصت‌های موجود برای ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری شناسایی شوند.

در این رابطه *فراهانی و حاجی‌حسینی* در مطالعه‌ای با هدف ارزیابی ظرفیت‌های نواحی روستایی برای توسعه کارآفرینی و توانمندسازی روستاییان نشان داده‌اند که روستاهای مطالعه‌شده در هیچ‌کدام از زمینه‌ها و ابعاد فردی، اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی دارای ظرفیت‌های لازم برای توسعه کارآفرینی نبوده‌اند. البته زمینه‌های زیرساختی و فردی بیش‌ترین تأثیر را بر کارآفرینی داشته و باید در این زمینه‌ها سرمایه‌گذاری شود تا بتوان به شکوفاشدن فرصت‌ها در ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی متناسب با گردشگری امید داشت [Farahani & Haji Hosseini, 2014]. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش حاضر در مورد این‌که فرصت‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، روان‌شناختی فردی اجتماعی و فرصت‌های جاذبه‌ای زمینه‌ها و قابلیت‌های زیادی برای توسعه کسب‌وکارها و مشاغل گردشگری را پیش روی روستاییان منطقه لوسان قرار داده‌اند، همسو و هم‌جهت بوده و نتایج مشابهی را ارایه داده‌اند. نتایج پژوهش فنهبری و همکاران نیز حاکی از آن بوده است که قرارگرفتن منطقه بر سر راه مواصلاتی کشور (در میان نقاط قوت)، فرهنگ ضعیف کارآفرینی میان ساکنین منطقه و قصور و کوتاهی مسئولین دست‌اندرکار (در میان نقاط ضعف)، وجود راه‌های متنوع‌تر برای کسب درآمد (در میان فرصت‌ها) و تخریب آثار و ابنیه تاریخی و باستانی و تغییر کاربری اراضی و چشم‌انداز روستا (در میان تهدیدها) حایز بیش‌ترین اهمیت بوده‌اند. نتایج این پژوهش با یافته‌های پژوهش حاضر در مورد این‌که فرصت‌های شناسایی و مطالعه‌شده در منطقه لوسان در دو دسته

فرصت‌های مثبت و تأثیرگذار و فرصت‌های کم‌تر تأثیرگذار و دور از دسترس قابل دسته‌بندی هستند متعامل و همسو است [Ghanbari et al., 2016].

نتایج پژوهش سفیدبیری و همکاران نشان داد که توسعه فرصت‌های شغلی از طریق گسترش خوشه‌ای کسب‌وکار، نقش محوری و بارزی در سیاست‌های اقتصادی برای کاهش نرخ بیکاری در مناطق روستایی ایفا می‌نماید و موجب افزایش ارزش افزوده برای یک منطقه یا یک روستا می‌شود که منجر به افزایش فرصت‌های شغلی می‌شود. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های نظری- کاربردی پژوهش حاضر در مورد استفاده از فرصت‌های مورد مطالعه برای ایجاد ارزش افزوده بیش‌تر و کسب اشتغال و درآمد برای روستاییان همخوانی دارد [Sefidbari et al., 2011].

