

Presenting a Model of Entrepreneurship Development Based on Sustainable Rural Tourism (Case study: Rural settlements in Rasht county)

Bahram Imani^{1✉}, Vakil Heydari Sareban², Arastoo Yari Hesar³, Zahra Akbari Saghalaksari⁴

1. Associate Professor of Urban & Rural Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
✉ E-mail: Imani_b@uma.ac.ir
2. Professor of Urban & Rural Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Iran
E-mail: v_heidari@uma.ac.ir
3. Professor of Urban & Rural Planning, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
E-mail: a_yari@uma.ac.ir
4. Ph. D Student of Geography and Rural Planning, Department of Urban and Rural Planning, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
E-mail: Zahra.akbari@uma.ac.ir

How to Cite: Imani, B; Heydari Sareban, V; Yari Hesar, A; & Akbari Saghalaksari, Z. (2026). Presenting a Model of Entrepreneurship Development Based on Sustainable Rural Tourism (Case study: Rural settlements in Rasht county). *Geography and Development*, 24 (83), 1-42.

DOI: <http://dx.doi.org/10.22111/GDIJ.2025.51678.3728>

Received:

15 April 2025

Received in revised form:

29 May 2025

Accepted:

3 June 2025

Published online:

28 May 2026

ABSTRACT

Nowadays, in the world's rural tourist destinations, providing opportunities for entrepreneurship development has become a multivariate necessity to eliminate unsustainable tourism. Because entrepreneurship can have an effect on creating a balance between tourism and sustainability by providing the necessary practical resources and take effective steps towards recreating rural development. Therefore, the purpose of the present study is to present a desirable model for developing sustainable rural tourism entrepreneurship in Rasht county. The research method is a combination of qualitative and quantitative methods to examine diverse perspectives. The sequential approach is exploratory, in that the qualitative method was used first and then the quantitative method. The statistical population of the qualitative section was 19 academic experts, experts, tourism and entrepreneurship managers. The data collection method was two library and field methods, and the data collection tools were open questionnaires and semi-structured interviews collected through a grounded theory or grounded data approach. The sampling method was purposive sampling. Data analysis was carried out in three stages: open, axial and selective coding, and then MAXQDA software was used for more detailed analysis, and finally a qualitative research model was presented. In the quantitative section, the statistical population was 24 entrepreneurs and tourism and handicraft activists in the region. The data collection tool was a researcher-made questionnaire and sampling was done using a theoretical and purposeful method. Data analysis was performed using the ISM model and MICMAC analysis, and the type of components was determined. The results of the two quantitative and qualitative sections were combined using the Connecting method and the research model was combined or sequential. The result of integrating the findings of the present combined research shows that the barriers C16, C13, C10, C2, C1, through the correct implementation of the educational and promotional strategy, the barrier C12, through the implementation of the psychological strategy, the barriers C6, C11, through the use and inclusion of the participatory strategy, the barriers C7, C8, C9, C14, through the correct implementation and continuation of the supportive and catalytic strategy, the barriers C3, C15, C17, C18, through the correct implementation of the research and development strategy, and finally the barriers C4, C5, C19, C20, through the implementation of the strategy of reforming the laws and regulations, will be effective in developing sustainable rural tourism entrepreneurship in rural settlements of Rasht county and the sustainability of local lifestyles.

Keywords:

Unsustainable tourism,
Employment resources,
Tourism entrepreneurship
development,
Rural development
regeneration,
Rasht County.



© the Author(s).

Publisher: University of Sistan and Baluchestan

1. Introduction

Today, in the world's rural tourist destinations, providing opportunities for entrepreneurship development has become a multivariate necessity to address unsustainable tourism. This is because the idea has spread that entrepreneurship can have an effect on creating a balance between tourism and sustainability by providing the necessary practical resources and take effective steps towards recreating rural development. This study will contribute to a deeper

understanding of how tourism professionals, actors involved in the public, private, local communities, and potential absent actors perceive the consequences of development in various economic, socio-cultural, governance, environmental, human resources, and environmental infrastructures where there are weaknesses. It is expected that by developing the necessary insights and strategies, significant management consequences will be achieved for managers at different levels, policymakers, planners, and local communities to realize sustainable tourism alongside the agricultural function of the region and, as a result, local sustainable development. Therefore, for a more comprehensive understanding of the subject, the present study, using a mixed research method, seeks to answer the main question: What is the appropriate model for developing entrepreneurship based on sustainable rural return in rural settlements, a tourist destination in Rasht County?

2. Materials and Methods

The research method of the present study is a combination of qualitative and quantitative methods to examine diverse perspectives. The sequential exploratory approach is that the qualitative method was used first and then the quantitative method was used. The statistical population of the qualitative section was 19 academic experts, experts, tourism and entrepreneurship managers. The data collection method was two library and field methods, and the data collection tools were open-ended questionnaires and semi-structured interviews through a grounded theory or grounded data approach. The sampling method was purposive and theoretical until theoretical saturation was achieved. Data analysis was in three stages: open, axial, and selective coding. Then, MAXQDA software was used for more detailed analysis, and finally, a qualitative research model was presented. In the quantitative section, the statistical population was 24 entrepreneurs and tourism and handicraft activists in the region. The data collection tool was a researcher-made questionnaire and the sampling was theoretical and purposeful. Data analysis was performed using the ISM model and MICMAC analysis, the type of components was determined. After collecting and analyzing data from both qualitative and quantitative sections, data integration was performed.

3. Results and Discussion

The purpose of conducting this mixed-method research with an independent paradigm is to gain a deeper understanding and a complete picture of the research problem. In other words, this method of analysis provides a holistic view of a phenomenon and the integration of both deductive (quantitative) and inductive (qualitative) thinking to better understand the research topic for policymakers, planners and investors, activists and the local community, and provides broader access to strong and exploratory empirical evidence. It is clear that what makes the nature of the mixed-method research method stand out and distinguish it from other methods is the integration of data, and not the collection and analysis of data from the two qualitative and quantitative parts of the research. Therefore, the data of the two parts of the present study are combined using the connecting method and are as follows:

Table 16: Integration of the results of qualitative and quantitative research methods

Barriers to Sustainable Rural Tourism Entrepreneurship in Rasht County (Qualitative Section)	C4, C5, C19, C20	C3, C15, C17, C18	C7, C8, C9, C14	C6, C11	C12	C16, C13, C10, C2, C1
Strategy to remove obstacles in the quantitative sector	Strategy for reforming laws and regulations (reviewing the licensing processes for rural tourism businesses in order to remove legal obstacles and facilitate the activities of local entrepreneurs)	Research and development strategy (identifying the capacities and needs of rural tourism and innovative services, etc.)	Supportive and catalytic strategy (establishing tourism business accelerator centers with financial, technical, and consulting support)	Participatory strategy (encouraging and facilitating the formation of cooperation networks between entrepreneurs, government institutions and local organizations to increase the exchange of experiences and common interests)	Psychological strategy (providing counseling and psychological support programs before and during the work of entrepreneurs)	Educational and promotional strategy (conducting training courses, skill development and empowerment of villagers)

Source: Authors, 2025

4. Conclusion

The results of the two quantitative and qualitative parts of the study introduced a range of necessary stimuli or drivers for the development of entrepreneurship in the study area. Because this area is located in a developing country with inequality and instability, the tools needed for the development of rural tourism entrepreneurship are more developed than in a developed country. This study introduced educational and promotional, psychological, participatory, supportive and catalytic strategies, research and development, and reform of restrictive laws and regulations as necessary requirements for the development of sustainable rural tourism entrepreneurship in Rasht county. Taking the strategic steps proposed in this study can bring consequences such as human development, governance development, economic development, socio-cultural development, environmental development, and environmental infrastructure development in the local community of the study area. The results of this study are helpful to other researchers, policymakers and planners, investors, executive managers, and the local community. It will also provide a starting point for eliminating instability and progressing through the stages of evolution in the functioning of rural tourism in Rasht County, while ensuring the sustainability of agriculture and the rural fabric.

Keywords: Unsustainable tourism, Employment resources, Tourism entrepreneurship development, Rural development regeneration, Rasht County.

5. References

- Adem, M., Cochrane, L., Miceikienė, A., Skominas, R., & Azadi, H. (2023). The dynamics of multidimensional food security in rural Ethiopia. *Global Food Security*, 39, 100725.
<https://doi.org/10.1016/j.gfs.2023.100725>
- Ahl, H., Berglund, K., Pettersson, K., & Tillmar, M. (2024). Women's contributions to rural development: implications for entrepreneurship policy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(7), 1652-1677.
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijeb-11-2022-0973/full/html>

- Ajamoglu, D, North, D, Fukuyama, F, Roderick, D & other authors of the journal *AoDemocracy* (2022), In the pursuit of good governance, translated by Mehdi Moghadari, Negah Moasar Publishing House, first edition.
<https://nahang.ir/book/1411408/%DA>
- Akbari, Z., Hesar, A. Y., Siamian, N., Fürst, C., Värnik, R., & Azadi, H. (2024). Feasibility of using vertical farming in northern Iran: A multiple necessity. *Journal of Environmental Management*, 354, 120232.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.120232>
- An, W., & Alarcón, S. (2020). How can rural tourism be sustainable? A systematic review. *Sustainability*, 12(18), 7758.
<https://doi.org/10.3390/su12187758>
- Ashrafi Soltan Ahmadi, M.; Shirmohammadi, Y.; Amini, M.T. and Haddadzadeh, M. (2023). Designing and explaining a strategic entrepreneurship model in the agricultural tourism industry. *Entrepreneurship Strategies in Agriculture*, 10(2), 128-146.
<http://dx.doi.org/10.61186/jea.10.20.120>
- Bakan, S. Jahanian, R. Irannejad, P. (2023). Designing an entrepreneurship development model based on sustainable development in education and evidence from schools in Alborz province, *Basij Strategic Studies*, 26(98), 109-75.
https://bsrq.cuir.ac.ir/article_170557.html?lang=en
- Bagheri, M, Mobasheri, A A, Shekari, F, Moawan, Z (2024), Designing a food tourism development model in Iran with a data-based approach, *Tourism Development Planning*, 13(48), 41-65.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.26352.3848>
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2021). Successfully launching new ventures.
<https://www.amazon.com/Entrepreneurship-Successfully-Launching-Ventures-Management/dp/0134729536>
- Beehner, C. G., Beehner, & Ballenger. (2019). *Spirituality, sustainability, and success*. Springer International Publishing.
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-47643-3>
- Burr, M (2018), *Governance: A Very Short Introduction*, Translators: Erfan Mosleh and Zohreh Karimian, Kargodan Publishing, First Edition.
<https://doi.org/10.1093/actrade/9780199606412.001.0001>
- Chang, J. Y. S., Lim, X. J., Luo, X., Cheah, J. H., Morrison, A. M., & Hall, C. M. (2024). Modelling generation Z tourists' social responsibility toward environmentally responsible behaviour: The role of eco-travel cravings. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), e2695.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2695>
- Charkina, T., Pikulina, O., Zadoja, V., & Tsviliy, S. (2022). Improvement of the tourism industry management due to introduction of new trends and types of tourism.
DOI: [10.31733/2786-491X-2022-1-108-117](https://doi.org/10.31733/2786-491X-2022-1-108-117);
- Dahles, H., Khieng, S., Verver, M., & Manders, I. (2020). Social entrepreneurship and tourism in Cambodia: Advancing community engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 816-833.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1706544>
- Dias, Á., & Silva, G. M. (2021). Lifestyle entrepreneurship and innovation in rural areas: The case of tourism entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 40-49.
<https://doi.org/10.53703/001c.29474>

- Dias, Á., Silva, G. M., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. R. (2023). Developing sustainable business models: Local knowledge acquisition and tourism lifestyle entrepreneurship. In *Knowledge management, organisational learning and sustainability in tourism* (37-56). Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781032626512-3/developing-sustainable-business-models-local-knowledge-acquisition-tourism-lifestyle-entrepreneurship>
- Fahmi, F. Z., & Savira, M. (2023). Digitalization and rural entrepreneurial attitude in Indonesia: a capability approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(2), 454-478.
<https://doi.org/10.1108/JEC-06-2021-0082>
- Falter, M. (2024). The role of rural tourism lifestyle entrepreneurs in rethinking current tourism development. *Journal of Tourism Futures*, (ahead-of-print).
<https://doi.org/10.1108/JTF-09-2023-0205>
- FAO, 2022. *The State of Food Security and Nutrition in the World 2022*. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome.
<https://doi.org/10.4060/cc0639en>
- Fotohi, M., Hosseininia, Gh, Sajjadi, S. M. (2021). The effects of agricultural tourism on the development of rural entrepreneurship with a focus on sustainable development (case study: key villages of Yazd province), *Geographical Explorations of Desert Areas*, 9(2), 245-267.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.2345332.1400.9.2.11.5>
- Fukuyama, F (2022), *Political Order and Decline*, translated by Rahman Ghahramanpour, Rozaneh Publications, 5th edition.
<https://taaghche.com/book/73621/%D9>
- French, C. (Ed.). (2022). *Building rural community resilience through innovation and entrepreneurship*. Taylor & Francis.
<https://books.google.com/books?hl=fa&lr>
- Ghadiri Masoom, M.; Mohammadzadeh Larijani, F. and Gholami, A. (2018). *An Introduction to Rural Entrepreneurship*, Tehran University Press, First Edition.
<https://www.iranketab.ir/book/70844-rural-entrepreneurship>
- Ginanjari, R., Riani, A. L., & Aini, I. N. Q. (2024). Local champion: A new leadership perspective to create sustainable tourism in rural communities. *The Eastasouth Management and Business*, 2(02), 105-117.
<https://doi.org/10.58812/esmb.v2i02.196>
- Guo, Y., Zhu, L., & Zhao, Y. (2023). Tourism entrepreneurship in rural destinations: measuring the effects of capital configurations using the fsQCA approach. *Tourism Review*, 78(3), 834-848.
<https://doi.org/10.1108/TR-07-2022-0333>
- Güzel, Ö., Ehtiyar, R., & Ryan, C. (2021). The Success Factors of wine tourism entrepreneurship for rural area: A thematic biographical narrative analysis in Turkey. *Journal of Rural Studies*, 84, 230-239.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.04.021>
- Hanafiah, M. H., Zamzuri, N. H., Sharif, T. I. S. T., & Chartrungruang, B. O. (2024). Reframing Indigenous tourism entrepreneurial personality, experience, sense of community and challenges in community-based tourism-related business. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 18(2), 327-346.
<https://doi.org/10.1108/JEC-09-2022-0131>

- Pazuki, M. and Sheikhi, D. (2021). Study of human drivers of entrepreneurship development in the field of rural tourism: Case study: Shahrood County. *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(38): 7-33.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.19808.3379>
- Popescu, C., Popescu, D., & Pop, I. (2022). Revisiting the Master Plan for Tourism Development in Romania. Content Analysis.
DOI: [10.24818/BASIQ/2022/08/047](https://doi.org/10.24818/BASIQ/2022/08/047)
- Rahmani Nejad, M. & Sharifi Hashjin, Sh. (2023). Investigating land use changes in Rasht county using satellite image analysis, *Journal of Geographical Studies of Coastal Areas*, 4(3), 69-88.
<https://doi.org/10.22124/gscj.2023.22961.1193>
- Rezvani, M R, Nikroosh, F, Kazemi, N (2021), Spatial zoning of agricultural tourism capabilities in rural areas of Lorestan province, *Geography and Environmental Sustainability*, 38(2017), 113-93.
<https://doi.org/10.22126/ges.2021.6264.2367>
- Rumiani, A, Ghahreman, A (2023). *Tourism Development, Theories, Approaches and Models*, Mashhad Academic Jihad Publishing House, First Edition.
<https://www.jdmpress.com/books/626>
- Saarinen, J., Hall, C. M., & Seyfi, S. (2024). The Governance of Climate Change and Tourism in Arctic Finland: Climate Change as a Super-Wicked Problem for Tourism and Regional Development. In *Tourism Policy-Making in the Context of Contested Wicked Problems: Sustainability Paradox, Climate Emergency and COVID-19* (65-79). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/S1871-31732024000017A005>
- Saeedi, A. (2019). *Physical-spatial planning towards sustainable development of rural-urban systems*, Islamic Revolution Housing Foundation, Rural Development Deputy, Planning and Coordination Office.
<https://samt.ac.ir/fa/book>
- Sejasi Qaidari, H.; Roknuddin Eftekhari, A. and Mahdavi, Davood. (2016). *Sustainable Development of Tourism Entrepreneurship with Emphasis on Rural Areas*, Samt Publications, First Edition.
<https://samt.ac.ir/fa/book>
- Seyfi, S., Hall, C. M., Saarinen, J., & Vo-Thanh, T. (2023). Do international sanctions help or inhibit justice and sustainability in tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(12), 2716-2733.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2069785>
- Seyfi, S., Kimbu, A. N., Tavangar, M., Vo-Thanh, T., & Zaman, M. (2025). Surviving crisis: Building tourism entrepreneurial resilience as a woman in a sanctions-ravaged destination. *Tourism Management*, 106, 105025.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105025>
- Shiri, N. & Saymohammadi, S. (2023). Feasibility study of tourism entrepreneurship development in rural areas of Dareh Shahr County: Application of SWOT-AHP model, *International Journal of Agricultural Management and Development*, 13(2), 151-166.
<http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.342864>
- Statistical Yearbook of Guilan Province (2021). Deputy of Statistics and Information, Program and Budget of Guilan Province.
<https://sdimpogl.ir/>
- Sun, X., Qing, J., Shah, S. A. A., & Solangi, Y. A. (2023). Exploring the complex nexus between sustainable development and green tourism through advanced GMM analysis. *Sustainability*, 15(14), 10782.
<https://doi.org/10.3390/su151410782>

- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>
- Wani, M. D., Dada, Z. A., & Shah, S. A. (2024). The impact of community empowerment on sustainable tourism development and the mediation effect of local support: a structural equation Modeling approach. *Community Development*, 55(1), 50-66.
<https://doi.org/10.1080/15575330.2022.2109703>
- Yanan, L., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. *Heliyon*, 10(4).
[https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440\(24\)01658-X](https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440(24)01658-X)
- Yehong, S. U. N., Yuxin, S. O. N. G., Yuexin, C. H. E. N., Cancan, Y. A. O., & Wenhua, L. I. (2021). Sustainable or not? Tourism development in agricultural heritage sites. *Journal of resources and ecology*, 12(4), 543-554.
<https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2021.04.012>
- Yi, H., Meng, X., Linghu, Y., & Zhang, Z. (2023). Can financial capability improve entrepreneurial performance? Evidence from rural China. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1), 1631-1650.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2091631>
- Zandiyeh, Sh. (2022). *Rural Entrepreneurship from Model to Practice*, Houshmand Tadbir Publishing, First Edition.
<https://www.gisoom.com/book/44800782/%DA>
- Zhamtekesh Mumtaz, J., Afrahteh, H., Riahi, V. (2023). Modeling Institutional Factors Affecting Entrepreneurship Development (Case Study: Nesa Rural District in Karaj County), *Journal of Rural Research and Planning*, 13(1), 118-95.
<https://doi.org/10.22067/jrrp.v13i1.2310-1089>



ارائه الگوی توسعه کار آفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی؛

مورد مطالعه: سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رشت

دکتر بهرام ایمانی^{۱*}، دکتر وکیل حیدری ساربان^۲، دکتر ارسطو یاری حصار^۳

زهره اکبری سقاکساری^۴

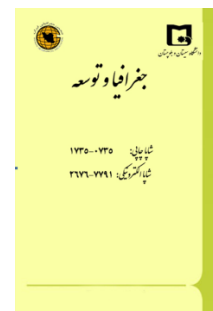
مقاله پژوهشی

چکیده

امروزه در مقاصد گردشگری پذیر روستایی جهان، فراهم نمودن زمینه‌های توسعه کارآفرینی، به یک ضرورت چندمتغیره جهت رفع گردشگری ناپایدار تبدیل شده است زیرا کارآفرینی می‌تواند با فراهم نمودن منابع کاربردی لازم، در ایجاد تعادل بین گردشگری و پایداری اثر داشته و گام‌های مؤثری به سوی بازآفرینی توسعه روستایی بردارد؛ از این رو، هدف از مطالعه حاضر، ارائه الگویی مطلوب برای توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت می‌باشد. روش تحقیق، ترکیبی از روش‌های کیفی و کمی جهت بررسی دیدگاه‌های متنوع است. همچنین رویکرد متوالی اکتشافی است؛ بدین صورت که ابتدا از روش کیفی و سپس از روش کمی استفاده شده است. جامعه آماری بخش کیفی ۱۹ نفر از خبرگان دانشگاهی، کارشناسان، مدیران گردشگری و کارآفرینی بودند. داده‌ها به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی گردآوری شد و ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه باز و مصاحبه نیمه ساختاریافته از طریق رویکرد نظریه زمینه‌ای یا داده‌بنیاد بوده است. همچنین نمونه‌گیری به روش هدفمند صورت گرفت و تجزیه و تحلیل داده‌ها در سه مرحله: کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام شد. سپس برای تحلیل دقیق تر از نرم افزار «MAXQDA» استفاده شد و در نهایت الگوی کیفی پژوهش ارائه گردید. در بخش کمی، جامعه آماری متشکل از ۲۴ نفر از کارآفرینان و فعالان گردشگری و صنایع دستی منطقه بوده است. ابزار گردآوری داده‌ها نیز پرسش‌نامه محقق ساخته و نمونه‌گیری به روش نظری و هدفمند بود. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل «ISM» صورت گرفت و با تحلیل «MICMAC»، نوع مؤلفه‌ها مشخص شد. تلفیق نتایج دو بخش کمی و کیفی به روش «Connecting» و الگوی پژوهش ترکیبی یا متوالی است.

