



### کارآفرینی در اکوتوریسم

حسن معتمد

دانشجوی کارشناسی ارشد اکوتوریسم، دانشگاه آزاد واحد الکترونیک، تهران، ایران.

hsnurmia@hotmail.com

#### چکیده

توسعه گردشگری به عنوان یکی از راهبردهای نوین مورد تأکید قرار گرفته است که از طریق فعالیتهای کارآفرینانه می‌توان از فرصت‌های گردشگری استفاده مناسب کرده و از طریق نوآوری‌ها و خلاقیت‌های کارآفرینانه موجب رونق هر چه بیشتر این فعالیت اقتصادی جدید گردید. کارآفرینی در اکوتوریسم به معنای توسعه و راه‌اندازی کسب‌وکارهایی است که در هماهنگی با حفاظت از محیط‌زیست و توسعه پایدار انجام می‌شود. این نوع کسب‌وکارها معمولاً به منابع طبیعی و محیط‌زیست احترام می‌گذارند و تلاش می‌کنند تا اثرات منفی خود را بر محیط‌زیست کاهش دهند. بررسی‌ها نشان می‌دهد ترکیب مسئولیت اجتماعی، مسئولیت زیست‌محیطی، رشد و توسعه از طریق اکوتوریسم و نوآوری‌ها و خلاقیت‌های اکوتوریسم، توسعه کارآفرینی اکوتوریسم را فراهم می‌سازد. همچنین فرصت‌های متعدد اکوتوریسمی برای موقعیتهای شغلی جدید بوده و مکانی موقت برای فرار از فشارهای مختلف زندگی ماشینی شهری است و اگر به درستی با رویکرد کارآفرینانه برنامه‌ریزی و مدیریت شود فرآیندی نیرومند برای بهره‌وری اقتصادی پایدار و بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت حفاظت از منابع زیستی خواهد بود.

**واژگان کلیدی:** کارآفرینی، اکوتوریسم، نوآوری، خلاقیت، فعالیت اقتصادی.

#### ۱. مقدمه

امروزه نقش و اثرگذاری کارآفرینی بر روند رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورهای توسعه یافته و اشتغال‌زا به طور کامل آشکار است. کارآفرینی فرآیندی پویا به شمار می‌آید که آرمان، تحول، دگرگونی و خلاقیت را دربر می‌گیرد. این فرآیند به کاربرد و استفاده نیرو و انگیزه افراد در جهت خلق و اجرای ایده‌های نو و همچنین راه‌حل‌های کاربردی بستگی دارد. کارآفرینی نیروی اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌شود که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به ارمغان می‌آورد. گردشگری نیز یکی از بخش‌های اقتصادی است که به مشارکت فعالیتهای کارآفرینانه نیاز دارد. پاسخگویی به تقاضای روزافزون و نیازهای مختلف گردشگری، نیازمند تنوع خدمات و محصولات گردشگری است. یکی از مهمترین اهداف توسعه بخش گردشگری و نهایتاً توسعه اقتصادی، ایجاد اشتغال و مهمترین سازوکار و ابزار آن، کارآفرینی است. ترویج کارآفرینی در گردشگری منجر به کاهش بیکاری در بخش اقتصادی و افزایش بهره‌وری افراد و منابع و بالتبع افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود (قلی‌پور و همکاران، ۱۴۰۰). صنعت گردشگری در هزاره سوم به یکی از پررونق‌ترین، جذاب‌ترین، اشتغال‌زاترین و پردرآمدترین صنایع جهان تبدیل شده است که نقش آن در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع انکارناپذیر است. بررسی‌ها نشان می‌دهد به ازای ورود هر گردشگر به کشور، پنج شغل و حتی بر اساس برآورد برخی از کارشناسان ده شغل ایجاد می‌شود و رشد میزان اشتغال بخش گردشگری ۱۱/۲ برابر سریع‌تر از سایر بخش‌ها بوده است. در بین انواع مختلف گردشگری، اکوتوریسم می‌تواند یک راهکار مؤثر برای جوامع روستایی در خروج از معضلات بیکاری، فقر و مهاجرت باشد. زیرا با توجه به تعریف اکوتوریسم که عبارت است از مسافرت مسئولانه و مبتنی بر اصول پایداری به نواحی طبیعی برای بهره‌گیری معنوی و ارضای نیازهای روحی و روانی به گونه‌ای که همراه با شناخت و کسب آگاهی و احترام به ارزش‌های مردم محلی باشد و به محافظت از نواحی طبیعی و ارتقای رفاه جامعه میزبان کمک کند، علاوه بر ایجاد اشتغال