همچنین *غنیان و همکاران* به این نتیجه رسیده‌اند که عواملی چون علاقه‌مندی به تأسیس بنگاه‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، تأسیس و گسترش شبکه‌های تولیدی محلی بین صاحبان کسب‌وکار، و وجود امنیت مناسب در سطح منطقه برای کارآفرینان و گردشگران از دیدگاه مردم محلی در قیاس با دیگر عوامل مرتبط با فضای کارآفرینی، جایگاه و اهمیت بالاتری دارند. نتایج مذکور با یافته‌های پژوهش حاضر در مورد این‌که برخورداری روستاهای مورد مطالعه از افراد دارای ویژگی کارآفرین، اعتماد به نفس، ریسک‌پذیر، دارای سواد و آگاهی کافی نسبت به منطقه و کسب‌وکارهای جدید، نوآور، دارای تجربه مشاغل قبلی، دارای استعداد و هوش بالا، در کنار وجود بنگاه‌های کوچک و زودبازده اقتصادی، وجود سطوح بالای امنیت در منطقه، همه و همه از عواملی هستند که سبب توسعه کارآفرینی و توسعه ایجاد مشاغل جدید در روستاهای منطقه می‌شوند و از این نظر با یکدیگر در ارتباط بوده و قرابت بالایی با یکدیگر خصوصاً از جنبه نظری و شاخص‌سازی دارند. اما *غنیان و همکاران* در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که بیش‌ترین سطح مشارکت گردشگری را در منطقه، افراد دارای تحصیلات دانشگاهی داشته‌اند که از این منظر با یافته‌های پژوهش حاضر در تضاد بوده و یکدیگر را نقض می‌کنند [Ghanian et al., 2012]. از میان کارکردهای آزادی و استقلال عمل بیش‌تر کسب‌وکارهای خانگی، پایین‌بودن هزینه راه‌اندازی، تناسب با ویژگی‌های جسمی افراد معلول و کم‌توان، موفقیت بیش‌تر جسمی افراد معلول و کم‌توان در انجام کسب‌وکار خانگی، تناسب با اقشار مختلف، عدم نیاز به مجوز و کاهش فقر خانوارهای روستایی رابطه معناداری وجود داشته است [Omidi & Chaharsooghi, 2018]. دریافت مجوز برای کسب‌وکارهای کوچک مرتبط با گردشگری به دلیل بین‌بخشی‌بودن فعالیت گردشگری و اقتصاد روستایی بسیار دشوار و مستلزم طی کردن مراحل مختلف و بروکراسی اداری طولانی است؛ از این‌رو اغلب کسب‌وکارهای کوچک و خصوصاً خانگی در درون منازل مسکونی روستاییان صورت می‌گیرد و مردم به دنبال کسب مجوز نمی‌روند؛ یافته‌های این دو پژوهش تا حدود زیادی نتایج یکدیگر را پشتیبانی، حمایت و تقویت می‌کنند.



بعدی به‌لحاظ فرصت‌آفرینی برای توسعه کارآفرینی و کسب‌وکارهای روستایی ایجاد زمینه می‌کنند، با یافته‌های پژوهش حاضر همسویی بسیار زیادی دارد. اما، در مورد این‌که عوامل جاذبه‌ای و فضایی در پژوهش حاضر در بین مهم‌ترین فرصت‌های ممکن و قابل دستیابی برای توسعه کسب‌وکارهای متناسب با گردشگری قرار دارند یا یافته‌های پژوهش مذکور که این عوامل در رتبه‌های پایین‌تری قرار دارند یا یکدیگر در تناقض هستند و شاید به محیط جغرافیایی و اختلافات انسانی و فرهنگی این دو منطقه وابسته باشد.

رومئو آسا و شالندرا پراساد نشان داده‌اند که عوامل مدیریتی، آموزشی، پاسخگویی و چالاکی راهبردی از جمله عوامل مؤثر بر پایداری کسب‌وکار بوده‌اند. که این موضوع با یافته‌های پژوهش حاضر در مورد این که ابعاد و شاخص‌های اقتصادی، مدیریتی- آموزشی (زیرمجموعه اجتماعی- فرهنگی)، فردی- روان‌شناختی و برآورده‌شدن فرصت‌های بزرگ و کوچک مطرح‌شده در هریک از این ابعاد در توسعه و ایجاد کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مرتبط با گردشگری روستایی مؤثر هستند، باعث شده تا یافته‌های این دو پژوهش با یکدیگر در ارتباط باشند و نتایج یکدیگر را تایید کنند [Romeo Asa & Shalendra Prasad, 2014].