نتیجه ادغام یافته‌های پژوهش ترکیبی حاضر، نشان می‌دهد که موانع بازدارنده C16, C13, C10, C2, C1، از طریق اجرای صحیح راهبرد آموزشی و ترویجی، مانع بازدارنده C12، از طریق اجرای راهبرد روان‌شناختی، موانع بازدارنده C6, C11، از طریق استفاده و فراگیر نمودن راهبرد مشارکتی، موانع C7, C8, C9, C14، از طریق اجرای صحیح و تداوم راهبرد حمایتی و کاتالیزوری، موانع C3, C15, C17, C18، از طریق اجرای صحیح راهبرد تحقیق و توسعه و در نهایت موانع C4, C5, C19, C20، از طریق اجرای راهبرد اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده جهت توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رشت و پایداری سبک زندگی محلی تأثیرگذار خواهند بود.

جغرافیا و توسعه، شماره ۸۳، تابستان ۱۴۰۵
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۲۶
تاریخ بازنگری داوری: ۱۴۰۴/۰۳/۰۸
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۳
صفحات: ۱-۴۲



واژه‌های کلیدی:

گردشگری ناپایدار، منابع کاربردی، توسعه کارآفرینی گردشگری، بازآفرینی توسعه روستایی، شهرستان رشت.

مقدمه

در جهان امروز، دستیابی به توسعه و حفظ پایداری آن در جوامع روستایی، نه تنها امری ارادی نبوده بلکه اخلاقی، الزام‌آور و اجباری می‌باشد (حیدری ساربان، ۱۴۰۲: ۱۵)؛ از این رو، دستیابی به توسعه و پایداری آن، به یک هدف اساسی در سراسر جهان تبدیل شده است (Sun et al, 2023: 1). توسعه، روندی پویا، فرصتی برای شکوفایی، دستیابی به عدالت و رسیدن به تعالی شأن انسان (سعیدی، ۱۳۹۹: ۵۶ و Klitgaard, 2020: 60) است و لازمه دستیابی به آن، تغییر در نظر و عمل در مواقع لزوم (بور، ۱۳۹۷: ۱۰) و برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مکان‌محور و مردم‌محور می‌باشد (ایمانی و اکبری، ۱۴۰۲: ۶۳). این خواسته، نیازمند توسعه اقتصادی، سیاسی، پویایی و تحرک اجتماعی جامعه است (فوکویاما، ۱۴۰۱: ۵۳). رویکرد برنامه توسعه ملل متحد، حمایت از نهادسازی، به خصوص نهادهای اجتماعی پویا، شنونده و تکامل‌گرا است که سبب خوشبختی جامعه می‌شوند (عجم‌غلو و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۲). پایداری،

1. دانشیار گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

2. استاد گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

3. استاد گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

4. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

1. دانشیار گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

2. استاد گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

3. استاد گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

4. دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه برنامه‌ریزی شهری و روستایی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

الگوی برای اندیشیدن به وضعیت آینده است که در آن ملاحظات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی در تعقیب پیشرفت انسان و کیفیت زندگی متعادل می‌شود؛ از این‌رو، پایداری حقیقی نمی‌تواند بدون تغییر عمیق در اندیشه‌ها و سبک زندگی فردی و اجتماعی اتفاق بیفتد (99: *Beehner, 2019*). اهداف توسعه پایدار، درخواستی جهانی برای تضمین دسترسی به زندگی با کیفیت بالا برای همه است (*Mishra et al, 2024: 11101*) اما توسعه سریع اقتصاد جهانی که ناشی از مصرف بیش از حد منابع طبیعی و سیاست‌های توسعه ناپایدار است، به چالش‌های جدی منجر شده است زیرا دستیابی به معیارهای رشد اقتصادی به هر قیمتی به اولویت اصلی دولت‌ها تبدیل شده تا در رقابت بین‌الملل مقاومت و نیازهای محلی را محقق نمایند (*Mishra et al, 2024: 11102*). پرداختن به فرصت‌ها و رفع چالش‌های روستایی علاوه بر بررسی تفکرات مختلف جهانی، نیازمند تفکر محلی نیز می‌باشد (*Kulyniak et al, 2024: 804*). در دهه‌های اخیر، استراتژی جدیدی برای توسعه روستایی به‌ویژه توسط بانک جهانی مطرح شد. این استراتژی عمدتاً معضل فقر را هدف قرار داده و بر توسعه روستایی به‌عنوان یک فرآیند گسترده تأکید می‌کند (*Harriss, 2023: 9*). سکونت بیش از سه میلیارد نفر از جمعیت جهان در نواحی روستایی و مواجه بودن بیش از ۱,۲ میلیارد نفر با فقر مطلق، توجه ویژه به اشتغال‌زایی در روستاها را ضرورتی اجتناب‌ناپذیر کرده است (زنده، ۱۴۰۱: ۱۱۶). اما، پرسش‌هایی که مدت‌هاست محققان روستایی را در جهان به خود مشغول کرده، این است که چه عواملی سبب شده که فقط برخی از سکونتگاه‌های روستایی به توسعه و پایداری (*French, 2022: 2*)، اغلب به‌صورت نابرابر دست یابند؟ (ایمانی و اکبری، ۱۴۰۲: ۶۳) یا چه چیزی برخی از مکان‌های روستایی را سازگار و انعطاف‌پذیر می‌کند؟ (*French, 2022: 3*) بخشی از پاسخ به این سؤالات ایجاد نوآوری، کارآفرینی در فعالیتهای رایج محلی می‌باشد (*French, 2022: 2*) به‌طوری که موضوع توسعه محلی و کارآفرینی، توجه فزاینده‌ای را در هر نقطه از جهان به خود جلب کرده است (*Ohe, 2020: 7*). نوآوری در سکونتگاه روستایی در خلاء صورت نمی‌گیرد بلکه با یک فرد یا گروه به‌عنوان کارآفرین آغاز می‌گردد. کارآفرینی از اجزای مهم توسعه اقتصادی در مناطق روستایی است که به نوآوری ذهن کارآفرینان حیات بخشیده (*French, 2022: 2*) و از این طریق سهم مهمی در نوآوری و سرزندگی روستایی دارد (*Dias & Silva, 2021: 11*). از دهه ۱۹۹۰، ایده پایداری به همه سیاست‌ها و بحث‌های گردشگری عمده مرتبط شده است. بسیاری از آژانس‌های توسعه بین‌المللی مانند سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)، گردشگری را به‌عنوان ابزاری برای توسعه پایدار ترویج می‌کنند. علاوه بر این، پتانسیل گردشگری برای کارآفرینی پایدار اخیراً در ارتباط با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد (UNSDGs)، (در دستور کار ۲۰۳۰)، برای توسعه پایدار برجسته شده است. (*Saarinen et al, 2024: 66*). کارآفرینی گردشگری برای سال‌ها به‌عنوان یک حوزه مطالعاتی مهم مغفول مانده اما هم‌اکنون، علاقه رو به رشدی برای مطالعه در این زمینه، به‌چشم‌می‌خورد. براساس نظریه توسعه درون‌زا و توسعه گردشگری، ایجاد زمینه و توسعه کارآفرینی در آن بسیار ضرورت دارد؛ از این‌رو، محققان زیادی در کشورهای توسعه‌یافته، در حال توسعه و نهادهای بین‌المللی گردشگری و کارآفرینی (*WTO, UNWTO, WTTC, ILO*) در این زمینه مطالعه نموده‌اند. براساس ضرورت موجود، تسلط بر موضوع و پیدا کردن شکاف مطالعاتی در پژوهش، بهره‌گیری از نظرات و تجارب مطالعاتی مورد بررسی قرار گرفت. بررسی مطالعات انجام‌شده در جدول ۱، حاکی از ضرورت درک توسعه کارآفرینی در کارکرد گردشگری روستایی جهت دستیابی به توسعه پایدار محلی، منطقه‌ای و ملی می‌باشد.

جدول ۱: پیشینه مطالعات داخلی و خارجی در زمینه کارآفرینی، گردشگری و کارآفرینی گردشگری

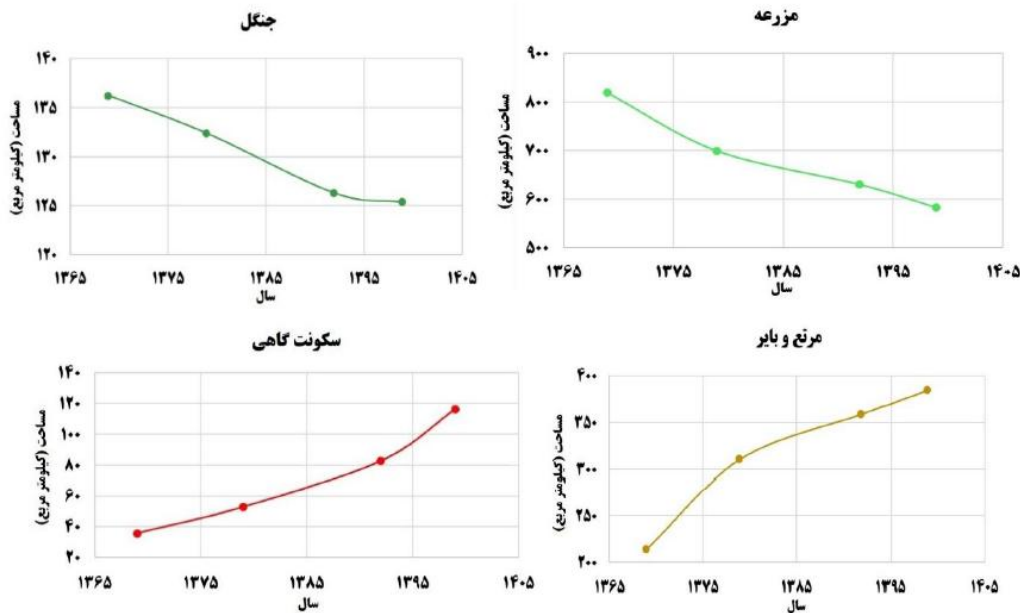
عنوان و نتایج	سال	نویسندگان	زمینه
در پژوهشی با عنوان: "آیا توانایی مالی می‌تواند عملکرد کارآفرینی را بهبود بخشد؟ شواهدی از روستاهای چین"، نشان دادند که توانایی مالی با مقیاس، سودآوری و پایداری کارآفرینی همبستگی مثبت دارد. اثرات توانایی مالی برای کارآفرینان مختلف ناهمگون است. برای تسهیل موفقیت کارآفرینی، ارائه آموزش مالی به کارآفرینان بسیار مهم است. مؤسسات مالی باید خدمات مالی را به-عنوان عواملی مانند فنآوری، زمین و نیروی کار ترکیب کنند تا عملکرد کارآفرینی را بهبود بخشند.	۲۰۲۳	Yi et al	کارآفرینی
در پژوهشی با عنوان: "مدل‌سازی عوامل نهادی موثر بر توسعه کارآفرینی در ناحیه روستایی نسا در شهرستان کرج"، به تأثیر قوی عوامل نهادی بر کارآفرینی روستایی اشاره کردند. مؤلفه‌های نهادی نیز شامل: حقوق مالکیت، نظام پاداش‌ها، ثبات اقتصادی، هزینه مبادله، هزینه دادرسی، شفافیت و پاسخ‌گویی و نظام آموزشی و مهارت آموزی.	۱۴۰۲	زحمت‌کش ممتاز و همکاران	
پژوهشی با عنوان: "دیجیتالی‌شدن و نگرش کارآفرینی روستایی در اندونزی: یک رویکرد قابلیت انجام دادند. یافته‌های مطالعه آن‌ها نشان داد که کارآفرینانی که فناوری دیجیتال را منبعی ارزشمند برای توسعه کسب‌وکار خود می‌دانند، کنجکاوتر برای کشف مزایای آن هستند. از آنجایی که هر کارآفرین ارزش‌گذاری متفاوتی از فناوری دیجیتال دارد، مزایایی که ارائه می‌دهد، مانند فرصت‌های بازار گسترده‌تر و ایده‌های تجاری جدید، متفاوت است.	۲۰۲۳	Fahmi & Savira	
در مقاله‌ای با عنوان: "مشارکت زنان در توسعه روستایی: پیامدهای سیاست کارآفرینی"، ایجاد زمینه کارآفرینی برای زنان را سیاستی جهت رشد اقتصادی مناطق روستایی به‌ویژه روستاهای در حال تخلیه جمعیت دانستند. یافته‌های آن‌ها خبرهای خوبی برای توسعه روستایی داشت زیرا همه زنان کارآفرین به تاب‌آوری روستایی کمک کردند. نویسندگان توصیه کردند که سیاست دولت رفاه سوئد به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از سیاست کارآفرینی و توسعه روستایی در نظر گرفته شود.	۲۰۲۴	Ahl et al	گردشگری
در مقاله‌ای با عنوان: "طراحی الگوی توسعه کارآفرینی مبتنی بر توسعه پایدار در آموزش و پرورش، شواهدی از مدارس استان البرز"، از برجسته‌ترین اهداف آموزش و پرورش ایران را توسعه کارآفرینی پایدار دانستند. نتایج پژوهش نویسندگان حاکی از شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های توسعه کارآفرینی و توسعه پایدار در نظام آموزش و پرورش است و نشان می‌دهد الگوی طراحی شده از تناسب قابل‌قبولی برخوردار است.	۱۴۰۲	بکان و همکاران	
پژوهشی با عنوان: "آیا تحریم‌های بین‌المللی به عدالت و پایداری و گردشگری کمک می‌کند یا مانع آن می‌شود؟"، انجام دادند. علی‌رغم استفاده از تحریم‌ها به‌عنوان ابزار نرم سیاست خارجی در دوران پس از جنگ سرد، هنوز دانش کمی در مورد پیامدهای آن در رابطه با عدالت توزیعی و رویه‌ای، اخلاق و پایداری در مقاصد که تحریم‌ها اعمال می‌شود، وجود دارد. مطلعین بیان کردند که تحریم‌ها، حقوق‌های تحرک، ارتباطی، اقتصادی و مالی بازیگران گردشگری را بدتر و در نتیجه ظرفیت آن‌ها را برای کمک به توسعه فراگیر و پایدار محدود کرده است.	۲۰۲۳	Sayfi et al	
در مقاله‌ای با عنوان: "چگونه می‌توان عملکرد گردشگری روستایی پایدار را افزایش داد؟ یک مطالعه تجربی در اندونزی"، هدف اصلی را بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی، حمایت دولت و جهت‌گیری کارآفرینانه بر بهبود عملکرد گردشگری روستایی پایدار بیان نمودند. این مطالعه نتیجه‌گیری می‌کند که توانایی مدیران گردشگری روستایی برای افزایش عملکرد گردشگری پایدار از تأثیر مثبت سرمایه اجتماعی و حمایت دولت به این‌که چگونه مهارت‌های جهت‌گیری کارآفرینی آن‌ها به‌طور مؤثر مورد استفاده قرار گیرد، بستگی دارد؛ بنابراین، سرمایه اجتماعی ناشی از تعاملات اجتماعی، روابط شبکه‌ای و کیفیت روابط باید از طریق مجموعه‌ای از قابلیت‌های جهت‌گیری کارآفرینی و حمایت‌های دولتی در قالب‌های مالی و غیرمالی از طریق استفاده از یکسری قابلیت‌های کارآفرینی استفاده شود.	۲۰۲۴	Handiman et al	
پژوهشی با عنوان: "طراحی الگوی توسعه گردشگری خوراک در ایران با رویکرد داده‌بنیاد" انجام دادند. یافته‌های این مطالعه، ۹۴ مفهوم را در قالب ۶ مقوله عوامل علی (اقتصادی، رقابتی و مربوط به تقاضا)، پدیده‌محوری (مصادیق ملموس و ناملموس)، عوامل زمینه‌ای (زیرساختی و فرهنگی)، عوامل مداخله‌گر (درونی و بیرونی)، راهبردها (مرتبط با محصولات و خدمات، مرتبط با بازاریابی و تبلیغات، مرتبط با توسعه زیرساخت‌ها و مرتبط با منابع انسانی) و پیامدها (اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و رقابتی) و پیامدها (اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و رقابتی) دسته‌بندی نمود.	۱۴۰۳	باقری و همکاران	