و معرفی و تبلیغ فرهنگ بومی، نقش به‌سزایی در حفاظت از منابع طبیعی دارد. منابع طبیعی هر منطقه از قبیل کوه‌ها، جنگل‌ها، رودخانه‌ها و ... در واقع سرمایه‌های طبیعی اکوتوریسم منطقه و عامل اصلی جذب گردشگر محسوب می‌شوند (سهرابی و مختاری، ۱۴۰۱). جایگاه ایران در بازار بزرگ گردشگری بسیار نگران‌کننده است. ایران از جمله کشورهایی است که ذخایر نفتی آن به عنوان منبع اصلی درآمد شناخته می‌شود. از سوی دیگر، کشور ایران از لحاظ غنی بودن آثار تاریخی و طبیعی جزء کشورهای غنی جهان به شمار می‌آید که می‌توان از این فرصت به منظور پایداری در اقتصاد استفاده کرد؛ اما متأسفانه فقط ۰/۶ درصد درآمد توریستی دنیا نصیب کشور ما شده که این امر نیازمند برنامه‌ریزی به منظور توسعه صنعت گردشگری است. گردشگری علیرغم طبقه‌بندی شدن به عنوان یک بخش خدماتی که خدمات غیرمادی تولید می‌کند، بر مقادیر و جریان‌های عظیمی از منابع طبیعی تمام‌نشده متکی است و تا حد زیادی منعکس‌کننده یک مدل تولیدی خطی است (متولی و همکاران، ۱۴۰۱).

واژه اکوتوریسم کوتاه شده اصطلاح Tourism Ecological است و پدیده‌ای نسبتاً تازه در صنعت گردشگری است. امروزه پدیده گردشگری و اکوتوریسم، به لحاظ درآمدزایی، بسیاری از کشورهای جهان را بر آن داشته است که سرمایه‌گذاری زیادی را به این بخش اختصاص دهند. به بیان دیگر طبیعت‌گردی یا اکوتوریسم به عنوان یکی از ارکان مهم صنعت توریسم و جهانگردی توجه گردشگران و جهانگردان بسیاری را به خود جلب کرده است. گردشگری به عنوان یکی از صنایع، از بخش‌های اقتصادی با رشد بالا در جهان و به خصوص در کشورهای در حال توسعه است. ایجاد اشتغال و توسعه منطقه‌ای از آثاری مهم است که توسعه اکوتوریسم به همراه داشته است. ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی، بهبود تراز پرداخت‌ها، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری، ایجاد تعادل منطقه‌ای، تعدیل ثروت، دگرگون ساختن فعالیت‌های اقتصادی و سوق دادن درآمد از مناطق شهری به روستاها و جلوگیری از برون‌کوچی روستائیان، از جمله نتایج اقتصادی گردشگری است (آبی و همکاران، ۱۴۰۰). اکوتوریسم یکی از راه‌های مناسب برای توسعه کارآفرینی است زیرا خدمات آن بر اساس کسب‌وکارهای کارآفرینانه ارائه می‌شود. اکوتوریسم به واسطه تنوع طبیعی و فرهنگی موجود در مناطق روستایی توجه سیاست‌گذاران و کارآفرینان را به خود معطوف نموده است و به یکی از بخش‌های مهم اقتصادی در بسیاری از کشورهای جهان تبدیل شده است (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹). اهمیت کارآفرینی در پیشبرد توسعه جوامع روشن است و این اهمیت از دستاورد و پیامدهای متعدد مستقیم و غیرمستقیم فعالیت‌های کارآفرینانه ناشی می‌شود. در حقیقت کارآفرینی به عنوان راهبردی است که در دست برنامه‌ریزان قرار دارد تا جوامع را به سمت توسعه پیش‌برند (عباسی و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین با توجه به اهمیت کارآفرینی در حوزه اکوتوریسم، در پژوهش حاضر به بررسی این مقوله می‌پردازیم.