نتایج پژوهش‌ها نشان داده‌اند که گردشگری کشاورزی بر کارآفرینی زنان روستایی و ایجاد درآمد مکمل در کنار کشاورزی تاثیر مثبتی داشته است و به مقدار قابل توجهی برای زنان روستایی اشتغال‌زایی کرده است [Stavroulakis et al., 2013]. یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر نشان داد که بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک و خانگی مرتبط با گردشگری در روستاهای لواسان متعلق به زنان بوده که در محیط‌های مسکونی این روستاییان صورت می‌گیرد و به دلیل امکان کشاورزی و فعالیت‌های مرتبط با آن در این منطقه تا حد زیادی وجود دارد. از این‌رو، بسیاری از کسب‌وکارهای مرتبط با کشاورزی در حیطه انواع کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مرتبط با گردشگری در منطقه مورد مطالعه بودند. از این‌رو می‌توان گفت نتایج این دو پژوهش با یکدیگر در ارتباط هستند.

سانگلا معتقد است میزان درآمدی که کشاورزان از بخش گردشگری کشاورزی از مزرعه به‌دست آورده‌اند بیشتر از درآمدی است که از همان مزرعه بابت فروش محصولات کشاورزی نصیبشان شده است. نتایج پژوهش حاضر نیز نشان داده در برخی از روستاها امکان کشاورزی و تولید محصول به‌دلایلی از جمله کوهستانی بودن کم‌تر از روستاهای دیگر وجود دارد؛ از این‌رو برخی از تولیدات روستاهای همجوار را فرآوری و بسته‌بندی کرده و با فروش این محصولات به گردشگران در بازارهای داخلی منطقه هم ارزش افزوده بیشتر و هم فرصت‌های اشتغال بیشتر را ایجاد می‌کردند؛ لذا نتایج این دو پژوهش با یکدیگر در ارتباط است و همسویی معنایی و نتیجه‌ای دارد [Songkhla, 2022].

مطیعی‌نگرودی و همکاران به این نتیجه رسیده‌اند که وجود عوامل فردی و محیطی در افزایش توانمندسازی روستاییان برای ایجاد و توسعه کسب‌وکار تاثیر دارد. این نتایج با یافته‌های پژوهش حاضر

رحمانی و همکاران دریافتند که توسعه گردشگری بر ارتقای متغیرهای ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی و نیت کارآفرینانه دارای آثاری مثبت بوده است و گردشگری در ارتقای روحیه (خلاقت، ریسک‌پذیری، اعتماد به نفس، استقلال‌طلبی و توفیق‌طلبی) و نیت کارآفرینی پایدار در سکونتگاه‌های روستایی منطقه مورد مطالعه تا حدودی مؤثر بوده است [Rahmani et al., 2018]. در این مطالعه کارآفرینی پایدار شامل ابعاد اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی بوده است. با توجه به توضیحات ارائه‌شده در مورد شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، زیست‌محیطی و کارآفرینی که سبب تأثیرات مثبت در کارآفرینی روستایی و شکوفایی ویژگی‌های فردی- روان‌شناختی روستاییان از جمله پذیرش ریسک، افزایش اعتماد به نفس، فرصت‌طلبی، اعتماد به خود و دیگران برای راه‌اندازی کسب‌وکار، تلاش در افزایش آگاهی و کسب دانش و معلومات خصوصاً در زمینه‌های مرتبط با گردشگران و کم و کیف فعالیت‌های کسب‌وکاری که توانایی انجام کار در آن زمینه‌ها را دارند و مواردی از این قبیل در پژوهش مذکور با پژوهش حاضر دارای مشابهت‌هایی هستند.

حسینی‌نیا و فلاحی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در سطح شهرستان منوجان را در قالب ۹ مقوله اصلی شامل عوامل فردی، فرهنگی یا اجتماعی، زیرساختی، طبیعی و بوم‌شناختی، قانونی، آموزشی، نهادی، سیاسی و اقتصادی طبقه‌بندی کرده‌اند. نتایج این پژوهش با یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر در مورد فرصت‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیرساختی، روان- شناختی، جاذبه‌ای پیش روی توسعه کسب‌وکارهای جدید در منطقه لواسان مشابه بود [Hosseini nia & Fallahi, 2017].