در مقاله‌ای با عنوان: "توسعه مدل‌های کسب‌وکار پایدار: دانش محلی کسب‌وکار آفرینی شیوه زندگی گردشگری" بیان کردند. مشاغل کارآفرینان سبک زندگی گردشگری به دلیل پیوند با مکان، با مدل‌های کسب‌وکار پایدار مرتبط است. این پیوند نیاز به ارتقای دانش محلی دارد تا سبب رقابت سازنده و پایداری کارآفرینی گردشگری شود.	۲۰۲۳	Dias et al	کارآفرینی گردشگری
مقاله‌ای با عنوان: "عوامل موفقیت کارآفرینی گردشگری روستایی برای دهکده گردشگری پایدار: شواهدی از اندونزی" انجام دادند. نتایج بررسی آن‌ها، ده عامل را در موفقیت کارآفرینی گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی نشان می‌دهد که عبارتند از: نوآوری، خلاقیت، آگاهی محیطی، مدیریت منابع، مدیریت درآمد، مدیریت گردشگران، توسعه واحد تجاری، رشد اقتصادی، همکاری متقابل و تلاش. این عوامل در سه بُعد؛ پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گروه‌بندی می‌شوند.	۲۰۲۳	Utami et al	
مطالعه‌ای با عنوان: "امکان‌سنجی توسعه کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی شهرستان دره-شهر انجام دادند. براساس یافته‌های آن‌ها، راهبرد تهاجمی "راه‌اندازی نمایشگاه‌ها، بازارها و بازارچه‌های سنتی به منظور ارائه محصولات، کالاها و خدمات تولیدی کشاورزان، روستائیان و عشایر" و راهبردهای محافظه‌کارانه "اعطای وام‌های کم‌بهره و بلندمدت برای بهبود زیرساخت‌های مورد نیاز توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی" و "جلب همکاری سرمایه‌گذاران محلی برای توسعه جاذبه‌های دست‌ساز" راهبردهای توسعه کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی شهرستان دره-شهر هستند.	۲۰۲۳	Shiri & Saymohammadi	
در پژوهشی با عنوان: "نقش‌آفرینان سبک زندگی گردشگری روستایی در بازنگری در توسعه گردشگری فعلی"، عنوان کرد که در حال حاضر توسعه گردشگری نیاز فوری به کاهش اثرات منفی گردشگری بر مقاصد آن دارد. یافته‌ها نشان داد که ذی‌نفعان مختلف گردشگری، رویکردهای متفاوتی جهت رشد دارند. مطالعه فالتز دانش دست‌نخورده‌ای را که کارآفرینان گردشگری می‌توانند برای بازاندیشی گردشگری ارائه کنند، نشان می‌دهد. پرداختن به کارآفرینان گردشگری به‌عنوان بازیگران کوچکتر توسعه گردشگری می‌تواند نقطه شروع معناداری برای بازنگری کلی در گردشگری باشد.	۲۰۲۴	Falter	
پژوهشی با عنوان: "کارآفرینی گردشگری روستایی: مروری بر ادبیات نظام‌مند در مورد منابع و چالش‌ها" انجام دادند. نتایج مطالعه آن‌ها حاکی از آن است که روستاهای مقصد گردشگری می‌توانند منابع کارآفرینی گردشگری روستایی خود از قبیل: منابع فرهنگی، مالی، انسانی، طبیعی، سازمانی، فیزیکی، سیاسی و اجتماعی را برای توسعه روستاهای گردشگری خود کشف نموده و بهبود بخشند.	۲۰۲۳	Utami et al	
پژوهشی با عنوان: "شناسایی بازیگران کلیدی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی و تحلیل استراتژیک الگوی رفتار آن‌ها" انجام دادند. بازیگران اکوسیستم کارآفرینی گردشگری در ایران از نظر آن‌ها تنوع کمتری نسبت به اکوسیستم‌های بین‌المللی دارد. حاصل پژوهش، شناسایی شش بازیگر شامل علاقه‌مندان (مردم و گردشگران)، مروجان، سازمان‌های مردم‌نهاد (سازمان‌های حمایت‌گر، خیریه و انجمن‌های رسمی و غیر رسمی)، رسانه‌های تصویری و مجازی، بانک‌ها، اداره کار و امور اجتماعی، محیط زیست و نهایتاً سرمایه‌گذاران بومی و غیر بومی و سازمان‌های دولتی مانند سازمان میراث فرهنگی و گردشگری به‌عنوان کلیدی‌ترین بازیگران بوده است.	۱۴۰۳	حسینی کهنوج و سجاسی قیداری	
پژوهشی با عنوان: "طراحی و تبیین کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی" انجام دادند. مدل نهایی از مقوله شرایط علی (متنوع‌ساختن اقتصاد روستایی و کشاورزی، تمایل به کارآفرینی گردشگری کشاورزی و رقابت‌پذیری کسب‌وکارهای مقیاس کوچک)، شرایط مداخله‌گر (ابتکارات کشاورزان یا صاحبان مزارع، اثرات انگیزشی و آموزش‌های لازم)، مقوله زمینه‌ای (زیرساخت‌های فیزیکی و محیطی کسب‌وکار گردشگری، سیاست‌ها و حمایت‌های نهادی، اعتماد به نفس و ریسک‌پذیری و عوامل اجتماعی-فرهنگی) و الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی (شبکه‌سازی و استفاده از روابط، مدیریت و سازماندهی و حمایت‌های عمومی) تشکیل شده است و سبب پیامدهایی می‌شود که شامل: شکوفایی فرصت کاری، رشد درآمد و بهره‌وری، رونق و توسعه کارآفرینی گردشگری و توسعه اجتماعی و فرهنگی می‌شود.	۱۴۰۲	اشرفی سلطان احمدی و همکاران	

گردشگری روستایی، به‌طور گسترده به‌عنوان وسیله‌ای برای ترویج و احیای روستاهای سنتی شناخته شده و توسط محققان متعددی حمایت شده است (Yanan et al, 2024: 1) اما لازم است که بین فعالیتهای اقتصادی موجود در روستا، به‌خصوص کارکرد کشاورزی و گردشگری ارتباط برقرار شود (Popescu et al, 2022: 1) زیرا از آنجایی که جهان به‌خاطر تغییرات آب‌وهوایی و افزایش تقاضای مصرف‌کننده به‌هم پیوسته‌تر می‌شود، استراتژی‌های کشاورزی و گردشگری باید در مقیاس‌هایی ترکیب شوند که به اقتصادهای روستایی انعطاف‌پذیر اجازه دهد تا غذا برای نسل آینده تولید کنند (Kulyniak et al, 2024: 790). حل مسئله نامنی غذایی در جهان و به‌خصوص در آسیا و آفریقا، از طریق ورود گردشگر به قصد خرید محصولات کشاورزی، سبب حفظ نقش تولیدی در جوامع روستایی خواهد شد (Adem et al, 2023: 1 & FAO, 2022: 15) اما پایداری در بخش گردشگری روستایی به‌عنوان یک مفهوم کل‌نگر با برنامه دقیق و مشارکت جامعه میزبان بتواند انتظارات جامعه را برآورده نماید (Juma & Vidra, 2019: 1). همچنین، برای توسعه و پایداری فرصت‌های گردشگری، شناخت توانمندی‌ها در فضای جغرافیایی و روستاهای دارای قابلیت ضروری است (رضوانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۳). با وجود توسعه صنعت گردشگری در جهان، تأثیر منفی آن بر محیط‌زیست آشکار شده است زیرا برخی از مقاصد گردشگری، فاقد ارزیابی سیستماتیک، علمی و برنامه‌ریزی مناسب منابع گردشگری هستند که مقابله با هجوم گردشگران را برای مناطق محلی دشوار می‌سازد (Yehong et al, 2021: 5). در نتیجه، مسائل بین گردشگری و چالش‌های زیست‌محیطی به یک موضوع اساسی برای دست‌اندرکاران صنعت و محققان تبدیل شده است (Yee-Shan Ghang et al, 2024: 2). از طرفی، اگرچه گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند درآمد ایجاد کند و شکاف اقتصادی بین سکونتگاه‌ها روستایی و شهری را کاهش دهد اما مزایای آن همیشه به‌طور مساوی در جامعه توزیع نمی‌شود (Ginanjar et al, 2024: 112). با توجه به چالش‌های بسیاری که این جوامع با آن روبرو هستند، ایجاد تاب‌آوری جامعه روستایی از طریق نوآوری اجتماعی و کارآفرینی، راه‌حلی به‌موقع برای رشد برابر نقاط روستایی است (French, 2022: 21). براین اساس، محققان گردشگری نیز بر این باورند که کارآفرینی نقش مهمی در اتخاذ استراتژی‌های پایدار مالی برای دستیابی به اهداف توسعه مسئله گردشگری دارد (Dahles, 2020: 817). امروزه توسعه به‌خصوص در بُعد اقتصادی در سکونتگاه‌های روستایی به یک چالش مهم در سطح جهان تبدیل شده، زیرا فرصت‌های شغلی به‌طور فزاینده‌ای در شهرها متمرکز و مناطق روستایی را از نظر اندازه جمعیت و رشد اقتصادی ضعیف کرده است (Kusio et al, 2023: 10). در اقتصاد ایران نیز گردشگری روستایی می‌تواند با توجه به تنوع جغرافیایی و مزیت‌های نسبی موجود در این حوزه، به‌عنوان یکی از عرصه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی مورد توجه باشد (فتوحی و همکاران، ۱۴۰۰: ۳۵۸). اما در حال حاضر گردشگری روستایی در ایران و خصوصاً استان گیلان که از مقاصد عمده گردشگری در شمال کشور است، همچون بسیاری از نقاط جهان نتوانسته است به نتایج مطلوب، حقیقی و در نتیجه توسعه دست یابد. از گذشته، اقتصاد گیلان بر پایه کشاورزی بوده است. در چند دهه اخیر گردشگری به‌عنوان کارکرد مهم دیگر در کنار بخش کشاورزی قرار گرفته است اما گردشگری انبوه و بدون برنامه اصولی، متأسفانه به‌جای این که مکمل بخش کشاورزی و موجب افزایش بهره‌وری آن شود، به محرکی قوی در تغییر کاربری اراضی کشاورزی تبدیل شده است.

موقعیت ممتاز جغرافیایی و گردشگری استان گیلان و بالطبع شهرستان رشت، نسبت به سایر استان‌ها که در دهه‌های اخیر با مخاطرات طبیعی از جمله خشکسالی و فرونشست زمین مواجه‌اند، باعث افزایش ورود مهاجران به این استان شده است؛ از این‌رو، ورود مهاجران به نقاط روستایی این استان و تقاضای زمین برای ساخت‌وساز، باعث

افزایش قیمت زمین شده است (Akbari et al, 2024: 4). از طرفی، دلایلی همچون عدم حمایت بهینه و مستمر از بخش تولید و عرضه محصولات کشاورزی، تلقی نسل‌های جوان‌تر نسبت به کشاورزی به‌عنوان یک گزینه شغلی کم‌درآمد، تأثیر مدرنیته، گردشگری و افزایش تقاضای زمین و تغییر شدید کاربری اراضی کشاورزی در اغلب روستاها، سبب شده که گردشگری در حال تبدیل‌شدن به جانشینی برای کشاورزی شود. به‌طوری‌که در حال حاضر در استان گیلان، بیشترین میزان تغییر کاربری اراضی کشاورزی، در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رشت اتفاق افتاده است. شکل ۱، روند تغییر کاربری اراضی مزرعه، جنگل، مراتع-بایر و کاربری سکونتی را در فاصله سال‌های ۱۳۶۵ تا ۱۳۹۵ نشان می‌دهد. براساس شکل، تغییر سطح کاربری‌ها به‌صورت مستمر با کاهش کاربری اراضی مزرعه، جنگل و افزایش کاربری سکونتگاه و مرتع-بایر (خارج‌کردن زمین از کاربری کشاورزی و رهاکردن آن در شرایط آب‌وهوایی گیلان سبب ایجاد مرتع می‌شود) در شهرستان رشت اتفاق افتاده است.



شکل ۱: روند تغییر کاربری اراضی در فاصله زمانی ۱۳۶۵-۱۳۹۵ در شهرستان رشت

ماخذ: رحمانی‌نژاد و شریفی هاشجین، ۱۴۰۲: ۸۱

این مسئله، بر بخش تولید، امنیت غذایی، صادرات، هویت فرهنگی- بومی و تعادل اکولوژیکی شهرستان، اثرات منفی ایجاد کرده است. از جمله، در زمینه مشکلات زیست‌محیطی به‌وجودآمده، ردپای اکولوژیک به‌میزان قابل-توجهی از ظرفیت بیولوژیکی آن فراتر رفته است. این وضعیت نشان‌دهنده فشار قابل‌توجهی بر منابع طبیعی و اکوسیستم‌های آن می‌باشد (Akbari et al, 2024: 1). با این وجود، اگر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی به‌درستی انجام شود، این دو بخش مهم کارکردی منطقه می‌توانند مانا و مکمل هم باشند. چون با وجود جذابیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه گردشگری، به‌عنوان منابع ساختاری در روستاهای شهرستان رشت، منابع کاربردی و بسترهای لازم برای ایجاد رغبت برای کشاورزان و علاقه‌مندان بومی، سرمایه‌گذاران و فعالان گردشگری جهت نوآوری و کارآفرینی در این صنعت مهیا نیست. به‌نظر می‌رسد تا دستیابی به وضعیت مطلوب، فاصله معناداری وجود دارد که نیاز به بررسی

و نظرسنجی از کارآفرینان فعال گردشگری، کارشناسان و نخبگان دانشگاهی است. عدم به‌کارگیری رویکردهای مناسب برای فراگیربودن فرصت‌های برابر کارآفرینی برای همگان و وجود چالش‌ها و موانع، سبب افزایش شکاف بین سکونتگاهی و درون‌سکونتگاهی، عدم دستیابی به اهداف توسعه پایدار و در نتیجه گردشگری ناپایدار و باقی‌ماندن در دور باطل توسعه‌نیافتگی شده است. برخی از علل ناپایداری در ضعف آموزش و ارتقای دانش و آگاهی، ضعف در مشارکت، کار جمعی و مسئولیت‌پذیری محیطی، غیرمهدفمند و غیرمسئولانه‌بودن گردشگری و ضعف در زیرساخت‌های محیطی و سرمایه‌گذاری و حمایت مالی می‌باشد. بر این اساس، فراهم‌نمودن زمینه شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی در سبک زندگی گردشگری روستایی شهرستان رشت، مسیری به‌سوی بازاندیشی در اهداف گردشگری متعارف، اصلاحات ریشه‌ای و رفع ناپایداری‌های ناشی از آن را فراهم خواهند نمود؛ از این‌رو، پژوهش حاضر، ضرورت فراهم‌نمودن ملزومات اساسی را جهت ایجاد فرصت‌های برابر کارآفرینی گردشگری روستایی و افزایش رغبت جامعه محلی و سایر علاقه‌مندان برجسته می‌نماید. در این زمینه، محققان مختلف در مطالعات خود نظرات متفاوتی در مورد نوآوری و نیازمندی‌های شروع و توسعه کسب‌وکار دارند. به‌عنوان مثال، به بیان زندیه، (۱۴۰۱)، شومپیتر نگاهی فرآیندی به شکل‌گیری و توسعه کارآفرینی داشته است. از نظر وی، تغییرات فن‌آوری، تغییرات سیاسی و قانونی، تغییرات اجتماعی و جمعیت‌شناختی جزء منابع مهم فرصت‌های کارآفرینی است. از نظر یوتامی و همکاران (۲۰۲۳)، عوامل زیادی مانع رشد کارآفرینی در مناطق روستایی و موفقیت آن است که شامل: موانع اقتصادی، اجتماعی، آموزشی و بازار می‌باشد. شیری و صی‌محمدی (۲۰۲۳)، راه‌اندازی نمایشگاه، بازار و بازارچه سنتی به‌منظور ارائه محصولات و خدمات تولیدی کشاورزان، اعطای وام‌های کم‌بهره و بلندمدت برای بهبود زیرساخت‌های مورد نیاز توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی و جلب همکاری سرمایه‌گذاران به‌عنوان راهبردهای مناسب معرفی کردند.

گیو و همکاران (۲۰۲۳)، وجود سرمایه‌های انسانی، طبیعی، فیزیکی، مالی، اجتماعی، سیاسی و روان‌شناختی را در توسعه کارآفرینی گردشگری در مقاصد روستایی مؤثر دانستند اما پژوهش حاضر، ضعیف‌بودن اجتماع محلی و موانع پایه‌ای در رغبت کم این اجتماع، کارآفرینان غیربومی و سرمایه‌گذاران در بخش‌های مختلف برای نوآوری و شروع کسب‌وکار در گردشگری را دخیل می‌داند. این امر نیاز به روحیه توسعه‌خواهی و همت دولت و مردم دارد. تازگی این پژوهش، در ارزیابی جامع و سیستماتیک ابعاد و شاخص‌های مهم در دستیابی به توسعه و گردشگری پایدار، از طریق ایجاد زمینه برای توسعه کارآفرینی کارکرد گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی منطقه است. رفع چالش‌های حل‌نشده ناشی از گردشگری ناپایدار، ایجاد زمینه کارآفرینی، توسعه آن و تسریع روند دستیابی به اهداف توسعه پایدار، دلیل اصلی ایده این پژوهش بوده است. همچنین، توسعه کارآفرینی در صنعت گردشگری و کمک به پایداری آن، منوط به این است که گردشگری بر پایه نظریه یا نظریاتی بنا شود که پایداری آن را قطعی نماید. گاهی نیاز است که نسبت به اصلاح یا تکمیل نظریه موجود مبادرت ورزیده شود. این مطالعه به درک عمیق متخصصان گردشگری، بازیگران درگیر بخش‌های دولتی، خصوصی، اجتماع محلی و بازیگران بالقوه غایب، نسبت به پیامدهای توسعه در منابع کاربردی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، حاکمیتی، زیست‌محیطی، انسانی و زیرساخت‌های محیطی کمک خواهد نمود. انتظاری‌رود با تدوین بینش‌ها و راهبردهای لازم، پیامدهای مدیریتی قابل‌توجهی برای تحقق گردشگری پایدار در کنار کارکرد کشاورزی منطقه و در نتیجه توسعه پایدار محلی حاصل شود؛ از این‌رو، برای درک جامع‌تر موضوع، پژوهش حاضر با استفاده از روش تحقیق ترکیبی، در پی پاسخ‌گویی به این پرسش اصلی

است که: الگوی مناسب توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رشت چگونه است؟

مبانی نظری پژوهش

کارآفرینی، یکی از اجزای حیاتی اقتصادهای روستایی تاب‌آور و چیزی است که به نوآوری حیات بخشیده است (French, 2022: 1) و سبب فرآیند یکپارچه‌سازی منابع و توسعه اقتصادی می‌شود. کارآفرینی گردشگری مسیری به سمت تسریع توسعه محلی و یک استراتژی حیاتی جهت کاهش شکاف شهر و روستا است (Guo et al, 2022: 2-3). دیدگاه‌های مختلفی در مورد کارآفرینی وجود دارد که به شرح زیر است:

جدول ۲: دیدگاه‌های مکاتب مختلف در مورد کارآفرینی

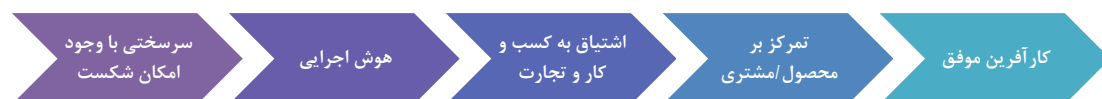
دیدگاه نسبت به کارآفرینی	نظریه‌پردازان برجسته	زمان	مکتب
کارآفرینی به‌عنوان ابزاری برای جمع‌آوری ثروت است که از طریق رونق اقتصادی، موازنه تجاری را به نفع جامعه تغییر می‌دهد.	توماس مان	قرن پانزده تا اواسط هجده	اقتصاددانان مکتب سوداگران
واژه کارآفرینی را ابتدا ریچارد کانتیلون وارد نظریه‌های اقتصادی نمود. زمین به‌عنوان منشأ اصلی فعالیت کشاورزی و ثروت است. در این مکتب، نقش کارآفرینان به‌عنوان معامله‌گر در پیوند دادن تولیدکنندگان، ضمن ایجاد ارزش افزوده به مصرف‌کنندگان خلاصه می‌شود. همچنین، از دیدگاه آن‌ها، آنچه باعث تفاوت کارآفرینان با سایرین می‌شد، پذیرش ریسک حاصل از فعالیت در شرایط عدم اطمینان بود.	ریچارد کانتیلون	اواخر قرن هفده	اقتصاددانان مکتب طبیعیون
در نظر گرفتن نقش محوری برای کارآفرینان. این گروه علاوه بر افزودن سرمایه و زمین، صنعت بشری را به‌عنوان عاملی مهم معرفی نمودند و نقش کارآفرینان را از معامله‌گری به تولید و مصرف نیز بردند. از دیدگاه این مکتب، کارآفرینان نقش حیاتی در تولید، توزیع و مصرف دارند.	آدام اسمیت (بنیانگذار)، ژان باتیست سی و جی. اس. میل	نیمه قرن هجده تا اواسط قرن نوزده	اقتصاددانان مکتب کلاسیک
توجه به نقش کارآفرین به‌عنوان کسی که در تولید نقش دارد، در مکتب نئوکلاسیک رسمیت می‌یابد و همین موضوع (نقش کارآفرین در تولید)، مفهوم سازمان را وارد مفاهیم کارآفرینی می‌کند. در این مفهوم، سازمان نقش هماهنگ‌کنندگی دارد و سایر عوامل را با هم ترکیب می‌کند. در واقع کارآفرینی، عنصر محرکی بعد از سازمان‌دهی است. نقش تولیدی کارآفرینی نیز شامل: هدایت تولید، به‌کارگیری اصل جانشین‌سازی، آزمودن فنون جدید و تحمل عدم قطعیت است.	آلفرد مارشال	قرن نوزده و اوایل بیست	اقتصاددانان مکتب نئوکلاسیک
این مکتب به مصرف‌کننده محوریت می‌دهد. از نظر این مکتب، کارآفرین تنها یک ریسک‌پذیر منفعل نیست بلکه یک عامل پویاست که سود، پاداش سرمایه‌گذاری او در کسب و کارهای مخاطره‌آمیز است. مهم‌ترین کارکرد این کارآفرین، پیش‌بینی نیازهای آینده، برآورد اهمیت نسبی آن‌ها، کسب دانش فنی و دانش ابزارهای موجود می‌باشد.	کارل منگر (بنیانگذار) و لئون والراس	نیمه دوم قرن بیست	اقتصاددانان مکتب نهادیون
عامل اصلی تأکید شده در این مکتب نوآوری و تخریب خلاق است. کارآفرین، نیروی محرکه و موتور توسعه اقتصادی در این مکتب بوده که مشخصه آن نوآوری است و این نوآوری خود را به‌صورت فرآیندی که سبب تخریب خلاق می‌شود، نشان می‌دهد.	شومپتر و جوان فون تونن	دهه‌های اولیه قرن بیست	اقتصاددانان مکتب سنتی اتریش-آلمان