## ۲. مبانی نظری

### ۲.۱ کارآفرینی

واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entrepreneur* به معنای متعهد شدن نشأت گرفته است. از نظر هیسریچ<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۵) کارآفرینی فرایند خلق چیز نو است که همراه با صرف وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی به منظور کسب منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است. این فرایند از فعالیت‌های منظمی حاصل می‌شود که خلاقیت و نوآوری را با فرصت‌های بازار پیوند می‌دهد. در واژه‌نامه وبستر کارآفرین شخصی است که متعهد می‌شود مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را بر عهده گیرد (قلی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹). گاردنر<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) کارآفرینی را فرایند راه‌اندازی یک سازمان جدید عنوان نموده است. ایرمیس<sup>۳</sup> (۲۰۰۳) کارآفرینی را به طور ساده به عنوان جمع‌آوری فاکتورهای تولید و انجام فرایند می‌داند. حل مسئله، خلاقیت، تفکر خلاق، ترکیب

<sup>1</sup> Hisrich

<sup>2</sup> Gardner

<sup>3</sup> Irmis

دانش، خود مدیریتی، تصمیم‌گیری و کار گروهی می‌تواند به عنوان خصوصیات یک فرد کارآفرین تعریف شود. هنری<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۰۳) متداول‌ترین تعریف از کارآفرینی را فرایند راه‌اندازی یک کسب‌وکار و مدیریت تداوم و رشد آن می‌دانند. به نظر می‌رسد تعریف واحدی در مورد کارآفرینی وجود ندارد. اما می‌توان گفت کارآفرینان از طریق توسعه ساختار موجود بازار و ایجاد نوآوری و بهره‌برداری از فرصت‌ها به طور خلاقانه‌ای کالای جدید، شیوه تولید و در نهایت شیوه سازماندهی الگوهای تولید و منابع را خلق و توسعه می‌دهند (دسترنج و همکاران، ۱۳۹۸).

کارآفرینی ذاتاً ماهیت میان رشته‌ای دارد که در آن دانشمندان از حوزه‌های مختلف اقتصاد، استراتژی و رفتار سازمانی، جامعه‌شناسی و روانشناسی از منظر هر یک از این رشته‌های علمی، آن را بررسی می‌کنند. کشف و خلق فرصت و به دنبال آن علاقه به راه‌اندازی و بهره‌گیری از فرصت‌ها در قلب فرایند کارآفرینی قرار دارد. کارآفرینی نیازمند تمایل به ریسک کردن (فردی و مالی) است؛ اما در یک قالب کاملاً محاسبه شده تا شانس موفقیت را همواره افزایش دهد و ریسک را با پاداش‌های آن در تعادل قرار دهد (ثنائی‌پور، ۱۴۰۰). کارآفرینی دارای ۵ جزء اساسی می‌باشد که عبارتند از (لطفی و همکاران، ۱۳۹۶):

۱. کارآفرین: فردی که به صورت آگاهانه تصمیم می‌گیرد کسب‌وکار مخاطره‌آمیز جدیدی آغاز کند و کلیدی‌ترین جزء فرآیند کارآفرینی است.
۲. فرصت: فرصت‌های زیادی در جامعه برای کسب‌وکار وجود دارد، ولی کارآفرین با تجزیه و تحلیل و شناسایی موقعیت‌های بازار، فرصت‌هایی را که از ظرفیت بالایی برخوردارند برای شروع کسب‌وکار خود بر می‌گزیند.
۳. ساختار: کارآفرین برای انجام کسب‌وکار خود باید مشخص سازد که در قالب چه نوع ساختاری می‌خواهد فعالیت خود را آغاز نماید.
۴. منابع: فرد کارآفرین باید منابع مالی و انسانی را شناسایی و حمایت سرمایه‌گذاران را جلب کند.
۵. استراتژی و برنامه کسب و کار: فرد کارآفرین باید اهداف کلی و استراتژی‌ها و برنامه‌های تحصیلی کسب و کار خود را تعیین کند.