حسام و همکاران نشان داده‌اند که شاخص دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی، فضای اجتماعی و میزان اعتماد به نفس، مطلوبیت بالایی در روستاهای مورد مطالعه داشته‌اند، اما شاخص‌های دسترسی به آموزش، مشاوره و تجربیات، مهارت و دانش، دسترسی به سرمایه، نوآوری و خلاقیت، آینده‌نگری، تولید، فروش و بازاریابی تولیدات در وضعیت مناسبی نبوده‌اند. این نتایج با یافته‌های پژوهش حاضر در مورد این که عوامل اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، مدیریتی، زیست‌محیطی، فضایی، زیرساختی- امکاناتی، جاذبه‌ای و روان‌شناختی مختلفی بر سر راه توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری در منطقه مورد مطالعه قرار داشتند و این عوامل هم در زمره فرصت‌های ممکن و قابل دستیابی و فرصت‌های ناممکن و با احتمال دستیابی کم مطرح بودند تا حدود زیادی همسو بوده و مطالعات اکتشافی و پژوهشی مشابهی را رقم زده‌اند [Hesam et al., 2017].

یافته‌های این پژوهش، با نتایج کوهستانی و همکاران در زمینه فرصت‌آفرینی عوامل زیرساختی، فضایی، اقتصادی و اجتماعی برای ایجاد زمینه توسعه کسب‌وکارهای روستایی در انطباق است [Kohestani et al., 2014]. همچنین این پژوهش در مورد این که عوامل زیرساختی، فضایی، اقتصادی و اجتماعی در رتبه‌های

منابع طبیعی و غیره و مطرح کردن مشکلات مربوط به عدم دریافت آموزش و ترویج در راستای راه‌اندازی کسب‌وکارها.

- در روستاهای کوهستانی مانند کلان که امکان تولید کشاورزی فراهم نیست، ولی درمقابل منابع آب غنی دارند، به ایجاد مشاغل پرورش ماهی و آبیان متناسب با قابلیت‌های منطقه اقدام نمایند.

### نتیجه‌گیری

فرصت‌های قابل توجهی در ابعاد مختلف برای توسعه گردشگری و رشد اقتصاد منطقه لوسان وجود دارد که در این پژوهش فرصت‌های جاذبه‌ای، روان‌شناختی و زیرساختی-امکاناتی به عنوان مهم‌ترین عوامل فرصت آفرین در توسعه کسب‌وکارهای کوچک در منطقه مورد مطالعه شناخته شده‌اند.

**تشکر و قدردانی:** موردی از طرف نویسندگان گزارش نشده است.

**تأییدیه اخلاقی:** موردی از طرف نویسندگان گزارش نشده است.

**تعارض منافع:** موردی از طرف نویسندگان گزارش نشده است.

**سهم نویسندگان:** شبنم مومنزاده (نویسنده اول)، پژوهشگر اصلی/روش‌شناس/تحلیل‌گر آماری (۴۰٪)؛ مجتبی قدیری (نویسنده دوم)، نگارنده مقدمه/نگارنده بحث/پژوهشگر اصلی (۲۰٪)؛ حسنعلی فرجی سبکبار (نویسنده سوم)، نگارنده مقدمه/روش‌شناس/پژوهشگر اصلی (۲۰٪)؛ زهرا ترکاشوند (نویسنده چهارم)، تحلیل‌گر آماری/پژوهشگر کمکی (۱۰٪)؛ محمدامین خراسانی (نویسنده پنجم)، تحلیل‌گر آماری/پژوهشگر کمکی (۱۰٪)

**منابع مالی:** هزینه‌های این پژوهش توسط دانشجو تامین شده است.

### منابع

- Akbaba A (2012). Understanding small tourism businesses: A perspective from Turkey. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 19(1):31-47.
- Bouazza AB, Ardjouman D, Abada O (2015). Establishing the factors affecting the growth of small and medium-sized enterprises in Algeria. *American International Journal of Social Science*. 4(2):101-115.
- Bouzar Jomehri K, Modudi Arkhodi M (2015). Comparative assessment of tourism in the aim villages of Golestan Province. *Journal of Studies of Human Settlement Planning*. 10(31):1-13. [Persian]
- Farahani H, Hajhosseini S (2014). An evaluation about potentials of rural areas for entrepreneurship and developing empowerment in villagers, case: Shawl District in Buin Zahra Township. *Journal of Rural Research*. 4(4):715-748. [Persian]
- Ghanbari S, Dehghan MH, Miraki Anari H (2016). Factors affecting the development of entrepreneurship in rural tourism case study: Villages in the Central Anar Township. *Tourism Management Studies*. 10(32):1-20. [Persian]
- Ghanian M, Khani F, Baghayi L (2012). Evaluation of entrepreneurship climate in rural tourism (case study: Oraman region). *Journal of Rural Resaerch*. 2(7):99-123. [Persian]
- Hamilpurka S (2012). Agri-Tourism in Karnataka-issues, constraints and possibilities. *International Journal of Research in Commerce, Economics & Management*. 7(2):106-111.