	اقتصاددانان مکتب شیکاگو	اواخر قرن بیست	فرانک نایت، تئودور شولتز، فردریک هاوولی و اروینگ فیشر	عوامل اصلی تأکیدشده در این مکتب، شامل: عدم قطعیت، مخاطره و نیروی انسانی است. در واقع برای نخستین بار نظریه پردازان این مکتب، عدم قطعیت و مخاطره را از هم متمایز نموده و عدم قطعیت در تعریف کارآفرین محوریت می‌یابد. کارآفرین به‌عنوان فردی تعریف می‌شود که در شرایط عدم قطعیت شدید به اتخاذ تصمیم می‌پردازد و پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز به‌طور مشخصی می‌پذیرد.
	اقتصاددانان مکتب نهادیون	هم‌زمان با مکتب شیکاگو	رونالد کوایز و الیور ویلیامسون	این مکتب دیدگاه سیستماتیک به اقتصاد را مطرح نمود. آن‌ها وظیفه کارآفرینانه رابیشتر به‌عنوان یک فعالیت مدیرانه در قلمرو سازمان‌های متوسط و بزرگ می‌نگرند.
	اقتصاددانان مکتب نوین اتریش	اواخر قرن بیست	مایسز و کرزنر	این مکتب همبستگی زیادی با دیدگاه مکتب سنتی آلمان-اتریش داشت. نظریه پردازان این مکتب برخلاف مکتب نهادیون، فعالیت حرفه‌ای مدیریت و ساختارهای فنی را برای تعریف کارآفرینی معتبر نمی‌دانستند. آن‌ها معتقد بودند که کارآفرینی اول هوشیاری نسبت به فرصت‌های جدید است و عملکرد نوآورانه، ناشی از همین هوشیاری است.
علوم رفتاری	اندیشمندان علوم رفتاری با رویکرد شخصیتی یا ویژگی‌ها	اواسط قرن بیست	شل کائو، گارتنر، رابرتز و تیمونز	دانشمندان علوم رفتاری با درک نقش کارآفرینان در اقتصاد و جهت شناسایی ویژگی‌ها و الگوهای رفتاری کارآفرینان، به بررسی کارآفرینان پرداختند. ابتدا روان‌شناسان در پژوهش‌های خود بر ویژگی‌های فردی کارآفرینان و تمایز آن با غیر کارآفرینان تمرکز بیشتری داشتند. مهمترین صفات روانی و انگیزه‌های کارآفرینان شامل: نیاز به توفیق، تمایل به مخاطره‌پذیری، حالت‌های ذهنی مثبت، کانون کنترل داخلی، نیاز به استقلال، خلاقیت و تحمل ابهام است. از اوایل دهه ۱۹۶۰ گروهی دیگر از دانشمندان علوم رفتاری برخلاف محققان طرفدار رویکرد ویژگی‌ها، سعی نمودند فرآیند و چگونگی شکل‌گیری یک فعالیت توسط کارآفرین را مطالعه کنند. براساس دیدگاه علوم رفتاری، علاوه بر خصوصیات شخصیتی که در رویکرد ویژگی‌ها تأکید شد، عوامل محیطی و ویژگی‌های رفتاری فرد شامل تجارب و سوابق شخصی و فردی وی نیز در کانون توجه است.
جامعه شناسی	اندیشمندان جامعه‌شناسی	اوایل قرن بیست و به صورت نظام مند در دهه شصت	امیل دورکیم، مارکس وبر و رینلدز	علم جامعه‌شناسی بر مطالعه زندگی اجتماعی، دلایل و دستاوردهای اجتماعی رفتار انسانی متمرکز است. در این رویکرد، گروه و ساختارهای اجتماعی به‌جای ویژگی‌های فردی آزمایش شدند تا فعالیت‌های گروهی مثل کارآفرینی را پیش‌بینی کنند. نظریه‌هایی همچون: نظریه نقش، نظریه شبکه، نظریه حاشیه‌ای شدن، نظریه باور مذهبی وبر، نظریه تغییر اجتماعی‌هاژن، نظریه عرضه کارآفرینانه کوچران، نظریه باور مذهبی وبر، نظریه انکوباتور، نظریه استاک، نظریه هوسلیتز، نظریه ژوزف مک گوایر، نظریه پارسونز و نظریه دیوید مک کله لند، نشان می‌دهد که عوامل فرهنگی اجتماعی همیشه دلیل کارآفرینی می‌باشد. در همه نظریه‌های این رهیافت، این فرض اساسی وجود دارد که تصمیم به کارآفرین مستقل شدن تحت‌تأثیر عوامل محیطی است. فرض بر این است که رویکردهای نهادی و فرهنگی اجتماعی، روحیه کارآفرینی و راه‌اندازی شرکت جدید را در یک زمان و مکان به‌خصوص تعیین خواهد کرد.
مدیریتی	اندیشمندان مدیریت	اوایل دهه ۱۹۷۰	سائویز، پینکات، جونز، باتلر، مک میلان، لو و ..	با توجه به این‌که آغاز نظریه‌پردازی‌ها کارآفرینی با رشته اقتصاد و ادامه آن هم با رفتار یون بوده است ولی می‌توان ادعا نمود که بیشتر کار در موضوع کارآفرینی را علما و دانشمندان مدیریت انجام داده‌اند. اوایل دهه ۱۹۷۰، بعضی از محققان به تشریح کارآفرینی در درون سازمان‌ها پرداختند که به معنی ورود متخصصان مدیریت به حوزه کارآفرینی بود. محققان مدیریتی بیشتر رویکرد فرایندی را در تبیین مدیریت کارآفرینی انتخاب نموده و به خلق محیط کارآفرینانه در سازمان‌ها و محیط آن‌ها پرداختند.

<p>نقش جغرافیا در شناسایی فرصت‌های کارآفرینی چیست؟ یک بُعد فضایی در مورد فرصت، کارآفرینی و رشد وجود دارد. ضمن افزایش اهمیت بُعد فضایی فعالیت‌های جغرافیایی، پای جغرافی دانان به‌عنوان متخصصان تحلیل فضا و فعالیت‌های فضایی انسان به کارآفرینی نیز باز شد. جغرافیا این توانایی را دارد که ضمن شناخت و تحلیل فضا، شناخت دقیق و بالقوه قابلیت‌ها و انتخاب‌های صحیح، زمینه شناخت جغرافیای سرزمین را که سبب کارآفرینی می‌شود را فراهم‌نماید.</p> <p>نکته‌ای که متأسفانه کمتر به آن توجه شده این است که جغرافی دانان با دید فضایی و سیستماتیک می‌توانند نقش مهمی در کارآفرینی داشته باشند. از نظر آن‌ها کارآفرین می‌تواند یک ایده اولیه را براساس امکانات محیط جغرافیایی موجود و نیازهای جامعه به فعالیت اقتصادی تبدیل کند. همچنین از دیدگاه جغرافی دانان، کارآفرینی روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای ظرفیت‌سازی و توانمندسازی با هدف دستیابی به توسعه پایدار است.</p>	دیویدهاروی	نیمه دوم قرن بیست	اندیشمندان جغرافیا	جغرافیا
--	------------	-------------------	--------------------	---------

مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۴

طبق جدول ۲، کارآفرینی در ابتدا مورد توجه اقتصاددانان بوده و بسیاری از مکاتب اقتصادی از قرن شانزده تا اکنون به‌نحوی آن‌را تشریح نمودند. با افزایش اهمیت بُعد فضایی فعالیت‌ها، پای جغرافی دانان به‌عنوان متخصصان تحلیل فضا و فعالیت‌های فضایی انسان به کارآفرینی نیز باز شد (قدیری معصوم و همکاران، ۱۳۹۷: ۷۴-۵۰). رفتارهای زیادی به کارآفرینان نسبت داده‌شده اما چند رفتار برای افراد موفق مشترک است. بر این اساس، شکل ۲، ویژگی‌های اصلی کارآفرینان موفق را نشان می‌دهد (Barringer & Ireland, 2021: 35).



شکل ۲: ویژگی‌های اصلی کارآفرینان موفق

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۴

مدت زیادی است که کارآفرینی به‌عنوان یک محرک حیاتی برای رشد اقتصادی و نوآوری اعلام شده است (Sayfi et al, 2025: 1). معمولاً یک رویداد محرک باعث می‌شود که فرد به یک کارآفرین تبدیل‌شود. (Barringer & Ireland, 2021: 53) جوامع محلی و کارآفرینان بومی در توسعه گردشگری روستایی بسیار مهم هستند (Hanafiah et al, 2024: 5). کارآفرینی در مناطق گردشگری به پیدایش مشاغل جدید و رونق مشاغل مختلف منجر شده (پازکی و شیخی، ۱۴۰۰: ۲۱) و توسعه آن عاملی مثبت برای توسعه پایدار و تکامل آینده خواهدبود (Ohe, 2020: 149). گردشگری، یک بخش ضروری است که سهم بالقوه‌ای در افزایش سطح کیفیت زندگی محلی دارد (Guzel et al, 2021: 230; Utami et al, 2023: 2). جهت بهبود روند توسعه گردشگری روستایی، بررسی دیدگاه‌ها و رویکردهای مختلف (جدول ۳) مورد نیاز است که عبارتند از:

۱. دیدگاه حمایت و توسعه گردشگری:

در دیدگاه حمایتی، دولت می‌کوشد مشکلات اقتصادی را به حداقل برساند، ضمن این‌که نباید در امور اجرایی توسعه گردشگری دخالت کند و فقط نقش تصویب و اتخاذ سیاست‌ها و قوانین جهت توسعه گردشگری را دارد.

۲. دیدگاه احتیاط و توسعه گردشگری:

این دیدگاه با توجه به پژوهش‌های متعدد در خصوص اثرات اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری، توجه به مدیریت منابع محیطی، ظرفیت برد و نظارت زیست‌محیطی را ضروری دانست.

۳. دیدگاه انطباق‌پذیری و توسعه گردشگری:

بحث‌ها بین طرفداران دو دیدگاه حمایت و احتیاط، عمدتاً متمرکز بر اثرات گردشگری بود و درک این مسئله را که انوعی از گردشگری می‌تواند اثرات منفی کمتری داشته باشد، ایجاد کرد. برخی معتقدند که دوام طولانی‌مدت فعالیت گردشگری وابسته به حفظ محیط‌های طبیعی و فرهنگی است. براین اساس، دیدگاه انطباق‌پذیری بر وابستگی متقابل بین گردشگری و محیط‌زیست تأکید داشته و راهنمای عمل مدیران برای توسعه پایدار گردشگری بود.

۴. دیدگاه دانش‌مدار و توسعه گردشگری:

با اعمال اصول توسعه پایدار، هدف رویکرد دانش‌محور، دستیابی به پایداری اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی است. دیدگاه دانش‌محور، دیدگاه علمی بر گردشگری را جایگزین دیدگاه سیاسی و اقتصادی نمود (رومیانی و قهرمان، ۱۴۰۲: ۱۸۶-۱۷۹).

جدول ۳: رویکردهای توسعه گردشگری

ویژگی‌ها	رویکردها
اثرات بالقوه اقتصادی، اجتماعی و محیطی گردشگری کمتر در نظر گرفته شده و عناصر گردشگری، مورد سوء استفاده قرار می‌گیرد؛ بنابراین، گردشگری انبوه به‌عنوان یک شکل برنامه‌ریزی‌نشده توصیف می‌شود. ساکنین مقاصد گردشگری، در فرآیندهای تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در خصوص توسعه گردشگری وارد نمی‌شوند و مخالفان، عناصر منفی جامعه محسوب می‌شوند.	رویکرد انبوه‌گرایی و توسعه گردشگری
برارزش بالقوه گردشگری به‌عنوان یک صنعت تخصصی که می‌تواند در جهت کاهش عدم تعادل‌های ملی و منطقه‌ای در تجارت، تراز پرداخت‌ها یا سطوح مبادلات خارجی مشارکت کند تأکید دارد.	رویکرد اقتصادی و توسعه گردشگری
در سنت فضایی، جغرافی‌دانان برای رشد مقاصد گردشگری بر کاهش ارتباط با بازار و منابع منطقه تأکید دارند؛ بنابراین این رویکرد بر تدوین طرح‌های توسعه گردشگری که براساس منابع طبیعی یک منطقه و ظرفیت‌ها یا محدودیت‌ها جهت مقاوم‌نمودن زیرساخت‌ها تنظیم شده، تأکید دارد.	رویکرد فضایی-جغرافیایی و توسعه گردشگری
در برنامه‌ریزی گردشگری این رویکرد، به شکل برنامه‌ریزی از پایین به بالا تأکید نموده و تصور رفع نیازهای محلی از طریق رفع نیازهای گردشگران (فلسفه برد-برد)، یکی از اجزای اصلی آن است. این نوع برنامه‌ریزی بر مشارکت بالای عمومی اشاره دارد.	رویکرد اجتماع‌محور و توسعه گردشگری
توسعه پایدار، شرط اساسی تأمین زندگی امن و پایدار است که در جهت به‌حداقل رساندن اتلاف منابع، تخریب محیط، گسستگی فرهنگی و بی‌ثباتی اجتماعی تلاش می‌کند. دستیابی به آن نیازمند شاخص‌های اکولوژیکی، اقتصادی، نهادی و فرهنگی است.	رویکرد توسعه پایدار گردشگری

هدف آن پاسخ‌گویی به تغییر در سیاست‌های منطقه‌ای و بخشی با نگرش تغییر تفکر و عمل صنعت گردشگری است. در این طرح، بخش دولتی و عمومی، گردشگری روستایی را برای بازساخت اقتصاد روستایی تبلیغ می‌کنند.	رویکرد بازساخت و توسعه گردشگری
از جنبه‌های مهم در برنامه‌ریزی زیست ناحیه‌ای، تأکید بر گردشگری است. این شیوه بر دخالت مردم محلی در برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری تأکید دارد و گردشگری را توسعه و گسترش می‌دهد تا بتواند منابع جامعه محلی را به‌دنبال داشته باشد.	رویکرد زیست ناحیه‌ای و توسعه گردشگری
توسعه پایدار نیازمند مشارکت جامعه محلی است و این مشارکت نیازمند توسعه انسانی است. امروزه الگوی گردشگری جامعه‌محور، براساس مشارکت اجتماعات محلی شکل گرفته است که از گردشگری انبوه به گردشگری محلی هدایت می‌شود.	رویکرد مشارکتی و توسعه گردشگری
مقصود از ظرفیت‌سازی در گردشگری، فرآیند هدف‌دار تقویت ظرفیت افراد و جوامع در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، نهادی و کالبدی-محیطی است. برخی دولت‌ها در زمینه توسعه کشاورزی، سلامت، اقتصاد و گردشگری اصول آن را گسترش داده‌اند.	رویکرد ظرفیتی و توسعه گردشگری
توانمندسازی، فرآیند اقدام اجتماعی است که مشارکت مردم، سازمان‌ها و جوامع محلی را در دستیابی به مدیریت بهره‌مندی از زندگی ارتقا می‌دهد. بدون توانمندسازی در سطوح و اجتماعات محلی، تلاش‌های ملی برای توسعه گردشگری با شکست همراه است. فریدمن (۱۹۹۲) با معرفی ابعاد روان‌شناختی، اجتماعی و سیاسی برای توانمندسازی جامعه محلی تحقیقات در این زمینه را پایه‌گذاری نمود و شونز (۱۹۹۹)، توانمندسازی اقتصادی را به این مجموعه اضافه کرد.	رویکرد توانمندسازی و توسعه گردشگری
در بومی‌سازی گردشگری، بر منطقه‌بندی گردشگری به‌منظور اتخاذ سیاست‌های توسعه گردشگری بومی تأکید می‌شود. این رویکرد به‌عنوان دیدگاه کلیدی گردشگری پایدار براساس سه رویکرد؛ تحریک پذیری، خلاقیت و کنش کم‌دی شکل گرفته است.	رویکرد بومی‌سازی و توسعه گردشگری
پژوهشگران بانک جهانی، شفافیت و پاسخ‌گویی، ثبات سیاسی، اثربخشی دولت، کیفیت قوانین و مقررات، حاکمیت قانون و کنترل فساد را در نظر گرفته‌اند. در کشورهایی که این شاخص‌ها وضعیت خوبی دارد فضای کسب‌وکار، رقابت و سرمایه‌گذاری مستمر و نهایتاً توسعه اقتصادی-اجتماعی از جمله عوامل توسعه گردشگری می‌باشد.	رویکرد حکمروایی و توسعه گردشگری
اهداف تاب‌آوری در گردشگری، ایجاد دانش در مورد چگونگی و دلایل آسیب‌پذیری بود. از آن‌جا که اهداف تاب‌آوری در گردشگری عبارتند از: ایجاد دانش در مورد چگونگی و دلیل آسیب‌پذیری بودن بخش گردشگری در برابر خطرات محیطی، افزایش آگاهی از اثرات فاجعه محیطی بر رقابت گردشگری و بررسی موانع و تصمیم‌گیری با آگاهی از ریسک مناطق، از اهدافی هستند که در کشورهای مختلف ارائه شده‌اند.	رویکرد تاب‌آوری و توسعه گردشگری

مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۴

امروزه روندهای فعلی در صنعت گردشگری در حال تغییر است زیرا گذشت زمان و تغییرات در محیط نیازمند اشکال جدید، رویکردهای خلاقانه و انتقال به سطح دیگری از خدمات است. خدماتی که قرار است ارائه شوند باید قیمت مناسب، خلاقانه، با کیفیت بالا و در یک محیط امن با طیف وسیعی از خدمات ارائه شود (Charkina et al, 2022: 112-113). توسعه منطقه گردشگری روستایی با کارآفرینی مرتبط بوده و نیازمند مشارکت چشمگیر بنگاه‌های خانوادگی و کارآفرینان گردشگری است (Utami et al, 2023: 2). در گردشگری مبتنی بر جامعه و کارآفرینی، جامعه میزبان نقش

اساسی در پایداری درازمدت گردشگری دارد. کارآفرینان در جوامع محلی باید تشویق شوند تا از منابع گردشگری در اختیار خود برای حفظ خود بهره‌برند (Wani et al, 2024: 5). اغلب تحلیل‌گران، صنعت گردشگری را با ناپایداری‌هایی که ایجاد کرده، با تغییر گردشگری انبوه به نفع گردشگری جایگزین موافقت کرده‌اند. باتلر (۱۹۹۲)، خواستار توسعه صنعت گردشگری جایگزین شد و به شیوه‌ای جذاب گردشگری جایگزین را به توسعه پایدار ارتباط داد. با این رویکرد، نکات کلیدی مورد تأکید در راهبردهای گردشگری جایگزین کوچک‌مقیاس بودن، پایداری فرهنگی و زیست‌محیطی، پیشرفت متکی بر جوامع محلی، مشارکت اجتماعی می‌باشد (مهدوی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۶). کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یک استراتژی توسعه حیاتی برای مناطق روستایی پدیدار شده است. بازار امیدوارکننده در انتظار گسترش گردشگری روستایی، کارآفرینی را افزایش داده است (Guo et al, 2023: 4).