### ۲.۲ اکوتوریسم

اصطلاح اکوتوریسم در سال ۱۹۸۳ توسط هکتور سبالوس-لاسکوراین معرفی شد و اکوتوریسم به معنای شناخت ارزش طبیعت و لذت بردن از طبیعت است. امروزه یکی از پذیرفته شده‌ترین و شناخته شده‌ترین تعریف اکوتوریسم، توسط انجمن بین‌المللی اکوتوریسم در سال ۱۹۹۱ مطرح شده است که چنین اظهار نموده است: "سفرهای مسئولانه به مناطق طبیعی که منجر به حفاظت از محیط‌زیست و جمعیت محلی می‌شود". در چارچوب خواسته‌های گردشگران، اهداف اکوتوریسم احترام و قدردانی از طبیعت و شناخت ارزش طبیعت است که در بسیاری از تعاریف اکوتوریسم آورده شده است. در این زمینه اکوتوریسم با نام‌های مختلفی مانند اکوتوریسم، گردشگری مبتنی بر طبیعت، گردشگری نرم، گردشگری با علائق خاص، گردشگری سبز، گردشگری مسئولانه، گردشگری جایگزین، گردشگری فرهنگی، گردشگری تحصیلی و گردشگری ماجراجویی عنوان می‌شود. وجه مشترک این مفاهیم جایگزینی برای گردشگری انبوه و رفتار با حساسیت نسبت به انسان و محیط‌زیست است که دلیل اساسی گردشگری است. سال ۲۰۰۲ توسط سازمان جهانی گردشگری و برنامه محیط‌زیست سازمان ملل متحد به عنوان سال اکوتوریسم و کوهستان نام‌گذاری شده است که با هدف کاهش اثرات منفی گردشگری بر زندگی اجتماعی- فرهنگی و طبیعی همراه بوده است. همچنین تضمین توسعه منطقه و افزایش آگاهی مردم محلی با کمک اقتصادی به مناطقی که منابع طبیعی و فرهنگی در آن حضور دارند (Kasalak et al, 2016). گردشگری یا توریسم سفر به قصد لذت بردن یا کسب‌وکار است و دارای اشکال مختلف و انواع گوناگونی است که بسته به شرایط

<sup>1</sup> Henry

<sup>2</sup> Hector Ceballos-Lascurain

<sup>3</sup> Tourism

محیطی، متفاوت است. گردشگری یکی از پویاترین بخش‌های اقتصادی جهان محسوب می‌شود و بر اساس پیش‌بینی سازمان جهانی تورسیم، در چند سال آینده صنعت گردشگری از لحاظ درآمد، در رأس صنایع موجود در دنیا قرار خواهد داشت و بزرگترین بخش تجارت بین‌الملل را به خود اختصاص خواهد داد. در این میان، اکوتوریسم رویکرد جدید گردشگری در طبیعت بوده که در سال‌های اخیر مطرح شده و یکی از انواع گردشگری است و ضمن هماهنگی بیشتر با اصول توسعه پایدار و شرایط محیط‌زیستی منطقه، منبع مهم درآمد تلقی می‌شود که می‌تواند در بهبود وضعیت معیشت جوامع محلی و دیگر بخش‌های اقتصادی مناطق مقصد گردشگری مؤثر باشد. اکوتوریسم یا طبیعت‌گردی به دلیل حساسیت‌های محیطی و اقتصادی از جایگاه ویژه‌ای نزد برنامه‌ریزان گردشگری برخوردار است چرا که از نظر زیست‌محیطی موجب حفظ محیط‌زیست و از منظر اقتصادی، پویایی اقتصاد جوامع محلی را با ایجاد اشتغال و درآمد سبب می‌شود. همچنین گردشگری طبیعت به عنوان ابزار توسعه اقتصادی - اجتماعی و تولید درآمد به منظور حفاظت از تنوع زیستی و گونه‌های در معرض خطر انقراض کمک می‌کند (کریمی‌فر و همکاران، ۱۴۰۲). فنل (۲۰۰۶) معتقد است اکوتوریسم نوعی گردشگری در طبیعت است که تأثیرات اندکی را بر محیط‌زیست و منابع طبیعی وارد نموده و در حفظ و بقاء گونه‌ها و زیستگاه‌های طبیعی سهیم است. به اعتقاد گودوین<sup>۲</sup> (۱۹۹۵)، گردشگری مبتنی بر طبیعت همه انواع گردشگری متمرکز، گردشگری با انگیزه‌های هیجان‌طلبی و گردشگری با پیامدهای خفیف را که در آنها انگیزه اصلی بهره‌برداری از طبیعت وحشی و دست‌نخورده همراه با گونه‌ها و زیستگاه‌های جانوری، سیماهای طبیعی و رودخانه‌های جذاب و تماشایی است، شامل می‌شود. به نظر والارس و پیرس<sup>۳</sup> (۱۹۹۶) اکوتوریسم سفر به مناطق طبیعی تقریباً دست‌نخورده است که به منظور مطالعه و کسب لذت انجام می‌شود، آنها اعتقاد دارند فعالیت‌های گردشگری در صورت رعایت شش اصل زیر مصادیق اکوتوریسم را می‌یابد (علی‌پور و همکاران، ۱۳۹۳):