درباره این که فرصت‌های حاصل از عوامل جاذبه‌ای و روان‌شناختی برای ایجاد و توسعه اشتغال و کسب‌وکارهای کوچک گردشگری برای روستاییان نقش داشتند، تا حدود زیادی مشابه بوده و نتایج یکدیگر را تأیید می‌کنند.

نتایج مطالعه تئو و و/ل در ایالت میسوری آمریکا نشان داده است که گردشگری موجب استفاده مؤثر از منابع، ترویج تولید محصولات کشاورزی و بهبود بهره‌وری استفاده از زمین در مناطق روستایی شده است. علاوه بر این، گردشگری مشاغل سودآور زیادی را به وجود آورده، به ساختار اقتصادی روستایی تنوع بخشیده و از این طریق به امنیت و رفاه اجتماعی اقتصادی و کاهش مهاجرت روستاییان کمک کرده است. نتایج حاصل از آن با یافته‌های پژوهش حاضر مبنی بر این که گسترش گردشگری در دهه‌های اخیر در منطقه لوسان و روستاهای آن و ازدیاد سکونت و خانه‌سازی شهرنشینان در آن سبب افزایش امنیت و کاهش جرایم اجتماعی، توجه به زمینه‌هایی از جمله برآورد احتیاجات و نیازهای گردشگران و مسافران روزانه، ایجاد اشتغال، کسب درآمد و کاهش بیکاری در بین اهالی روستا شده است، همخوانی دارد [Tao & wall, 2009].

نتایج پژوهش همیلیپورکا در مورد این که کارآفرینی گردشگری روستایی در منطقه کارناتا‌کای هند، علاوه بر این که درآمد کشاورزان را افزایش داده، به آموزش گردشگران و مردم جوامع محلی در زمینه کشاورزی پایدار هم کمک نموده است، با یافته‌های پژوهش حاضر در مورد فرآوری و بسته‌بندی محصولات کشاورزی، باغی، گلخانه‌ای و زراعی از سوی روستاییان و ایجاد اشتغال‌های جانبی و کسب ارزش افزوده بیشتر برای بخش کشاورزی در منطقه مورد مطالعه، تا حد زیادی در ارتباط بوده و نتایج یکدیگر را تأیید و تصدیق می‌کنند [Hamilpurka, 2012].

نتایج پژوهش حمزه و همکارانش در مورد این که کارآفرینی گردشگری روستایی به توانمندسازی اجتماعی، تقویت و توسعه مهارت‌های اجتماعی، افزایش سطوح درآمد و اشتغال کمک می‌کند، با یافته‌های پژوهش حاضر در مورد این که پس از ایجاد کسب‌وکار و اشتغال در روستا، سطح آگاهی روستاییان، سطح درآمد، سطح فرهنگ و طرز برخورد با گردشگران بهبود چشمگیری پیدا کرده و حتی در فکر توسعه مقیاس کسب‌وکار و ارتقای میزان تولیدات و تلاش برای پوشش‌دادن بازارهای خارجی بزرگ‌تر برای فروش محصولات بودند همخوانی دارد [Hamzah et al., 2012].

در کل در راستای ایجاد و کشف فرصت‌ها در نواحی روستایی مورد مطالعه برای توسعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط گردشگری پیشنهاداتی در ادامه ارائه می‌شوند:

- جلب مشارکت و همدلی روستاییان برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای افراد مختلف متقاضی ایجاد یک کسب‌وکار خاص.