دیدگاه‌ها و نظریه‌های خرد متعددی همچون: پارادایم نیوتونی، نظریه آشوب و نظریه هویت مکانی را در ارتباط با کارآفرینی گردشگری در حوزه‌های کلان می‌توان مطرح نمود. در پارادایم نیوتنی تأکید اساسی بر برقراری برابری، نظم و ثبات است در حالی که در عالم واقعیت، موقعیت‌ها و شرایط ناپایدار و بی‌نظمی تحت تأثیر عوامل بیرونی و اختلالات است. بدین جهت منظور گذر از پارادایم خطی نیوتونی به پارادایم نظریه آشوب ضروری است. کارآفرینان، شکاف‌های میان بی‌نظمی و آشوب‌های محیط پیرامون را شناسایی و سپس تبدیل به فرصت می‌کنند که نتیجه آن تغییر در وضع موجود و تعیین استانداردهای جدید می‌شود. شومپیتر محیط کارآفرینی را مرتبط با تغییر، تلاطم و پویایی فرض کرده که مورد علاقه کارآفرینان است؛ بنابراین رشد و تغییر در گردشگری را نیز می‌توان در این مسیر تبیین کرد. از سوی دیگر، در شکل‌گیری کارآفرینی گردشگری یکی از مهم‌ترین عوامل هویت مکانی است زیرا شکل‌گیری گردشگری و کارآفرینی متناسب با آن بستگی به ماهیت مکان دارد. کارآیی در برخی از مکان‌ها بیشتر از مکان دیگر و متأثر از هویت مکان است (سجاسی‌قیداری و همکاران، ۱۳۹۵: ۲۴۷). شرکت‌های گردشگری روستایی که عمدتاً شامل کارآفرینی اجتماعی و کسب‌وکارهای خانوادگی هستند، ارزش‌های اجتماعی میزبان خود را به‌طور گسترده افزایش داده‌اند. در عمل، موانع اجتماعی، سیاسی، نیروی کار محدود، توسعه زیرساختی و منابع مالی موجود، عوامل اولیه‌ای را تشکیل می‌دهند که بر کارآفرینی گردشگری روستایی تأثیر می‌گذارند (Guo et al, 2023: 4).

داده‌ها و روش‌ها

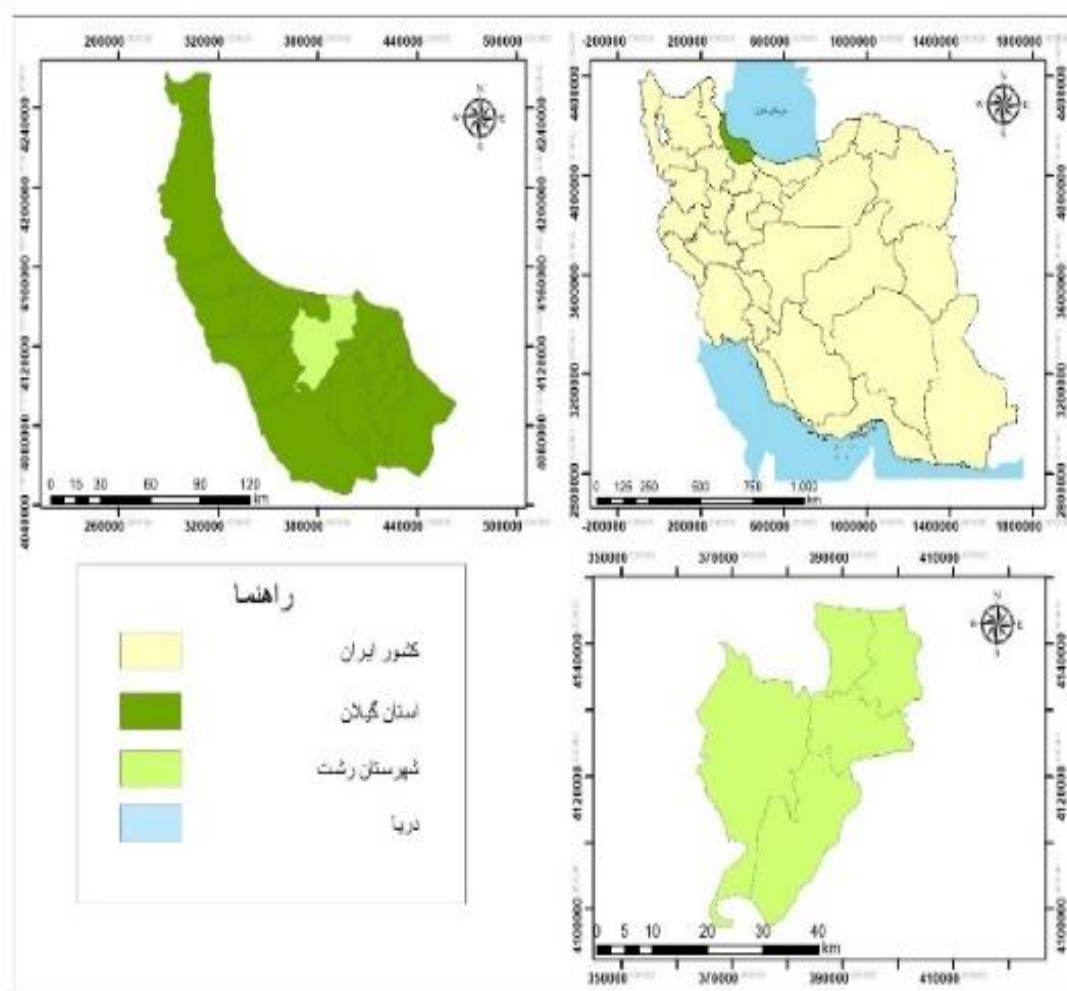
منطقه مورد مطالعه

شهرستان رشت، تقریباً در مرکز جلگه گیلان بین ۳۷ درجه و ۲۹ دقیقه و ۳۰ ثانیه تا ۳۷ درجه و ۲۷ دقیقه و ۲۰ ثانیه عرض شمالی و طول جغرافیایی، ۴۹ درجه و ۲۷ دقیقه و ۴۲ ثانیه تا ۴۹ درجه و ۵۵ دقیقه و ۱۸ ثانیه شرقی قرار گرفته است (شکل ۳). این شهرستان با مساحت ۱۲۵۶ کیلومتر مربع از شمال به دریای خزر و شهرستان خممام، از شرق به شهرستان‌های آستانه اشرفیه، لاهیجان و سیاهکل، از جنوب به شهرستان رودبار و از غرب به شهرستان‌های انزلی، صومعه‌سرا و شفت محدود است. رشت، سنگر، لشت‌نشاء، کوچصفهان و خشکبیجار شهرهای شهرستان رشت می‌باشند (سالنامه آماری استان گیلان، ۱۴۰۰: ۱۵). جدول ۴ و شکل ۴ نشان‌دهنده مشخصات روستاهای منتخب می‌باشد. در بخش کمی پژوهش حجم نمونه پاسخ‌دهندگان صاحبان کسب‌وکار و فعالان گردشگری و صنایع دستی بودند. در پنج روستای سفالکسار (موقعیت جلگه‌ای)، سراوان (جلگه‌ای)، شهرستان (جلگه‌ای)، گلسرک (جلگه‌ای-جنگلی) و فخرآباد (ساحلی) هستند که بیشترین کارآفرین و فعال صنعت گردشگری (هتل، بوم‌گردی، تولیدکننده و عرضه‌کننده صنایع دستی و محصولات کشاورزی و غیره) را نسبت به سایر روستاهای گردشگرپذیر منطقه دارند.

جدول ۴: مشخصات روستاهای منتخب کارآفرینی گردشگری شهرستان رشت

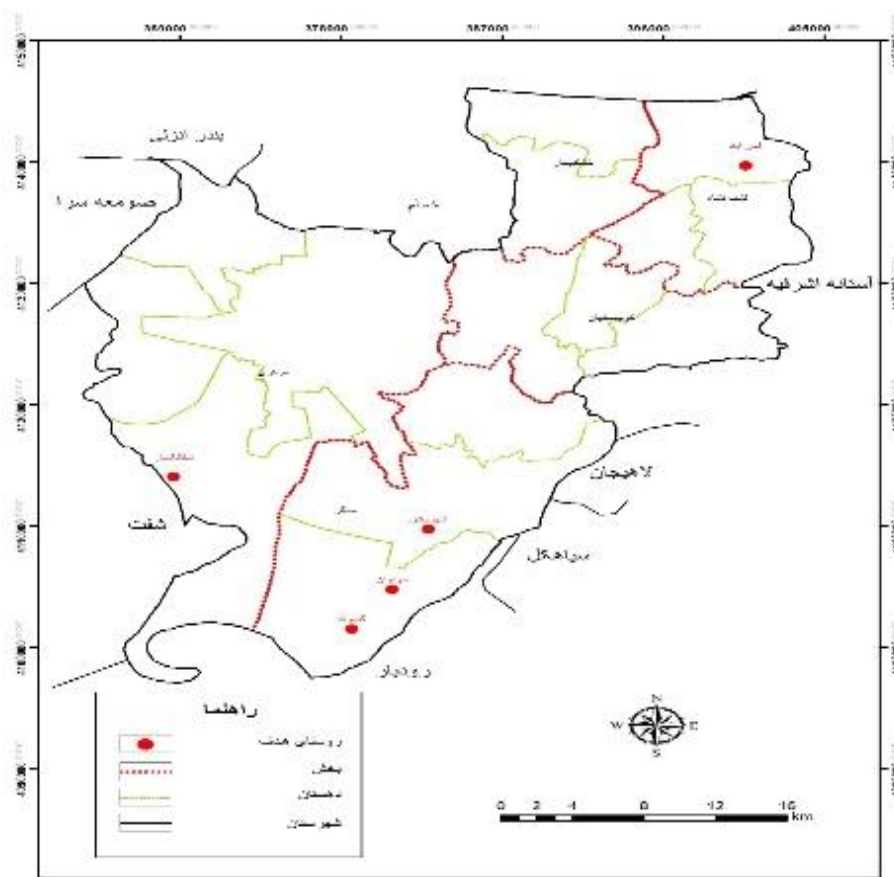
نام روستا	بخش	تعداد خانوار	جمعیت
سفالکسار	مرکزی	۳۰۷	۹۰۰
سراوان	سنگر	۱۸۳۷	۵۵۴۲
شهرستان	سنگر	۷۱۸	۲۳۸۵
گلسرک	سنگر	۵۰۹	۱۶۹۲
فخرآباد	لشت نشاء	۳۷۰	۱۰۷۷

ماخذ: سالنامه آماری استان گیلان، ۱۴۰۰



شکل ۳: موقعیت جغرافیایی شهرستان رشت

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۴



شکل ۴: توزیع روستاهای منتخب پژوهش

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۴

روش مطالعه

دنیای تحقیق بسیار گسترده است و پژوهشگران باید مناسب‌ترین روش تحقیق را برای کار خود انتخاب نمایند (Nair & S.Prem, 2020: 52)؛ از این رو، پژوهش حاضر براساس هدف، کاربردی و به‌لحاظ ماهیت توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است، رویکرد مورد استفاده نیز از نوع متوالی اکتشافی و براساس راهبرد، از نوع ترکیبی کیفی و کمی می‌باشد. داده‌های مورد نیاز از طریق مطالعات اسنادی، کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته به‌دست آمده است. جهت تبیین چارچوب مفهومی پژوهش، از روش اسنادی و برای تکمیل مطالعات اسنادی، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته برای بخش کمی استفاده شده است. در بخش کیفی، داده‌ها با استفاده از نظرات خبرگان دانشگاهی، کارشناسان، مدیران گردشگری و کارآفرینی در شهرستان رشت با استفاده از پرسش‌نامه باز و مصاحبه نیمه‌ساختاریافته از طریق رویکرد نظریه زمینه‌ای یا داده‌بنیاد جمع‌آوری شد. روش نمونه‌گیری نظری و هدفمند بوده است. جامعه آماری در این بخش ۱۹ نفر از خبرگان دانشگاهی و کارشناسان بوده که مشخصات آن‌ها در جدول ۴ قرار گرفته است. تحلیل داده‌های این بخش با استفاده از نرم‌افزار «MAXQDA» با دقت بالا جهت افزایش اعتبار و افزایش پایایی مطالعه انجام شد. در رویکرد داده‌بنیاد، تجزیه و تحلیل داده‌ها به سه طریق؛ کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفت. در بخش کمی حجم نمونه پاسخ‌دهندگان صاحبان کسب‌وکار و فعالان گردشگری و صنایع دستی بودند.

نمونه‌گیری با استفاده از روش هدفمند صورت‌گرفت. تعداد پاسخگویان در این بخش ۲۴ نفر با مشخصات جدول ۵ بود. همچنین، در این بخش نیز اطلاعات مورد نیاز از طریق مطالعات اسنادی، کتابخانه‌ای و پرسش‌نامه بسته به دست آمد. گردآوری داده‌ها در بخش کمی به دو روش کتابخانه‌ای و میدانی بوده و ابزار گردآوری داده‌ها پرسش‌نامه محقق‌ساخته است. نمونه‌گیری بخش کمی با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند بوده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات این بخش، داده‌ها با استفاده از مدل ساختاری تفسیری روابط پیچیده بین مؤلفه‌های سیستم بررسی شده و نهایتاً با بهره‌گیری از تحلیل «MICMAC»، نوع مؤلفه‌ها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر مؤلفه‌ها مشخص شد. بعد از جمع‌آوری و تحلیل داده‌های دو بخش کیفی و کمی، تلفیق داده‌ها انجام گرفت. آن چه که ماهیت روش تحقیق ترکیبی را برجسته و متمایز از سایر روش‌ها می‌کند، تلفیق داده‌هاست و نه جمع‌آوری و تحلیل داده‌های کیفی و کمی پژوهش. تلفیق داده‌های دو بخش پژوهش به روش اتصال داده‌ها (Connecting) بود. نوع روش و یا مسیر اجرایی، پژوهش ترکیبی با رویکرد متوالی اکتشافی است که در آن ابتدا به جمع‌آوری داده‌های کیفی پرداخته و سپس داده‌ها تحلیل شده و بعد بر مبنای نتایج داده کیفی، داده کمی تحکیم و تثبیت شد. به عبارت دیگر، در این روش، روش کیفی و کمی در طول هم انجام شده است؛ یعنی داده کیفی، مقدمه‌ای برای انجام بخش کمی می‌باشد. نتایج پژوهش به صورت ترکیب‌شده روش‌های کیفی و کمی است.

جدول ۵: اطلاعات توصیفی پاسخگویان بخش کیفی و کمی

پاسخگویان بخش کیفی		پاسخگویان بخش کمی		شرح	
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی		
۳۶,۸۴	۷	۲۰,۸۳	۵	۲۰-۴۰	
۴۷,۳۶	۹	۶۶,۶۶	۱۶	۴۱-۶۰	
۱۵,۷۸	۳	۱۲,۵	۳	+۶۰	
۶۸,۴۲	۱۳	۵۸,۳۳	۱۴	مرد	
۳۱,۵۷	۶	۴۱,۶۶	۱۰	زن	
-	-	۳۳,۳۳	۸	دیپلم	
-	-	۸,۳۳	۲	کاردانی	
۲۱,۰۵	۴	۳۷,۵	۹	کارشناسی	
۲۶,۳۱	۵	۱۲,۵	۳	کارشناسی ارشد	
۵۲,۶۳	۱۰	۸,۴	۲	دکتر	
۲۱,۰۵	۴	۶,۲۵	۱	پاسخگویان بخش کیفی	
				پاسخگویان بخش کمی	
				شیمی	
				مدیریت دولتی	
				ریاضی	
				حسابداری	
				کشاورزی	
-	-	۶,۲۵	۱	پزشکی (دندانپزشک)	

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در سکونتگاه‌های روستایی مقصد گردشگری شهرستان رشت (منتخب پژوهش)، با بررسی ادبیات و مطالعات مختلف و استخراج موانع مؤثر انجام‌شد، آن‌گاه موانع تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار که حاصل بررسی ادبیات و تحلیل مطالعات بود، بعد از اعمال نظرات خبرگان جهت تأیید یا رد، از طریق توزیع پرسش‌نامه محقق‌ساخته در گروه کارآفرینان و فعالان گردشگری در جدول ۶ وارد شد.

جدول ۶: موانع توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

ردیف	مؤلفه‌ها
C1	نبود برنامه‌هایی برای آموزش شخصیت‌های امیدوار، خودکارآمد با حس تعلق مکانی، مسئولیت‌پذیر، تاب‌آور، برخوردار از مهارت‌های نرم انجام کار گروهی، تعامل و گفت‌وگو، حل مسئله و تمرکز بر مهمان‌نوازی
C2	ضعف در توانمندسازی زنان جهت پذیرش نقش‌های رهبری یا مدیریت گردشگری، رفع کلیشه‌های جنسیتی و تشویق زنان کارآفرین موفق
C3	ضعف وجود نگاه علمی و آشناکردن جامعه محلی با سیاست‌ها و مزایای توسعه بلندمدت گردشگری پایدار به‌عنوان کاتالیزور بخش کشاورزی در منطقه، نه جایگزین آن
C4	ضعف در سرمایه‌ارتباطی و روابط اجتماعی بین مدیران و ذی‌نفعان محلی، صنعت، دانشگاه و ترویج و آموزش برای هم‌افزایی و سرعت در توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار
C5	ضعف سیاست‌گذاری، حمایت و نظارت دولت در اجرای برنامه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری و اصلاح مقررات بازدارنده و نبود نهادهای فراگیر و تخصصی محرک کسب‌وکار پایدار
C6	وجود شکاف و ضعف ارتباطی بین مدیران دولتی، محلی و کارآفرینان سبک زندگی گردشگری و کشاورزی به‌عنوان حامیان تولید، اراضی مولد و بافت روستایی منطقه
C7	وجود تحریم طولانی‌مدت بین‌المللی (محدودیت‌های تحرک) و ضعف در اتخاذ سیاست برون‌گرایی و دیپلماسی قوی جهت جذب گردشگر خارجی و ارز آوری
C8	ضعف در جهت‌دهی به نقدینگی و اعتبارات بانکی به‌سمت فعالیت‌های مولد و کارآفرینی پایدار
C9	کمبود بازارهای پویا (محصولات کشاورزی و صنایع‌دستی بومی) در مقاصد گردشگری جهت تولید پایدار، ایجاد فضای رقابتی و تضمین سودآوری
C10	ضعف در پذیرش و ترویج فرهنگ کارآفرینی، نوآوری و جمع‌گرایی توسط جامعه محلی
C11	همکاری و عملکرد شبکه‌ای ضعیف ذی‌نفعان محلی و غیرمحلی (دانشگاه، اشخاص ثالث، سازمان‌های خصوصی/دولتی و غیرانتفاعی) در مشارکت‌های مختلف
C12	ضعف وجود برنامه‌هایی جهت افزایش عزت نفس در جامعه محلی به‌منظور حفظ یکپارچگی، به رسمیت شناختن باورهای معنوی، تداوم سنت و احیای جاذبه فرهنگ بومی
C13	ضعف در فرهنگ‌سازی، تولید محتوا و ایجاد علاقه در گردشگر داخلی و خارجی به کسب تجربه و درگیر شدن در فرهنگ اصیل جامعه محلی (آداب و رسوم، گویش، نژاد، غذا و...)
C14	وجود تفکر منفی و برچسب‌زدن به جامعه محلی به‌عنوان جامعه‌ای کاملاً وابسته به کمک‌های دولت
C15	غلبه تفکر رشدگرا در فعالیت اقتصادی، عدم توجه به دیدگاه حفاظت و تعادل اکولوژیک، جهت استفاده بهینه و حمایت از منابع پایه تولید
C16	نبود برنامه‌های آموزشی در جامعه جهت افزایش آگاهی محیطی و رفتار مسئولانه جامعه مهمان و میزبان جهت تأثیر در گردشگری پایدار روستایی
C17	کمبود سرمایه و برنامه‌هایی برای مدیریت بهینه پسماند، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و ارائه محصولات و خدماتی همسو با اصول پایداری محیطی در منطقه
C18	ضعف در تنظیم پایگاه‌های اطلاعاتی آنلاین توسط مدیران محلی، جهت معرفی جذابیت‌ها، برنامه‌های فرهنگی (رویداد، جشنواره، جشن برداشت محصول و صنایع‌دستی بومی) و طرح‌های مختلف جهت ترویج میراث روستا
C19	ضعف در سرمایه‌گذاری جهت توسعه و بهبود کیفیت خدمات و زیرساخت‌های حمل‌ونقل، ارتباطات و اقامتگاه مقرون‌به‌صرفه و خدمات خاص
C20	ضعف در نحوه مدیریت گردشگران (کنترل زمان بازدید، تعداد گردشگر و جلوگیری از ازدحام و ترافیک) قبل از تسریع تقاضا

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

نتایج و بحث

بخش کیفی پژوهش

در این بخش، تجزیه و تحلیل داده‌ها بر مبنای طرح نظام‌مند استراوس و کوربین، کدگذاری در سه مرحله؛ باز، محوری و انتخابی انجام شد. در کدگذاری باز، با بررسی داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، سطر به سطر متن مصاحبه، خوانده و کلمات با بیشترین بار معنایی برداشته شد؛ یعنی جمله‌ها به کد و سپس کدها به مفهوم تبدیل شدند. به عنوان مثال؛ در جدول ۷، جهت مشخص کردن کد باز شرایط علی توسعه کارآفرینی، بعد از پرسشی چون؛ علل کارآفرین شدن روستائیان در سکونتگاه‌های گردشگری پذیر، از میان پاسخها مفاهیم/کدهایی همچون تمایل به کارآفرینی، نوآوری و تنوع شغلی در کارکرد گردشگری، افزایش درآمد خانوار و غیره استخراج شد. جهت کدگذاری محوری از مفاهیم استخراج شده، مقوله کلی‌تر استخراج و ارتباط بین مقوله‌ها مشخص شد. در پایان از ۹۴ مفهوم اولیه کد باز مستخرج از متن مصاحبه‌ها، ۲۴ مقوله یا کد محوری استخراج شدند. با توجه به ارتباط بین مقوله‌ها، کدهایی که از نظر مفهوم با یکدیگر تشابه داشتند، ادغام و طبقات مربوط به هم حول محور مشترک قرار گرفتند. طبقات فوق شامل: شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها بوده و این طبقات پارادایم کدگذاری محوری را به وجود آورده که پدیده محوری را در بر می‌گیرد. جداول ۷، ۸، ۹، ۱۰ و ۱۱ تحلیل حاصل از مصاحبه‌ها را نشان داده و نهایتاً شکل ۵، الگوی توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی در سکونتگاه‌های روستایی شهرستان رشت را براساس نظریه داده‌بنیاد نشان می‌دهد.