۱. التزام به انجام فعالیت‌هایی که کمترین پیامد منفی زیست‌محیطی را داشته باشد،
  ۲. زمینه‌سازی برای افزایش آگاهی و درک طبیعت و ویژگی‌های فرهنگی که باعث می‌شود بازدیدکنندگان نسبت به حفظ عناصر طبیعی و خصوصیات فرهنگی احساس مسئولیت بیشتری کنند،
  ۳. مشارکت در حفظ و مدیریت مناطقی که به طور قانونی مورد حفاظت قرار می‌گیرند و همچنین سایر نواحی طبیعی،
  ۴. تقویت مشارکت جوامع محلی در فرآیند تصمیم‌گیری مربوط به تعیین نوع و میزان فعالیت‌های گردشگری،
  ۵. ایجاد منافع مستقیم اقتصادی و همچنین درآمدهای مکمل برای جوامع محلی،
  ۶. آموزش جوامع محلی نسبت به ارزش‌های طبیعی محیط
- اکوتوریسم با هر تعریفی محرک تغییر نیز است؛ اما این تعریف، نیازمند ایجاد روابط جدید بین مردم و محیط‌زیست و ایجاد شیوه زندگی متفاوتی برای مردم است. این مفهوم می‌خواهد نیرویی برای تغییر و ثبات ایجاد کند که این نیروها متفاوت بوده‌اند و از سطح جهانی تا مقیاس محلی عمل می‌کنند. لذا نه‌اینه کردن این مفهوم و ترویج آن، باید با برنامه‌ریزی همراه باشد تا شاهد کمترین آسیب به محیط‌زیست باشیم. به طور کلی می‌توان چهار معیار برای توصیف اکوتوریسم اظهار نمود (سادات و همکاران، ۱۳۹۶):

- کمترین تأثیر منفی بر محیط‌زیست،
- کمترین تأثیر منفی بر فرهنگ و بیشترین مسئولیت‌پذیری نسبت به فرهنگ جامعه میزبان،
- بیشترین سود اقتصادی برای جامعه میزبان،
- بیشترین رضایت تفریحی برای مشارکت جهان‌گردان.

<sup>1</sup> Fennel

<sup>2</sup> Goodwin

<sup>3</sup> Wallarce and Pierce



### ۲.۳ اکوتوریسم کارآفرینانه

اکوتوریسم کارآفرینانه نوعی گردشگری بوده و هدف آن ایجاد مزایا برای افراد ساکن در روستاها است. به عنوان مثال امکان دارد روستاییان از گردشگرانی میزبانی کنند، طرح‌ها را خود مدیریت کرده و منافع را به اشتراک بگذارند. بنابراین همه پروژه‌های گردشگری جامعه‌محور باید مردم محلی را هم در مزایای طرح و هم تصمیم‌گیری راجع به اداره آن به طور منصفانه مشارکت دهند. این نوع گردشگری، این امکان را به گردشگران می‌دهد تا زیست‌گاه‌های محلی و حیات وحش را کشف نموده و فرهنگ‌های سنتی و آیین‌های محلی را مورد تمجید و احترام قرار دهند. جوامع محلی نیز با آگاهی نسبت به ارزش‌های تجاری و اجتماعی میراث طبیعی و فرهنگی خود در حفاظت از این منابع تقویت خواهند شد (مرادزاده و همکاران، ۱۳۹۷). با توجه به مجموعه مباحث‌های نظری، تحلیل‌های عمل آمده از تعریف کارآفرینی اکوتوریسمی و توسعه کارآفرینی، به بررسی ابعاد سه‌گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی اکوتوریسمی پرداخته می‌شود (طوسی، ۱۴۰۰):