- پیشنهاد طرح راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی کوچک و زودبازده، فعال کردن تعاونی‌های تولیدی روستایی و تعاونی‌های مشارکتی و نهادی در جلسات هم‌اندیشی بین روستاییان و مدیران ارشد متولی امر گردشگری و اقتصاد روستایی و خصوصاً جهاد کشاورزی، شیلات،

- Rahmati M, Haji Aghajani A, Khanlari M, editors (2015). Factors affecting small entrepreneurship. Proceedings of the International Conference on Management and Social Sciences; 2015 Sep 15; Tehran, Iran. [Persian]
- Rasoolinia Z (2014). Evaluation of entrepreneurial capacity in rural areas with emphasis on sustainable tourism (case study: Jabransar district) [dissertation]. Zanjan: University of Zanjan. [Persian]
- Roknodin Eftekhari A, Pourtaheri M, Fazli N (2014). Analysis of factors affecting the development of entrepreneurship in rural tourism. *Tourism Planning and Development*. 3(8):87-107. [Persian]
- Romeo Asa A, Shalendra Prasad N (2014). Analysis on the factors that determine sustainable growth of small firms in Namibia. *International Journal of Management Science and Business Administration*. 1(1):5-11.
- Rostami F, Ehsanifar T (2018). Development drivers of rural tourism entrepreneurship. *Journal of Studies in Entrepreneurship and Sustainable Agricultural Development*. 5(2):71-82. [Persian]
- Sadeghloo T, Mahmudi H, Jaafari F (2017). Analyzing the resilience of tourism businesses in rural areas, the case of Mashhad tourist area. *Journal of Space Economy & Rural Development*. 6(1):1-22. [Persian]
- Safari S, Mohammad Mirzaei Bafghi M (2014). Identification and prioritization of entrepreneurial opportunities in the tourism industry (case study: City of Yazd). *Tourism Management Studies*. 9(26):131-147. [Persian]
- Sajasi Gheydari H, Sadeghloo T, Roknodin Eftekhari A (2015). Assessment and prioritizing ecotourism entrepreneurship's development strategies in rural regions (case study: River Valley Tourism in Tehran Province). *Geographical Planning of Space Quarterly Journal*. 5(16):75-90. [Persian]
- Samian M, Movahedi R (2018). Employment obstacles and strategies in rural small businesses of Hamedan province. *Quarterly Journal of Karafan*. 15(1):47-66.
- Schumacher EF (2010). *Small is beautiful: Economics as if people mattered* (Harper Perennial Modern Thought). New York: Harper Perennial.
- Sefidbari L, Najahi A, Ghasempour A, editors (2011). Development of business clusters in rural areas. Proceedings of the First Student Entrepreneurship Conference of the Country, 2011 Oct 10; Tehran, Iran. [Persian]
- Shahidi MS, Ardestani Z, Goodarzi MM (2009). An investigating of the role of tourism in rural areas (case study: Dehestan Lavasan). *Human Geography Research Quarterly*. 67:99-113. [Persian]
- Shamsara P (2017). Investigating the effects of rural tourism on the development of home businesses (a case study of target villages for tourism in Mashhad) [dissertation]. Tehran: University of Payam-e-Nour. [Persian]
- Shojaefard A (2020). Empowering and creating rural entrepreneurship in small business environment (case study of Hormozgan Province villages). *Journal of Regional Planning*. 9(36):185-196. [Persian]
- Shrpely R, Telfer DJ (2015). *Tourism and development: Concept and issues*. Bristol: Channel View Publications.
- Songkhla N (2022). Impact of agro-tourism on local agricultural occupation: A case study of Chang Klang district, Southern Thailand. *Journal of Hospitality and Tourism*. 11(2):98-109.
- Stavroulakis D, Karagiannis S, Mitoula R, Papagrigoriou A (2013). Female entrepreneurship and agritourism - Hamzah A, Yassin SM, Samah BA, D'Silva JL, Tiraiyaei N, Shaffril HM, et al. (2012). Socio-economic impact potential of agro tourism activities on Desa Wawasan Nelayan community living in Peninsular Malaysia. *African Journal of Agricultural Research*. 7(32):4581-4588.