شرایط علی: عواملی که موجب پدیده محوری شده‌اند، نتایج آن بیانگر وجود سه مقوله مرتبط با شرایط علی (شامل: تمایل به توسعه کارآفرینی، مدیریت و بهره‌برداری پایدار منابع ساختاری و حفظ چشم‌انداز و بافت روستایی می‌باشد) و ۱۱ کد باز استخراج شده از مصاحبه است که در جدول (۷) آمده است:

جدول ۷: کدگذاری باز و محوری مرتبط با شرایط علی توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

ابعاد	مقوله‌ها (کدگذاری محوری)	مفاهیم (کدگذاری باز)
شرایط علی	تمایل به توسعه کارآفرینی در کارکرد گردشگری	تمایل به کارآفرینی، نوآوری و تنوع شغلی در کارکرد گردشگری منطقه / نیاز به کارآفرینی گردشگری با انگیزه اشتغال‌زایی/تمایل مزرعه‌دار به کارآفرینی/افزایش درآمد خانوار/خوداتکابی
	مدیریت و بهره‌برداری پایدار منابع ساختاری	بهره‌برداری اصولی از منابع پایه تولید در کسب و کار گردشگری/ ایجاد مشاغلی به دور از مواد آلاینده محیطی
	حفظ چشم‌انداز و بافت روستایی	حفظ اراضی مولد و منظر کشاورزی منطقه /حفظ نقش تولیدکنندگی/حفظ و تداوم منابع پایه- تولید/حفظ و تداوم فرهنگ و میراث محلی

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

شرایط زمینه‌ای: از بین داده‌های به دست آمده، ۱۹ کد باز در قالب پنج مقوله محوری به عنوان شرایط زمینه‌ای در نظر گرفته شده که به شرح جدول (۸) است.

جدول ۸: کدگذاری باز و محوری مرتبط با شرایط زمینه‌ای توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

ابعاد	مقوله‌ها (کدگذاری محوری)	مفاهیم (کدگذاری باز)
شرایط زمینه‌ای	ساختارهای محیطی مطلوب	وجود جاذبه‌های طبیعی، چشم‌اندازهای ملموس و غیرملموس/وجود زیرساخت‌های مطلوب و مؤثر/شرایط اقلیمی مطلوب/دسترسی خوب منطقه/وجود تورهایی و آژانس‌های گردشگری
	لزوم اخلاق حرفه‌ای در کار	احترام ذی‌نفعان مختلف به کارآفرینان گردشگری و نظرات و خواسته‌های یکدیگر/تدوین منشور اخلاقی برای جامعه مهمان و جامعه میزبان/پرهیز از تبلیغات سوء علیه رقبا توسط کارآفرینان
	سیاست‌ها و حمایت‌های اصولی، مؤثر و پایدار	سیاست‌های معافیت مالیاتی/مشاوره و ترویج و آموزش مستمر مهارت‌های کارآفرینی در کارکرد گردشگری/حفظ ثبات و پایداری در جامعه/حمایت و تشویق از نوآوران کارآفرینان گردشگری و صنایع دستی بومی/همکاری مستمر و مؤثر بین ذی‌نفعان بخش‌های دولتی، خصوصی و روستایی
	وجود اعتماد به نفس	تلاش جامعه محلی برای خودتقایی و توانمندسازی و کارآفرین شدن/قدرت ریسک‌پذیری/عدم هراس از شکست/پذیرش ایده‌های شغلی جدید
	توجه به اصول پایداری	بازاندیشی در اهداف کارآفرینی گردشگری با نگاه و عملکرد مبتنی بر پایداری/افزایش آگاهی برای حفظ منابع محیطی در جوامع میزبان و مهمان

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

شرایط مداخله‌گر: عوامل وضعیتی خاص که اثرگذار به راهبردها است و بیان‌کننده وجود چهار مقوله مرتبط با این شرایط و ۱۸ کد باز استخراج‌شده از مصاحبه است که در جدول (۹) آمده است:

جدول ۹: کدگذاری باز و محوری مرتبط با شرایط مداخله‌گر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

ابعاد	مقوله‌ها (کدگذاری محوری)	مفاهیم (کدگذاری باز)
شرایط مداخله‌گر	شرایط مطلوب اقتصادی منطقه	حضور بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری در کسب و کارهای گردشگری پایدارمحور/تخفیف مالیاتی/تنفس در بازپرداخت وام بانکی/بخشش جریمه دیرکرد تسهیلات/کمک به فراهم‌نمودن زمینه ایجاد و توسعه بازارچه‌های فروش و عرضه محصولات کشاورزی و صنایع دستی بومی توسط کارآفرینان گردشگری
	شرایط مطلوب فرهنگی-اجتماعی منطقه	پذیرش کارآفرینان بومی/تشویق کارآفرینان موفق بومی به‌عنوان الگوهای برتر خودکارآمد/حمایت کارآفرینان از یکدیگر/فرهنگ‌سازی کارگروهی و مشارکتی در جامعه محلی
	شرایط آموزشی و ترویجی	برگزاری کلاس‌های آموزش مهارت‌های کوتاه‌مدت کسب‌وکار و تداوم این کار/تنظیم و برگزاری طرح‌هایی برای ترویج میراث روستا/ترویج فرهنگ نوآوری و کارآفرینی
	شرایط زیرساختی مطلوب	افزایش کیفیت خدمات/توسعه اقامتگاه مقرون‌به‌صرفه/توسعه واحد مسکونی، توسعه زیرساخت‌های عمومی مقصد، توسعه فناوری دیجیتال و دسترسی گسترده به اینترنت در کسب و کار جهت معرفی جذابیت‌ها/خبررسانی برای معرفی برنامه‌های فرهنگی مقاصد گردشگری (رویدادها، جشنواره‌ها و...)

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

راهبردها: اقدامات انجام‌یافته در ارتباط با پدیده محوری یا کنش‌ها و واکنش‌هایی برای کنترل، اداره و برخورد با پدیده مورد نظر که بیانگر وجود شش مقوله می‌باشد. کد نهایی استخراج‌شده از مصاحبه ۲۱ کد باز است که در جدول (۱۰) آمده است:

جدول ۱۰: کدگذاری باز و محوری مرتبط با راهبردهای توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

ابعاد	مقوله‌ها (کدگذاری محوری)	مفاهیم (کدگذاری باز)
راهبردها	راهبرد آموزشی و ترویجی	تنظیم برنامه‌هایی برای رشد توانمندی انسانی-آموزشی مؤثر نحوه راه‌اندازی کسب‌وکار/ تداوم خدمات آموزشی/ منابع انسانی آموزش‌دیده و دارای قدرت تعامل و اثرگذار بر گردشگر داخلی و خارجی
	راهبرد روان‌شناختی	تقویت سرمایه روان‌شناختی در جامعه محلی برای انعطاف‌پذیری و تمایل بیشتر جوامع محلی، راه‌اندازی کسب‌وکار گردشگری / افزایش دیدگاه واقع‌بینانه و اراده برای دستیابی به خودباوری، خوداتکایی و خوداتکایی/آموزش ریسک‌پذیری برای کارآفرین شدن و پذیرش تغییر اندیشه و تحول عملکرد در زندگی در مقاصد گردشگری پذیر/ افزایش توسعه فردی، مهارت‌های مدیریتی و تمرکز بر مهمان‌نوازی
	مشارکت ذی‌نفعان مختلف دولتی، خصوصی و محلی	کاهش شکاف ارتباطی بین مدیران دولتی و محلی و کارآفرینان گردشگری روستایی
	حمایت‌ها و کاتالیزورها	حامی و ناظر بودن دولت در اجرای برنامه‌های توسعه کارآفرینی / حمایت مالی دولت، اصلاح قوانین مالیاتی مرتبط با کسب‌وکارها و کارآفرینان منوط به اجرای فعالیت‌های حامی منابع پایه‌تولید/ دسترسی آسان و سریع به وام و منابع مالی/ ایجاد شبکه کارآفرینی
	تحقیق و توسعه	بررسی پروژه‌های تحقیقاتی به منابع ساختاری و کارکردی روستاها / بررسی دقیق استفاده از تجربیات موفق و متناسب در سطوح مختلف محلی تا بین‌المللی / افزایش تحقیق و توسعه / سرمایه‌گذاری برای تحقیق و توسعه مدیریت بهینه پسماند در منطقه/ سرمایه‌گذاری برای تحقیق و توسعه و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر/ سرمایه‌گذاری برای تحقیق و توسعه جهت ارائه خدمات و محصولات متناسب با اصول پایداری محیطی
	اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده	در اختیار گذاشتن حق مدیریت مستقل منافع (منابع طبیعی و پتانسیل‌ها) در جوامع محلی / کاهش بروکراسی اداری در صدور مجوز/ اصلاح قوانین مالیاتی مرتبط با کسب‌وکارها و کارآفرینان/ کاهش بروکراسی اداری در صدور مجوزها

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

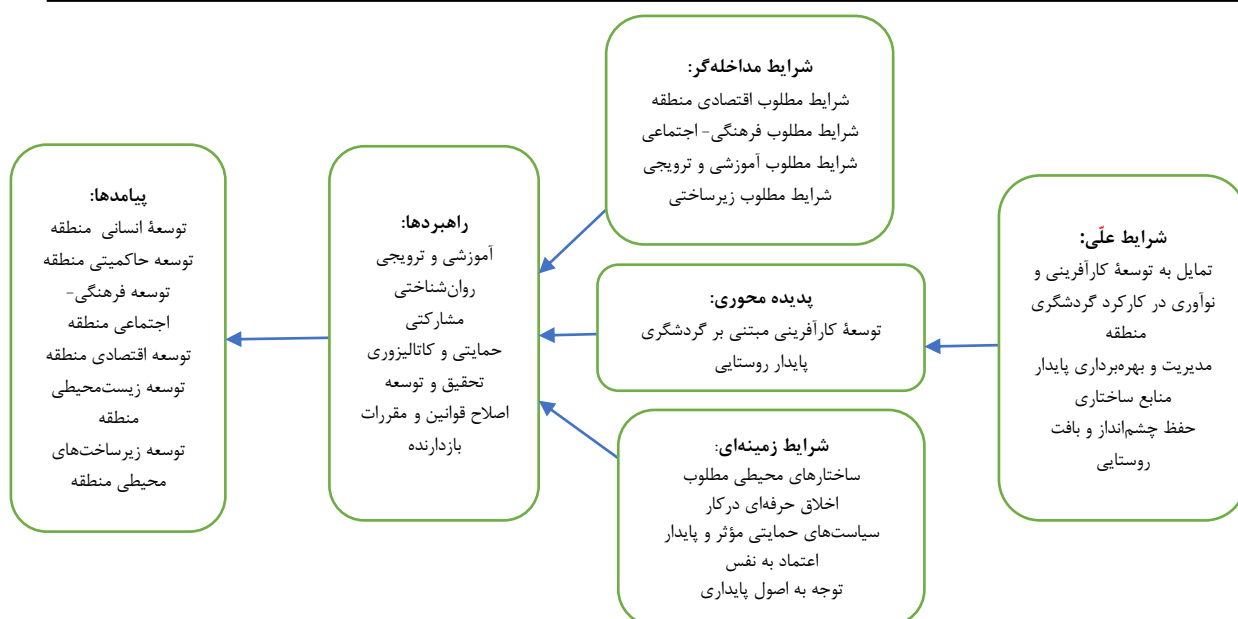
پیامدها: نتایج حاصل از کاربست راهبردها است که براساس نتایج حاضر، وجود شش مقوله مرتبط با این شرایط و ۲۵ کد باز استخراج‌شده از مصاحبه در جدول (۱۱) آمده است:

جدول ۱۱: کدگذاری باز و محوری مرتبط با پیامدهای توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

ابعاد	مقوله‌ها	مفاهیم (کدگذاری باز)
پیامدها	توسعه انسانی	ساخت جوامع محلی با شخصیت‌های امیدوار، پویا، خودکارآمد، با حس تعلق مکانی، مسئولیت‌پذیر، تاب‌آور، برخوردار از مهارت‌های نرم انجام کار گروهی، تعامل، توانا در حل مسائل و تمرکز بر مهمان‌نوازی/ توانمندی زنان برای پذیرش نقش مدیریتی و کارآفرین‌شدن/ آگاهی جامعه محلی با سیاست‌ها و مزایای بلندمدت کارکرد گردشگری به‌عنوان کاتالیزور کارکرد کشاورزی منطقه/ بهبود روابط بین مدیران اجرایی، جوامع محلی و دانشگاهی
	توسعه اقتصادی	توانایی هدایت نقدینگی و اعتبارات بانکی جامعه به‌سمت فعالیت‌های مولد و توسعه کارآفرینی پایدار در کارکردهای موجود جوامع محلی/ گسترش بازارهای محلی پویا در سکونتگاه‌های مقصد گردشگری جهت تولید، رقابت و سودآوری پایدار
	توسعه حاکمیتی	حمایت و نظارت دولت در برنامه‌ریزی، اجرا و نظارت توسعه کارآفرینی گردشگری محلی/ رفع مقررات بازدارنده/ ساخت نهادهای فراگیر و تخصصی محرک کسب‌وکار محلی/ رفع شکاف و ضعف ارتباطی بین مدیران دولتی، محلی و کارآفرینان گردشگری/ ثبات سیاسی و افزایش دیپلماسی مؤثر در توانایی جذب گردشگر خارجی و واردکردن ارز
	توسعه فرهنگی-اجتماعی	مشارکت و عملکرد شبکه‌ای ذی‌نفعان مختلف محلی و غیرمحلی/ پذیرش و ترویج فرهنگ کارآفرینی، نوآوری و جمع‌گرایی در جوامع محلی/ افزایش عزت نفس در جوامع محلی جهت احترام به سنت، میراث و احیای جاذبه فرهنگ بومی/ افزایش توانایی در فرهنگ‌سازی و تولید محتوا برای تبلیغ جذابیت‌ها و امنیت کشور/ وجود نگاه به جامعه محلی به‌عنوان جوامع توانمند، کارا و خودارتقا
	توسعه زیرساخت‌های محیطی	وجود پایگاه‌های اطلاعاتی آنلاین توسط مدیران محلی برای معرفی جذابیت‌ها، رویدادها، جشنواره‌ها، صنایع‌دستی بومی و محصولات کشاورزی (جشن خرمن)/ رشد سرمایه‌گذاری برای توسعه و بهبود کیفیت خدمات و زیرساخت حمل‌ونقل، ارتباطات و اقامتگاه مقرون‌به‌صرفه و خدمات خاص/ افزایش توانمندی در نحوه مدیریت گردشگران
	توسعه زیست‌محیطی	غلبه بر تفکر رشدگرا در فعالیت‌های اقتصادی جامعه محلی/ افزایش اهمیت و توجه به دیدگاه حفاظت و تعادل اکولوژیکی منطقه/ جوامع محلی جهت حمایت از منابع پایه‌تولید و استفاده بهینه از آن‌ها/ افزایش برنامه‌های آموزشی در جامعه جهت افزایش آگاهی محیطی جامعه مهمان و میزبان جهت تأثیر در گردشگری پایدار روستایی/ رشد سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی برای مدیریت بهینه پسماند، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر/ افزایش ارائه محصولات خدماتی همسو با اصول پایداری محیطی در جامعه محلی

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

طبق مؤلفه‌های مرحله کدگذاری محوری، قضیه اول (شرایط علی)، قضیه دوم (شرایط زمینه‌ای)، قضیه سوم (شرایط مداخله‌گر)، قضیه چهارم (راهبردها) و قضیه پنجم (پیامدها) حاصل شدند. مدل نهایی پیشنهادی توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت، براساس نظریه داده‌بنیاد به‌صورت شکل ۵ است:



شکل ۵: ارائه الگوی توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت براساس نظریه داده‌بنیاد

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

بخش کمی پژوهش

ماتریس خودتعاملی ساختاری

بعد از بررسی و شناسایی موانع توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت، مرحله بعدی تشکیل ماتریس خودتعاملی ساختاری است که این عوامل نیز در این ماتریس وارد شدند. جهت دستیابی به هدف پرسش‌نامه‌ای طراحی و ماتریس خودتعاملی با استفاده از دیدگاه پاسخ‌دهندگان ساختار یافت که در سطر و ستون اول این ماتریس‌ها، متغیرها یا مؤلفه‌ها به ترتیب فهرست شدند و روابط دو طرفه آن‌ها با به‌کارگیری نمادها مشخص گردید.

جدول ۱۲: ماتریس خودتعاملی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	
C1	-	V	X	A	A	X	A	A	V	V	A	X	V	A	O	X	O	O	O	A	
C2		-	A	A	A	X	O	A	A	A	A	A	A	A	O	O	O	O	O	O	
C3			-	V	X	V	V	V	V	V	V	V	V	X	V	V	V	V	V	V	
C4				-	X	X	V	V	V	V	X	V	V	V	V	V	V	V	V	V	
C5					-	V	X	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	V	
C6						-	O	V	V	V	X	V	O	X	X	V	V	V	V	V	
C7							-	V	V	V	X	X	X	O	O	O	O	V	V	V	
C8								-	X	X	A	O	X	A	V	O	V	V	V	O	
C9									-	X	A	A	A	A	O	O	O	A	A	O	
C10										-	X	A	X	X	O	O	O	V	V	V	
C11											-	V	V	X	V	V	V	V	V	V	
C12												-	X	A	O	O	O	O	O	O	
C13													-	O	O	O	O	X	V	O	
C14														-	O	O	O	V	V	V	
C15															-	V	V	O	O	O	
C16																-	X	A	O	O	
C17																	-	O	O	O	
C18																		-	X	X	
C19																				-	V
C20																					-

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

ماتریس دسترسی اولیه

ماتریس دسترسی اولیه از طریق تبدیل ماتریس خودتعاملی ساختاری به ماتریس دو ارزشی (صفر و یک) به دست آمد.

جدول ۱۳: ماتریس دسترسی اولیه عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

عوامل	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20
C1	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰
C2	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
C3	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C4	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C5	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C6	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C7	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱
C8	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰
C9	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
C10	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱
C11	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱
C12	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
C13	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰
C14	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱
C15	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰
C16	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰
C17	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰
C18	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱
C19	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱
C20	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

ماتریس قابلیت دسترسی ثانویه (نهایی)

پس از تشکیل جدول ۱۳، موانع توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی با هدف سازگاری ماتریس، ماتریس دسترسی ثانویه تشکیل شد. در این گام، روابط ثانویه بین متغیرها بررسی و ماتریس دسترسی نهایی مطابق جدول ۱۴ به دست آمد. ماتریس فوق، بیشتر تأثیر قدرت نفوذ و میزان وابستگی مؤلفه‌ها را انعکاس می‌دهد. بدین منظور، برای هر مؤلفه با جمع‌بندی عناصر هر ردیف سطر و ستون در ماتریس ثانویه، کمی‌سازی خواهد شد.