#### • بسترها و شرایط محیطی کارآفرینی اکوتوریسمی

محیط عمومی جو کارآفرینانه‌ای است که در آن کارآفرینان فعالیت می‌نمایند و شامل عواملی مانند زیرساخت‌های کارآفرینانه، امکانات زندگی و تسهیلات، قوانین خدمات و مالیات می‌باشند که برای کارآفرینان اهمیت اساسی دارد. حمایت‌های کارآفرینانه دربردارنده هدایت اقدامات خصوصی و عمومی نظیر تمرکز کردن بر کارآفرینان، خدمات تجاری، زیرساخت‌های مناسب و به وجود آوردن جو، تشکیل شبکه‌ها و مشاورینی جهت حمایت از کارآفرینان است. در به وجود آمدن زیرساخت‌های فیزیکی در کسب‌وکارها دولت‌ها نقشی اساسی دارند که به توسعه موفقیت‌آمیز و ایجاد نمودن کسب‌وکار کمک شایانی می‌کند. بعضی از این عناصر جهت کارآفرینان دارای اولویت هستند که عبارتند از: کیفیت زندگی کارآفرینی، آموزش و فرهنگ. کارآفرینان نیاز به چند عامل پیش‌رونده همچون شرایط خاص برای موفقیت و انگیزه جهات فعالیت می‌باشند، ولی ضروری‌ترین مسئله توانمندسازی محیطی است که جهت کارآفرین پشتیبانی و آسایش را به دنبال دارد.

#### • سیاست‌ها و رویه‌های قانونی

دولت‌ها در ایجاد تمرکز روی افرادی که انگیزه، سرمایه و مهارت کافی برای شروع یک کسب‌وکار را دارند و جو مناسب کارآفرینی نقش بسزایی بر عهده دارند. همچنین باید تمام کوشش‌ها جهت ایجاد فرهنگی باشد که ظرفیت فرصت‌ها و پیگیری کارآفرینی را از طرف مردم بالا برد و در تمام جامعه ارتقا بخشد. باید برنامه‌ها و سیاست‌ها، به ویژه در قسمت کارآفرینی به صورتی باشد که باعث ارتقای جو کارآفرینی و فرهنگ، به ویژه توسعه توانایی‌های شروع کسب‌وکار و مهارت‌ها شود.

#### • ویژگی‌های فردی و اجتماعی کارآفرینانه

در بعد رفتاری کارآفرینی به شاخص‌های شخصیتی و ویژگی‌ها، اجتماعی و روانشناختی کارآفرینان پرداخته می‌شود که عمده آن خصوصیات گروهی و فردی کارآفرینان بوده و ماهیت غالب آنها ذاتی می‌باشد و در بعضی زمینه‌ها به وسیله اکتساب موارد دیگری پررنگ‌تر و تقویت می‌گردند. برای نمونه، شاخص‌ها و ویژگی‌هایی همچون ریسک‌پذیری، توفیق‌طلبی، هوشیاری، گروه‌گرایی و غیره از مواردی هستند که به طور عمده در ذات اشخاص کارآفرین وجود دارد و با شکل‌گیری بعضی شرایط تقویت می‌گردند؛ ولی این گفته به این معنا نیست که ذاتاً کارآفرینان کارآفرین به دنیا می‌آیند، بلکه گویای این می‌باشد که این اشخاص در ذات خویش روحیه و شخصیتی مناسب کارآفرین شدن را دارند و شاید در هیچ دوره از زندگانی به کارآفرینی نپردازند. رفتار کارآفرینانه نمایان‌کننده جنبه‌های شخصی توانایی کارآفرینان در درک نمودن فرصت‌ها در فضای آشوب و بی‌نظمی جهت ایجاد تغییر است.