- Hesam M, Rezvani H, Farahi Sabokbar H, Bostani S (2017). Assessment of tourism entrepreneurship development in rural areas (case study: Villages of Larjin). *Human Geography Research Quarterly*. 48(4):603-616. [Persian]
- Hosseini nia G, Fallahi H (2017). Factors affecting the development of rural entrepreneurship: A case study on the rural areas of Manojan County. *Journal of Rural Research*. 8(1):25-35. [Persian]
- Hunt D, Michael C (1983). Mentorship: A career training and development tool. *Academy of Management Review*. 8:475-485.
- Kohestani H, Sadrmosavi M, Nikjoo MR, Karimzadeh H (2014). Identify the factors in creating entrepreneurial opportunities in the tourism sector in rural areas using structural equation model (SME). *Geography & Environmental Planning*. 25(2):269-290. [Persian]
- Khezhropour M (2018). Analysis of the role of small businesses (SMEs) in the development of cultural neighborhoods with a creative tourism approach (case study: Mahabad City) [dissertation]. Tehran: Tarbiat Modarres University. [Persian]
- Kotelnikov V (2007). *Small and medium enterprises and ICT*. APCICT Publications.
- Kumbhar VM (2020). Establishment, selection of site and some critical success factors in agritourism business. *Zeichen Journal*. 6(9):136-144.
- López-Ortega E, Canales-Sanchez D, Bautista-Godinez T, Macias-Herrera S (2016). Classification of micro, small and medium enterprises (M-SME) based on their available levels of knowledge. *Technovation*. 47:59-69
- Mahdavi M, Ghadiri Masoum M, Ghahremani N (2008). Impact of tourism on rural development: Attitude of rural people in Kan Valley and Sooleghan subdistrict in Tehran County. *Journal of Village and Development*. 11(2): Unknown pages. [Persian]
- Molera L, Albaladejo LP (2007). Profiling segments of tourists in rural areas of SouthEastern Spain. *Tourism Management*. 28(3):757-767.
- Omid S, Chaharsooghi Amin H (2018). The role of small home businesses in reducing the poverty of rural households in Mehran city. *Quarterly Journal of Space Economy and Rural Development*. 7(23):167-182. [Persian]
- Perales R (2002). Rural tourism in Spain. *Annals of Tourism Research*. 29(4):1101-1110.
- Petersen P, Plowman EG, Trickett JM (2012). *Business organization and management*. Whitefish: Literary Licensing Publishing.
- Rahimi Kamalabadi F, Ebrahimian A, Karimi A (2016). The use of crowdsourcing in the design of electronic business models. Proceedings of the Second National Conference on Technology, Energy and Data with Electrical and Computer Engineering Approach; 2016 June 1; Kermanshah, Iran.
- Radas S, Bozic L (2009). The antecedents of SME innovativeness in an emerging transition economy. *Technovation*. 29(6):438-450.
- Rahmani B, Morid Sadat P, Shahed H (2018). Tourism capacity in developing sustainable entrepreneurship in rural areas (case study: Central District of Hamadan). *Urban Management*. 17(50):65-97. [Persian]

of obstacles to the development of small businesses in the rural areas of Miandoab city. *Journal Space Economy & Rural Development*. 7(25):183-208. [Persian]

- Valentinov V, Baum S (2008). The institutional economics of rural development: Beyond market failure. *Journal of Center European Agriculture*. 9(3):457-462.

- Wanhill S (2000). Small and medium tourism enterprise. *Annals of Tourism Research*. 27(1):132-147.

cooperatives in the Greek Periphery: An overview. *American Journal of Economics and Business Administration*. 5(4):129-138.

- Su B (2011). Rural tourism in China. *Tourism Management*. 32(6):1438-1441.

- Tao TCH, Wall G (2009). Tourism as a sustainable livelihood strategy. *Tourism Management*. 30(1):90-98.

- Valaee M, Karimzede H, Monafi Azar R (2018). Analysis