جدول ۱۴: ماتریس قابلیت دسترسی ثانویه (نهایی) عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

عوامل	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20	قدرت نفوذ
C1	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	9
C2	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	2
C3	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	20
C4	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	19
C5	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	20
C6	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	16
C7	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	12
C8	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	10
C9	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	4
C10	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	10
C11	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	18
C12	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	7
C13	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰	9
C14	۱	۱	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۱	۱	13
C15	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	4
C16	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	۰	۰	۰	3
C17	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	2
C18	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۱	۱	6
C19	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۱	۱	4
C20	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۱	3
میزان وابستگی	12	13	4	5	4	9	7	11	15	13	8	10	11	7	7	10	9	13	12	11	

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

سطح‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت

جهت تعیین سطح متغیرها در مدل نهایی، به‌ازای هر یک، سه مجموعه خروجی (سطر)، ورودی (ستون) و مشترک تشکیل می‌شود. عواملی که مجموعه خروجی و مشترک آن‌ها کاملاً یکسان باشند، در بالاترین سطح از سلسله‌مراتب مدل ساختاری تفسیری قرار می‌گیرند.

جدول ۱۵: سطح‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی

عوامل	مجموعه خروجی	مجموعه ورودی	مجموعه مشترک	سطح
C1	1-2-3-6-9-10-12-13-16	1-3-4-5-6-7-8-11-12-14-16-20	1-3-6-12-16	۴
C2	2-6	1-2-3-4-5-6-8-9-10-11-12-13-14	2-6	۱
C3	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20	1-3-5-14	1-3-5	۶
C4	1-2-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20	3-4-5-6-11	4-5-6-11	۶
C5	1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20	3-4-5-6-11	3-4-5-7	۶
C6	1-2-4-6-8-9-10-11-12-14-15-16-17-18-19-20	1-2-3-4-5-6-11-14-15	1-2-4-6-11-14-15	۵
C7	1-5-7-8-9-10-11-12-13-18-19-20	3-4-5-7-11-12-13	5-7-11-12-13	۵
C8	1-2-8-9-10-13-15-17-18-19	3-4-5-6-7-8-9-10-11-13-14	8-9-10-13	۵
C9	2-8-9-10	1-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-18-19	8-9-10	۲
C10	2-8-9-10-11-13-14-18-19-20	1-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14	8-9-10-11-13-14	۳
C11	1-2-4-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17-18-19-20	3-4-5-6-7-10-11-14	4-6-7-10-11-14	۶
C12	1-2-7-9-10-12-13	1-3-4-5-6-7-11-12-13-14	1-7-12-13	۴
C13	2-7-8-9-10-12-13-18-19	1-3-4-5-7-8-10-11-12-13-18	7-8-10-12-13-18	۳
C14	1-2-3-6-8-9-10-11-12-14-18-19-20	3-4-5-6-10-11-14	3-6-10-11-14	۶
C15	6-15-16-17	3-4-5-6-8-11-15	6-15	۴
C16	1-16-17	1-3-4-5-6-11-15-16-17-18	1-16-17	۱
C17	16-17	3-4-5-6-8-11-15-16-17	16-17	۱
C18	9-13-16-18-19-20	3-4-5-6-7-8-10-11-13-14-18-19-20	13-18-19-20	۳
C19	9-18-19-20	3-4-5-6-7-8-10-11-13-14-18-19	18-19	۴
C20	1-18-20	3-4-5-6-7-10-11-14-18-19-20	18-20	۳

ماخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۴

شبکه مدل‌سازی و تعامل

موانع توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت طبق جدول ۱۵، شش سطح دارند. به‌عبارت دیگر، کل ۲۰ عامل مانع توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی شهرستان رشت، براساس بررسی بخش کیفی مطالعه حاضر (جدول ۵)، پس از تعیین ارتباط و سطح هر مؤلفه براساس جدول ۱۵، شش سطح را به‌وجود آوردند. بر این اساس، سطح اول شامل سه مؤلفه، C2، C16 و C17 است. این سطح نشان‌دهنده بالاترین وابستگی و تأثیرپذیری بیشتری است. مؤلفه‌های C3، C4، C5، C11 و C14 در سطح ششم؛ یعنی پایین‌ترین سطح قرار گرفته‌اند. این مؤلفه‌ها به‌عنوان پایه و بستر مدل عمل خواهند کرد و در جهت فراهم‌نمودن نیازهای توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار

روستایی ضروری است که بازاندیشی در تفکر و عملکرد نخبگان، برنامه‌ریزان، مدیران و سرمایه‌گذاران از این مؤلفه‌ها آغاز شده تا تأثیرات مثبتی بر سایر مؤلفه‌ها گذاشته شود.



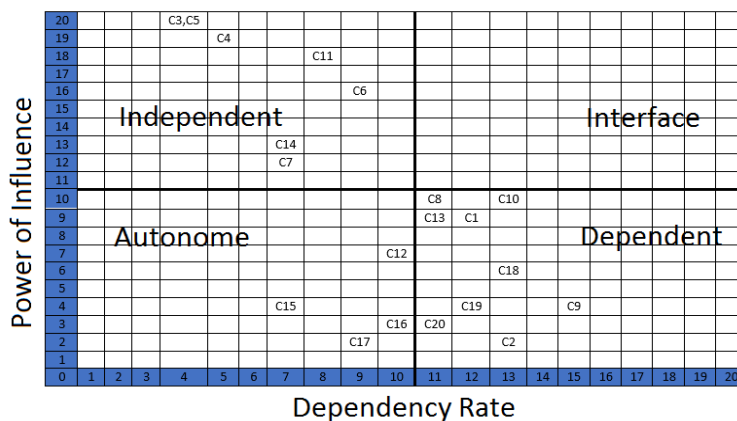
شکل ۶: رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت

تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۴

تحلیل «MICMAC» عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت

در این مرحله طبق شکل ۷، با استفاده از تحلیل «MICMAC»، نوع مؤلفه‌ها با توجه به اثرگذاری و اثرپذیری بر سایر مؤلفه‌ها مشخص شد. بعد از تعیین قدرت نفوذ (اثرگذاری) و وابستگی (اثرپذیری) مؤلفه‌ها در جدول ۱۴، محل قرارگیری ۲۰ عامل مانع توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در منطقه، در یکی از ربع‌های چهارگانه ماتریس اثر مؤلفه‌ها مشخص شد. اولین گروه (Autonome)، متغیرهای مستقل هستند که دارای قدرت نفوذ و وابستگی اندکی می‌باشند. مؤلفه‌ها در این گروه تا حدودی از سایر مؤلفه‌ها مجزا هستند و بر این اساس ارتباطات کمی داشته، ولی در تسریع روند توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی منطقه نقشی اساسی دارند. براساس شکل ۵، مؤلفه‌هایی که در این ربع قرار دارند، ضعف وجود برنامه‌هایی جهت افزایش عزت نفس در جامعه محلی به‌منظور حفظ یکپارچگی، به رسمیت‌شناختن باورهای معنوی، تداوم سنت و احیای جاذبه فرهنگ بومی (C12)، غلبه تفکر رشدگرا در فعالیت اقتصادی، عدم توجه به دیدگاه حفاظت و تعادل اکولوژیک جهت استفاده بهینه و حمایت از منابع پایه تولید (C15)، نبود برنامه‌های آموزشی در جامعه جهت افزایش آگاهی محیطی و رفتار مسئولانه جامعه مهمان و میزبان جهت تأثیر بر گردشگری پایدار روستایی (C16)، کمبود سرمایه و برنامه‌هایی برای مدیریت بهینه پسماند، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و ارائه محصولات و خدماتی همسو با اصول پایداری محیطی در منطقه (C17) می‌باشند. ربع دوم (Dependent)، مؤلفه‌های وابسته هستند که قدرت نفوذ ضعیف و وابستگی بالا دارند. براساس شکل ۷، مؤلفه‌های نبود برنامه‌هایی برای آموزش شخصیت‌های امیدوار خودکارآمد با حس تعلق مکانی، مسئولیت‌پذیر، تاب‌آور، برخوردار از مهارت‌های نرم کار گروهی، تعامل و گفت‌وگو، حل مسئله و تمرکز به مهمان‌نوازی (C9)، ضعف در توانمندسازی زنان جهت پذیرش نقش‌های رهبری یا مدیریت گردشگری، رفع کلیشه‌های جنسیتی و تشویق زنان کارآفرین موفق (C2)، ضعف در جهت‌دهی به نقدینگی و اعتبارات بانکی به‌سمت فعالیت‌های مولد و کارآفرینی پایدار (C8)، کمبود بازارهای پویا (محصولات کشاورزی و صنایع دستی بومی، در مقاصد گردشگری جهت تولید پایدار، ایجاد فضای رقابتی و تضمین سودآوری (C9)، ضعف در پذیرش و ترویج فرهنگ کارآفرینی، نوآوری و جمع‌گرایی توسط جامعه محلی (C10)، ضعف در فرهنگ‌سازی، تولید محتوا و ایجاد علاقه در گردشگر داخلی و خارجی به کسب تجربه و درگیر شدن در فرهنگ اصیل جامعه محلی (آداب و رسوم، گویش، نژاد، غذا و...) (C13)، ضعف در تنظیم پایگاه‌های اطلاعاتی آنلاین توسط مدیران محلی، جهت معرفی

جذابیت‌ها، برنامه‌های فرهنگی (C18)، ضعف در نحوه مدیریت گردشگران قبل از تسریع تقاضا (C20) می‌باشند. این مؤلفه‌ها، مؤلفه‌های کلیدی برای توسعه سکونتگاه‌های روستایی می‌باشند که تأثیر بسیار زیادی بر توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی شهرستان رشت دارند. در ربع سوم (Interface) که در آن وابستگی و قدرت نفوذ بالا است، مؤلفه‌ای وجود ندارد اما ربع چهارم (Independent)، متغیرهای مستقل را در بر می‌گیرد که قدرت نفوذ بالا و وابستگی پایین دارند. طبق شکل ۵، هفت مؤلفه در این ربع قرار دارد که از منظر سیستمی جزء عناصر غیر وابسته هستند. مؤلفه ضعف وجود نگاه علمی و آشنا کردن جامعه محلی با سیاست‌ها و مزایای توسعه بلندمدت گردشگری پایدار به‌عنوان کاتالیزور بخش کشاورزی در منطقه، نه جایگزین آن (C3)، ضعف در سرمایه ارتباطی و روابط اجتماعی بین مدیران و ذی‌نفعان محلی، صنعت، دانشگاه و ترویج و آموزش برای هم‌افزایی و سرعت در توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار (C4)، ضعف سیاست‌گذاری، حمایت و نظارت دولت در اجرای برنامه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری و اصلاح مقررات بازدارنده و نبود نهادهای فراگیر و تخصصی محرک کسب‌وکار پایدار (C5)، وجود شکاف و ضعف ارتباطی بین مدیران دولتی و محلی و کارآفرینان سبک زندگی گردشگری و کشاورزی به‌عنوان حامیان تولید، اراضی مولد و بافت روستایی منطقه (C6)، وجود تحریم‌های طولانی مدت بین‌المللی و ضعف در اتخاذ سیاست برون‌گرایی و دیپلماسی قوی جهت جذب گردشگر خارجی و ارزآوری (C7)، همکاری و عملکرد شبکه‌ای ضعیف ذی‌نفعان محلی و غیرمحلی در مشارکت‌های مختلف (C11) و غلبه تفکر منفی و برچسب‌زدن به جامعه محلی به‌عنوان جامعه‌ای کاملاً وابسته به کمک‌های دولت (C14)، مؤلفه‌های ربع چهارم هستند.



شکل ۷: خوشه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در منطقه مورد مطالعه تهیه و ترسیم: نگارندگان، ۱۴۰۴

همان‌طور که پیش از این بیان شد، اهداف توسعه و پایداری در آن یک درخواست جهانی است (Mishra et al, 2024: 11101) جامعه جهانی کمتر از یک دهه برای پایان دادن به فقر جهانی تا سال ۲۰۳۰ فرصت دارد (Leadley et al, 2022: 597). اخیراً نیز پتانسیل گردشگری برای کارآفرینی پایدار در ارتباط با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد (در دستور کار ۲۰۳۰)، بسیار برجسته شده است (Saarinan et al, 2024: 65) گردشگری در سکونتگاه‌های روستایی ایران و به-خصوص شهرستان رشت، از مزیت‌های بالقوه‌ای جهت ایجاد کارآفرینی پایدار برخوردار است. این موقعیت می‌تواند نقش اساسی در اتخاذ استراتژی‌های پایدار در ابعاد مختلف جهت دستیابی به افزایش مسئولیت‌پذیری و پایداری در کارکرد گردشگری داشته باشد اما در حال حاضر بخش گردشگری در این منطقه، به‌عنوان کارکرد دوم در کنار

بخش کشاورزی، به جای کاتالیزور این بخش در حال تبدیل شدن به جانشین آن در بسیاری از روستاهای مقصد گردشگری شده است. مشکلات حل نشده بخش کشاورزی و عدم تمایل نسل جوان تر به اشتغال در این بخش و افزایش تقاضای زمین از طرف گردشگران و مهاجرین در دهه های اخیر، کمبود اراضی مولد در روستاها را سبب شده است. عملکرد برنامه های توسعه روستایی ایران در چند دهه اخیر حاکی از ضعف سیاست گذاری و برنامه ریزی و نبود اصالت عمل در اکثر نقاط روستایی است. از جمله در الگوهای توسعه ای گردشگری که انتظار می رود به گونه ای باشد که با افزایش زمینه اشتغال، افزایش آگاهی و مسئولیت پذیری جامعه میزبان و مهمان، بتواند بسیاری از صدمات وارده به جامعه محلی و ناپایداری های این کارکرد را رفع نماید. همچنین بتواند از طریق ایجاد توسعه در ابعاد مختلف توسعه ای، زمینه گردشگری پایدار روستایی را در منطقه فراهم کند؛ از این رو، مطالعه حاضر به تنظیم الگویی برای توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت پرداخته و طبق جدول ۵، ۲۰ مؤلفه به عنوان موانع توسعه کارآفرینی را در این زمینه معرفی کرده که نیاز به بازاندیشی اصولی دارند. از جمله (C4) را یک مانع مهم پیش رو می داند. همان طور که، هندیمن و همکاران (۲۰۲۴)، توانایی مدیران گردشگری روستایی جهت عملکرد بهینه گردشگری پایدار از طریق تعاملات اجتماعی، روابط شبکه ای و حمایت مالی و غیرمالی دولت را مهم دانسته اند (Handiman et al, 2024:150). در این راستا، زحمت کش ممتاز و همکاران (۱۴۰۲) نیز وجود نظام آموزشی و مهارت آموزی را به عنوان نهادهای مهم و تأثیرگذار بر موفقیت کارآفرینی روستایی دانسته اند. (C2)، نیز از جمله موانع پیش روی توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار در منطقه است که باید با تغییر دیدگاه و حمایت های لازم رفع شود. همان طور که، آل و همکاران (۲۰۲۴)، نیز ایجاد زمینه کارآفرینی برای زنان روستایی را سیاستی جهت کمک به رشد اقتصادی مناطق روستایی و تاب آوری آن در سوئد دانسته اند (Ahl et al, 2024:1652). مؤلفه (C6)، نیز مانع مهم دیگری برای توسعه کارآفرینی گردشگری است که باید این شکاف ارتباطی از طریق حمایت های مختلف رفع شود در این زمینه مطالعه فالتر (۲۰۲۴)، نیز نشان داد که پرداختن به کارآفرینان گردشگری به عنوان بازیگران مهم توسعه گردشگری می تواند نقطه شروع معناداری برای بازنگری کلی در گردشگری باشد (Falter, 2024: 2). (C7)، دیگر مانع مهم توسعه کارآفرینی گردشگری و به عنوان عامل محدودکننده آن است. رفع این مسائل و برخورداریودن از دیپلماسی قوی و تولید محتوا از مقاصد گردشگری، سبب افزایش جذب گردشگر خارجی و ارزآوری خواهد شد. همان طور که، صیفی و همکاران (۲۰۲۵)، بیان کردند، تحریم ها، حقوق های تحرکی، ارتباطی، اقتصادی و مالی، بازیگران گردشگری را بدتر و در نتیجه ظرفیت آن ها را جهت کمک به گردشگری پایدار و توسعه فراگیر محدود کرده است (Sayfi et al, 2025: 105). همچنین مؤلفه (C16)، مانع مهم دیگری در جامعه محلی مقصد گردشگری منطقه است که نیاز به افزایش آگاهی و دانایی دو جامعه میزبان و مهمان را ضروری می نماید. همان گونه که، دیاس و همکاران (۲۰۲۳)، بیان کردند، مشاغل کارآفرینان سبک زندگی گردشگری به دلیل پیوند با مکان، با مدل های کارآفرینی پایدار مرتبط است و نیاز به ارتقای دانش محلی جهت کارآفرینی گردشگری پایدار دارد (Dias et al, 2023: 37).

ادغام نتایج بخش های کیفی و کمی پژوهش:

هدف از انجام پژوهش ترکیبی حاضر با پارادایم مستقل، درک و فهم عمیق تر و ارائه تصویری کامل از مسئله پژوهش است. به بیان دیگر، این روش تحلیل به عنوان یک دیدگاه کل نگر از یک پدیده و ادغام دو تفکر قیاسی (کمی) و استقرایی (کیفی) را جهت درک بهتر موضوع پژوهش برای سیاست گذاران، برنامه ریزان و سرمایه گذاران،

فعالان و جامعه محلی ایجاد نموده و امکان دسترسی وسیع‌تری به شواهد تجربی قوی و اکتشافی فراهم می‌کند. واضح است آن‌چه که ماهیت روش تحقیق ترکیبی را از سایر روش‌ها برجسته و متمایز می‌کند، تلفیق داده‌ها است، نه جمع‌آوری و تحلیل داده‌های دو بخش کیفی و کمی پژوهش؛ از این‌رو، تلفیق داده‌های دو بخش پژوهش حاضر، به‌روش اتصال داده‌ها (Connecting) و به‌شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول ۱۵: ادغام نتایج بخش‌های کیفی و کمی پژوهش

C4, C5, C19, C20	C3, C15, C17, C18	C7, C8, C9, C14	C6, C11	C12	C16, C13, C10, C2, C1	موانع بازدارنده کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت (بخش کیفی)
راهبرد اصلاح قوانین و مقررات (بازنگری فرآیندهای صدور مجوز کسب‌وکارهای گردشگری روستایی به‌منظور حذف موانع قانونی و تسهیل فعالیت کارآفرینان بومی)	راهبرد تحقیق و توسعه (شناسایی ظرفیت‌ها و نیازهای گردشگری روستاها و طراحی خدمات نوآورانه و...)	راهبرد حمایتی و کاتالیزوری (ایجاد مراکز شتاب‌دهنده کسب‌وکار گردشگری با حمایت مالی، فنی و مشاوره)	راهبرد مشارکتی (تشویق و تسهیل تشکیل شبکه‌های همکاری بین کارآفرینان، نهادهای دولتی و سازمان‌های محلی جهت افزایش تبادل تجربیات و منافع مشترک)	راهبرد روان‌شناختی (ارائه برنامه‌های مشاوره و حمایت روانی قبل و حین کار کارآفرینان)	راهبرد آموزشی و ترویجی (برگزاری دوره‌های آموزشی مهارت‌افزایی و توانمندسازی روستائیان)	راهبر رفع موانع (بخش کمی)

مأخذ: نگارندگان، ۱۴۰۴

همچنین، براساس شکل ۷، مؤلفه‌هایی که در ربع چهارم (Independent) مؤلفه‌های مستقل یا کلیدی پژوهش هستند، پنج مؤلفه (C3, C4, C5, C6, C7, C11, C14) می‌باشند. این مؤلفه‌ها نقش بستر مدل را داشته و زمینه‌ساز توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی می‌باشند؛ از این‌رو، باید بازاندیشی در تفکر و عملکرد نخبگان علمی و سیاسی، برنامه‌ریزان و سرمایه‌گذاران از این مؤلفه‌ها آغاز شده تا بتواند بر سایر مؤلفه‌ها در سطوح دیگر اثر مثبت بگذارد. بدین‌نحو که مؤلفه (C3) که با راهبرد تحقیق و توسعه مرتبط است، در ابتدای این ربع قرار گیرد. این وضعیت نشان‌دهنده این مسئله است که تحقیق و توسعه قبل از هرگونه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری باید بدرستی انجام شود. بعد از این مرحله، اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده پیشین که در راهبردهای پیشنهادی بخش کیفی وجود داشته و دو مؤلفه در این ربع قرار گرفته‌اند نیاز است. این مؤلفه‌ها شامل (C4) و (C5) می‌باشند. پس از اصلاح قوانین و مقررات با استفاده از عوامل حمایتی و کاتالیزوری می‌توان در توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار پیش‌رفت و قوانین اصلاح‌شده را اجرا نمود. مؤلفه‌های (C7) و (C14)، نیاز است که از طریق راهبرد حمایتی و کاتالیزوری تغییر یابند. در انتها از طریق راهبرد مشارکتی در مؤلفه‌های (C6) و (C11)، به توسعه کارآفرینی مبتنی بر گردشگری پایدار روستایی در سکونتگاه‌های روستایی منتخب و مقصد گردشگری شهرستان رشت کمک نمود.

نتیجه‌گیری

امروزه پایداری به‌عنوان ضرورتی است که کشورهای توسعه‌یافته و درحال توسعه، در کارکردهای روستایی خواستار دستیابی به آن از طریق افزایش انگیزه کار و تولید هستند. هدف اساسی آن‌ها این است که نقاط روستایی را به مکان بهتری برای جمعیت بومی و حفظ زیستگاه آیندگان تبدیل نمایند. از جمله در کارکرد گردشگری که بیش از سه دهه است که این صنعت پیشران در جهان، به‌عنوان ابزاری برای دستیابی توسعه پایدار ترویج و همچنین به‌عنوان پتانسیلی برای

کارآفرینی پایدار توصیه می‌شود. با این حال، صنعت گردشگری با وجود تمام فوایدش به خصوص در کشورهای در حال توسعه، ضعیف و نابرابر، با انتقادهایی روبه‌رو است که سبب شده صفت ناپایدار را به‌همراه داشته باشد. انتقادهای وارده بر گردشگری متعارف در جهان و همچنین محدوده مورد مطالعه در پژوهش حاضر، درک و توجه بیشتر به گردشگری پایدار، مسئولانه و با مشارکت همه ذی‌نفعان به خصوص جامعه محلی را برجسته و با اهمیت نموده است؛ از این‌رو، در دهه‌های اخیر، توسعه و پیشبرد نظریه در گردشگری، در رفع ناپایداری‌های این صنعت به ضرورتی انکارناپذیر تبدیل شده است؛ بنابراین آگاهی به این امر که گردشگری پایدار روستایی حاصل گردشگری اصولی، آگاهانه، مسئولانه و ایجاد زمینه شروع و توسعه کارآفرینی که نقش اساسی در توسعه پایدار دارد، افزایش یافته است. عمده انتقادهای وارده به کارکرد گردشگری روستایی در منطقه، توسعه نابرابر و نامتوازن در بین سکونتگاه‌ها و در درون سکونتگاه‌ها، به علت عدم فراگیربودن فرصت‌های رشد و توسعه برای عموم اجتماع محلی می‌باشد. همچنین، آسیب‌های محیطی و تخریب منابع پایه تولید، افزایش زباله، شلوغی مقاصد گردشگری به خصوص در پایان هفته و ایام تعطیلات و نارضایتی روستائیان، کاهش انگاره‌های زندگی روستایی و نقش تولیدکنندگی، فرهنگ‌زدایی و کم‌رنگ شدن هویت بومی و مهمتر از همه، تغییر کاربری اراضی مولد کشاورزی در این منطقه خرده مالک است. بر این اساس، مطالعه حاضر، این سطح عملکرد در کارکرد گردشگری روستایی در شهرستان رشت را نیازمند وجود شرایط و ابزارهای پایه‌ای دانست. به این دلیل که گذار به سمت توسعه و پایدار کردن آن، در گرو برنامه‌ریزی اصولی، مهیاساختن زمینه‌های لازم و رفع محدودیت‌های پایداری در ابعاد مختلف در سکونتگاه‌های روستایی است. هر زمان که یک گام مؤثر در هر یک از ابعاد؛ انسانی، اقتصادی، حاکمیتی، زیست‌محیطی، فرهنگی-اجتماعی و زیرساخت‌های محیطی در سکونتگاه‌های روستایی برداشته شود، مطمئناً برخی از معیارهای ضروری پایداری بهبود خواهد یافت. در برنامه هفتم توسعه ایران (۱۴۰۳-۱۴۰۷)، حوزه‌های میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در دو ماده تدوین شده که خوشبختانه برای اولین بار در طول برنامه‌های توسعه، دارای فصلی مستقل می‌باشد. ماده (۸۲) به ارائه اهداف کمی و ماده (۸۳) مشتمل بر ۸ بند در راستای توسعه گردشگری داخلی و جذب گردشگر خارجی و همچنین حفظ میراث فرهنگی کشور اختصاص دارد. در نتیجه، برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در این بخش بسیار مهم است. این مطالعه سعی نمود تا با پیروی از مطالعات جامع جهت کمک به رفع ناپایداری‌های گردشگری روستایی شهرستان رشت، به ارائه الگویی برای توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی بپردازد. با توجه به این مهم که نیاز به تلاش زیاد داشته و به لحاظ پیچیدگی و ضرورت، بررسی‌های عمیق جنبه‌های مختلف از روش تحقیق ترکیبی که دید کل‌نگر از پدیده ایجاد می‌کند، استفاده کرده است. همان‌طور که در بخش یافته‌ها از نظر گذشت، نتایج دو بخش کیفی و کمی مطالعه، طیفی از محرک‌ها یا پیشران‌های لازم را برای توسعه کارآفرینی منطقه مورد مطالعه معرفی نمود زیرا این منطقه در یک کشور در حال توسعه با نابرابری و ناپایداری قرار دارد؛ بنابراین ابزارهای مورد نیاز برای توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی بیش از یک کشور توسعه یافته است. این مطالعه راهبردهای؛ آموزشی و ترویجی، روان‌شناختی، مشارکتی، حمایتی و کاتالیزوری، تحقیق و توسعه و اصلاح قوانین و مقررات بازدارنده را به‌عنوان بایسته‌های لازم جهت رفع موانع توسعه کارآفرینی گردشگری پایدار روستایی در شهرستان رشت (جدول ۵) معرفی نمود. طی کردن مراحل تکامل، در کارکرد گردشگری شهرستان رشت، نقطه شروع رفع ناپایداری‌ها و ایجاد تعادل بین توسعه گردشگری و پایداری را ضمن پایایی کشاورزی (کارکرد اول منطقه) و بافت روستایی فراهم خواهند نمود. نهایتاً طی کردن گام‌های راهبردی پیشنهادشده، می‌تواند دستاوردهای حقیقی و پیامدهایی همچون: توسعه انسانی، حاکمیتی، اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی، زیست‌محیطی و توسعه زیرساخت‌های محیطی در سکونتگاه‌های روستایی منطقه را به‌همراه داشته باشد.

منابع

اشرفی سلطان احمدی، مجتبی؛ یزدان شیرمحمدی؛ محمدتقی امینی؛ مهدی حدادزاده (۱۴۰۲). طراحی و تبیین الگوی کارآفرینی راهبردی در صنعت گردشگری کشاورزی، راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۱۰. شماره پیاپی ۲. صفحات ۱۴۶-۱۲۸.

<http://dx.doi.org/10.61186/jea.10.20.120>

ایمانی، بهرام؛ زهرا اکبری (۱۴۰۲). شناسایی عوامل موثر بر نارسایی‌های سیاست‌گذاری توسعه روستایی در ایران، مجله جغرافیا و توسعه. دوره ۲۱. شماره پیاپی ۷۲. صفحات ۹۰-۶۳.

<https://doi.org/10.22111/gdij.2023.44289.3475>

باقری، مسلم؛ علی اصغر مباشری؛ فاطمه شکاری؛ زهرا معاون (۱۴۰۳). طراحی الگوی توسعه گردشگری خوراک در ایران با رویکرد داده بنیاد، برنامه‌ریزی توسعه گردشگری. دوره ۱۳. شماره پیاپی ۴۸. صفحات ۶۵-۴۱.

<https://doi.org/10.22080/jtpd.2024.26352.3848>

بکان، سلیل؛ رمضان جهانیان؛ پریسا ایران‌نژاد (۱۴۰۲). طراحی الگوی توسعه کارآفرینی مبتنی بر توسعه پایدار در آموزش و پرورش و شواهدی از مدارس استان البرز، مطالعات راهبردی بسیج. دوره ۲۶. شماره پیاپی ۹۸. صفحات ۱۰۹-۷۵.

<https://civilica.com/doc/1778246/>

بور، مارک (۱۳۹۷). حکمرانی مقدمه‌ای بسیار کوتاه، مترجمان: عرفان مصلح و زهره کریمیان. نشر کرگدن. چاپ اول.

<https://doi.org/10.1093/actrade/9780199606412.001.0001>

پازوکی، معصومه؛ داود شیخی (۱۴۰۰). مطالعه پیشران‌های انسانی توسعه کارآفرینی در حوزه گردشگری روستایی: مورد پژوهی: شهرستان شاهرود، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری. دوره ۱۰. شماره پیاپی ۳۸. صفحات ۳۳-۷.

<https://doi.org/10.22080/jtpd.2021.19808.3379>

حسینی کهنوج، سیدرضا؛ حمدالله سجاسی‌قیداری (۱۴۰۳). شناسایی بازیگران کلیدی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی و تحلیل استراتژیک الگوی رفتاری آنها با استفاده از رویکرد آینده‌پژوهی نمونه موردی: شهرستان جیرفت، جغرافیا و توسعه. دوره ۲۲. شماره پیاپی ۷۵. صفحات ۲۶-۱.

<http://dx.doi.org/10.22111/GDIJ.2024.46827.3581>

حیدری ساریان، وکیل (۱۴۰۲). فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات پارادایمی نو در توسعه روستایی، نشر: اندیشه احسان. چاپ اول.

<https://www.iranketab.ir/book/124029-rural-development>

رحمانی‌نژاد، محمد؛ شهرام شریفی‌هشجین (۱۴۰۲). بررسی تحولات کاربری اراضی شهرستان رشت با استفاده از آنالیز تصاویر ماهواره‌ای، مجله مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی. دوره ۴. شماره پیاپی ۳. صفحات ۸۸-۶۹.

<https://doi.org/10.22124/gscj.2023.22961.1193>

رضوانی، محمدرضا، فاطمه نیک‌روش؛ نسرین کاظمی (۱۴۰۰). پهنه‌بندی فضایی قابلیت‌های گردشگری کشاورزی در نواحی روستایی استان لرستان، جغرافیا و پایداری محیط. دوره ۱۱. شماره پیاپی ۳۸. صفحات ۱۱۳-۹۳.

<https://doi.org/10.22126/ges.2021.6264.2367>

رومیانی، احمد؛ آرش قهرمان (۱۴۰۲). توسعه گردشگری، نظریه‌ها، رویکردها و مدل‌ها، نشر: جهاد دانشگاهی مشهد. چاپ اول.

<https://www.jdmpress.com/books/626->

- Akbari, Z., Hesar, A. Y., Siamian, N., Fürst, C., Värmik, R., & Azadi, H. (2024). Feasibility of using vertical farming in northern Iran: A multiple necessity. *Journal of Environmental Management*, 354, 120232.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.120232>
- An, W., & Alarcón, S. (2020). How can rural tourism be sustainable? A systematic review. *Sustainability*, 12(18), 7758.
<https://doi.org/10.3390/su12187758>
- Barringer, B. R., & Ireland, R. D. (2021). Successfully launching new ventures.
<https://www.amazon.com/Entrepreneurship-Successfully-Launching-Ventures-Management/dp/0134729536>
- Beehner, C. G., Beehner, & Ballenger. (2019). *Spirituality, sustainability, and success*. Springer International Publishing.
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-47643-3>
- Chang, J. Y. S., Lim, X. J., Luo, X., Cheah, J. H., Morrison, A. M., & Hall, C. M. (2024). Modelling generation Z tourists' social responsibility toward environmentally responsible behaviour: The role of eco-travel cravings. *International Journal of Tourism Research*, 26(4), e2695.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2695>
- Charkina, T., Pikulina, O., Zadoja, V., & Tsviliy, S. (2022). Improvement of the tourism industry management due to introduction of new trends and types of tourism.
DOI: 10.31733/2786-491X-2022-1-108-117;
- Dahles, H., Khieng, S., Verver, M., & Manders, I. (2020). Social entrepreneurship and tourism in Cambodia: Advancing community engagement. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(6), 816-833.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1706544>
- Dias, Á., & Silva, G. M. (2021). Lifestyle entrepreneurship and innovation in rural areas: The case of tourism entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 40-49.
<https://doi.org/10.53703/001c.29474>
- Dias, Á., Silva, G. M., Patuleia, M., & González-Rodríguez, M. R. (2023). Developing sustainable business models: Local knowledge acquisition and tourism lifestyle entrepreneurship. In *Knowledge management, organisational learning and sustainability in tourism* (37-56). Routledge.
<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781032626512-3/developing-sustainable-business-models-local-knowledge-acquisition-tourism-lifestyle-entrepreneurship>
- Fahmi, F. Z., & Savira, M. (2023). Digitalization and rural entrepreneurial attitude in Indonesia: a capability approach. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 17(2), 454-478.
<https://doi.org/10.1108/JEC-06-2021-0082>
- Falter, M. (2024). The role of rural tourism lifestyle entrepreneurs in rethinking current tourism development. *Journal of Tourism Futures*, (ahead-of-print).
<https://doi.org/10.1108/JTF-09-2023-0205>
- FAO (2022). *The State of Food Security and Nutrition in the World 2022*. Food and Agriculture Organization of the United Nations, Rome.
<https://doi.org/10.4060/cc0639en>
- French, C. (Ed.). (2022). *Building rural community resilience through innovation and entrepreneurship*. Taylor & Francis.
<https://books.google.com/books?hl=fa&lr>
- Ginanjari, R., Riani, A. L., & Aini, I. N. Q. (2024). Local champion: A new leadership perspective to create sustainable tourism in rural communities. *The Eastasouth Management and Business*, 2(02), 105-117.
<https://doi.org/10.58812/esmb.v2i02.196>
- Guo, Y., Zhu, L., & Zhao, Y. (2023). Tourism entrepreneurship in rural destinations: measuring the effects of capital configurations using the fsQCA approach. *Tourism Review*, 78(3), 834-848.
<https://doi.org/10.1108/TR-07-2022-0333>

- Güzel, Ö., Ehtiyar, R., & Ryan, C. (2021). The Success Factors of wine tourism entrepreneurship for rural area: A thematic biographical narrative analysis in Turkey. *Journal of Rural Studies*, 84, 230-239.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.04.021>
- Hanafiah, M. H., Zamzuri, N. H., Sharif, T. I. S. T., & Chartrungruang, B. O. (2024). Reframing Indigenous tourism entrepreneurial personality, experience, sense of community and challenges in community-based tourism-related business. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 18(2), 327-346.
<https://doi.org/10.1108/JEC-09-2022-0131>
- Handiman, U. T., Rachbini, D. J., Chan, S., & Riyanto, S. (2024). How to increase sustainable rural tourism performance? An empirical study in Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 52(1), 150-164.
<https://doi.org/10.30892/gtg.52114-1191>
- Harriss-White, B. (2023). Awkward Classes and India's Rural Development. *The Indian Economic Journal*, 71(1), 56-77.
<https://doi.org/10.1177/00194662221145280>
- Juma, L. O., & Khademi-Vidra, A. (2019). Community-based tourism and sustainable development of rural regions in Kenya; Perceptions of the citizenry. *Sustainability*, 11(17), 4733.
<https://doi.org/10.3390/su11174733>
- Klitgaard, R. (2020). *The culture and development manifesto*. Oxford University Press.
<https://global.oup.com/academic/product/the-culture-and-development-manifesto-9780197517734?cc=ir&lang=en&>
- Kulyniak, I., Dziurakh, Y., Lagodiienko, V., Tomashevskiy, Y., & Sembay, N. (2024). Agriculture and Tourism: A Historical Perspective on Food Security Strategies in Rural Development.
<https://www.researchgate.net/profile/lhor->
- Kusio, T. (2023). Rural entrepreneurship. *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 22(4), 659-681.
<https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1207247>
- Leadley, P., Gonzalez, A., Obura, D., Krug, C. B., Londoño-Murcia, M. C., Millette, K. L., ... & Xu, J. (2022). Achieving global biodiversity goals by 2050 requires urgent and integrated actions. *One earth*, 5(6), 597-603.
<https://doi.org/10.1016/j.oneear.2022.05.009>
- Mishra, M., Desul, S., Santos, C. A. G., Mishra, S. K., Kamal, A. H. M., Goswami, S., ... & Baral, K. (2024). A bibliometric analysis of sustainable development goals (SDGs): a review of progress, challenges, and opportunities. *Environment, development and sustainability*, 26(5), 11101-11143.
<https://link.springer.com/article/10.1007/s10668-023-03225-w>
- Nair, S. S., & Prem, S. S. (2020). A framework for mixed-method research. *Shanlax International Journal of Management*, 8(2), 45-53.
<https://doi.org/10.34293/>
- Ohe, Y. (2020). *Community-based rural tourism and entrepreneurship*. Springer Singapore.
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-981-15-0383-2>
- Popescu, C., Popescu, D., & Pop, I. (2022). Revisiting the Master Plan for Tourism Development in Romania. *Content Analysis*.
 DOI: [10.24818/BASIQ/2022/08/047](https://doi.org/10.24818/BASIQ/2022/08/047)
- Saarinen, J., Hall, C. M., & Seyfi, S. (2024). The Governance of Climate Change and Tourism in Arctic Finland: Climate Change as a Super-Wicked Problem for Tourism and Regional Development. In *Tourism Policy-Making in the Context of Contested Wicked Problems: Sustainability Paradox, Climate Emergency and COVID-19* (65-79). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/S1871-31732024000017A005>
- Seyfi, S., Hall, C. M., Saarinen, J., & Vo-Thanh, T. (2023). Do international sanctions help or inhibit justice and sustainability in tourism?. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(12), 2716-2733.
<https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2069785>

- Seyfi, S., Kimbu, A. N., Tavangar, M., Vo-Thanh, T., & Zaman, M. (2025). Surviving crisis: Building tourism entrepreneurial resilience as a woman in a sanctions-ravaged destination. *Tourism Management*, 106, 105025.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105025>
- Shiri, N. & Saymohammadi, S. (20۲3). Feasibility study of tourism entrepreneurship development in rural areas of Dareh Shahr County: Application of SWOT-AHP model, *International Journal of Agricultural Management and Development*, 13(2), 151-166.
<http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.342864>
- Sun, X., Qing, J., Shah, S. A. A., & Solangi, Y. A. (2023). Exploring the complex nexus between sustainable development and green tourism through advanced GMM analysis. *Sustainability*, 15(14), 10782.
<https://doi.org/10.3390/su151410782>
- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845.
<https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>
- Wani, M. D., Dada, Z. A., & Shah, S. A. (2024). The impact of community empowerment on sustainable tourism development and the mediation effect of local support: a structural equation Modeling approach. *Community Development*, 55(1), 50-66.
<https://doi.org/10.1080/15575330.2022.2109703>
- Yanan, L., Ismail, M. A., & Aminuddin, A. (2024). How has rural tourism influenced the sustainable development of traditional villages? A systematic literature review. *Heliyon*, 10(4).
[https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440\(24\)01658-X](https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440(24)01658-X)
- Yehong, S. U. N., Yuxin, S. O. N. G., Yuexin, C. H. E. N., Cancan, Y. A. O., & Wenhua, L. I. (2021). Sustainable or not? Tourism development in agricultural heritage sites. *Journal of resources and ecology*, 12(4), 543-554.
<https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2021.04.012>
- Yi, H., Meng, X., Linghu, Y., & Zhang, Z. (2023). Can financial capability improve entrepreneurial performance? Evidence from rural China. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 36(1), 1631-1650.
<https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2091631>