### ۳. پیشینه پژوهش

شاطریان و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی به شناسایی و تبیین علی‌عوامل مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی در مناطق کویری با رویکرد اکوتوریسم در کویر مرند پرداختند. یافته‌های بدست آمده از مدل عاملی مرتبه دوم مدلسازی معادلات ساختاری نشان داد، عامل

اجتماعی بیشترین بار عاملی اثرگذاری بر توسعه کارآفرینی اکوتوریستی را با ۰/۹۴ به خود اختصاص داده است. پس از آن عوامل زیرساختی بار عاملی ۰/۸۶ را دریافت داشته است. عوامل خدماتی و محیطی با بار عاملی ۰/۸۶ مشترکاً جایگاه سوم را به خود اختصاص داده‌اند. عامل‌های نهادی و اقتصادی نیز با بارهای عاملی ۰/۷۰ و ۰/۶۹ در رتبه‌های بعدی تأثیرگذاری بر گسترش فرصت‌های کارآفرینی تشخیص داده شد.

قلی‌پور و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی روستاهای هدف گردشگری پرداختند که به روش آمیخته اکتشافی انجام شد. نتایج نشان داد روابط علی مثبت و معنی‌داری بین عوامل فردی، بازاریابی، اقتصادی، فرهنگی، محیطی و حمایتی با توسعه کارآفرینی اکوتوریسم وجود دارد.

سهرابی و مختاری (۱۴۰۱) در پژوهشی به بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی اکوتوریسم در پای کوه‌های سه‌سهند مطالعه موردی دره آذرشهرچای پرداختند. یافته‌های تحقیق نشان داد محیط عمومی کارآفرینی اکوتوریسم منطقه به دلیل عدم برنامه‌ریزی صحیح، ضعف قانون‌گذاری و طولانی و خسته کننده بودن پروسه اداری سرمایه‌گذاری ناپایدار است. نتایج حاکی از آن است که از «تنوع جغرافیایی» به عنوان پتانسیل بالقوه برای توسعه کارآفرینی اکوتوریسم دره آذرشهرچای، به دلایلی همچون موانع اقتصادی، ضعف قانون‌گذاری، عدم وجود اعتبارات بانکی مشوق کارآفرینی و سیستم اداری نامناسب و بروکراسی طولانی و خسته کننده، به نحو احسن استفاده نشده است. تا جایی که تأثیر مؤلفه‌هایی چون وضوح قوانین، حامی و مشوق بودن قوانین، اعتبارات بانکی و درآمد به عنوان انگیزه، بیشتر از «تنوع جغرافیایی» است. همچنین در میان ویژگی‌های مؤثر رفتاری اجتماعی کارآفرینان، تأثیر «ریسک‌پذیری» بیش از توفیق طلبی است و این یعنی کارآفرینی در دره آذرشهرچای با ریسک زیادی مواجه است.

متولی و همکاران (۱۴۰۱) به فراترکیب رابطه بین اقتصاد چرخشی و اکوتوریسم کارآفرینانه پرداختند. در این پژوهش تعداد ۶۲ کدباز و در سطح بالاتر ۷ کد محوری احصاء شد. طبقه‌های مستخرج در سه مرحله پیشاگردش (توانمندسازی و ارزش آفرینی)، حین گردش (فن‌گرایی و زیست‌محوری) و پساگردش (بازیافت محوری و تداوم بخشی) ارائه شدند.

عباسی و همکاران (۱۴۰۱) به طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی با رویکرد کیفی پرداختند. نتایج نشان داد که ترکیب مسئولیت اجتماعی، مسئولیت زیست‌محیطی، رشد و توسعه از طریق اکوتوریسم و نوآوری‌ها و خلاقیت‌های اکوتوریسم، توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی را فراهم می‌سازد. همچنین عامل کالبدی- زیرساختی، عامل اقتصادی، عامل آموزشی و اطلاعاتی، عامل نهادی، عامل زیست‌محیطی، عامل اجتماعی-فرهنگی و عامل فردی به عنوان مهمترین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی شناسایی شدند.

اسدی و کوهن (۲۰۱۱) در پژوهشی به نقش کارآفرینی در توسعه اکوتوریسم پرداختند. در این مقاله ویژگی‌های کارآفرین مانند خلاقیت، موفقیت و ریسک‌پذیری که مورد تأکید بسیاری از محققین قرار گرفته‌اند، با عناصر اکوتوریسمی مرتبط می‌شوند. محققین خاطر نشان می‌کنند که اکوتوریسم فعالیتی پرخطر در حوزه مدیریت و اجراست، همچنین به عنوان یک صنعت رو به رشد نیاز به نوآوری و خلاقیت دارد که باید از سلاقی مختلف بازدیدکنندگان حمایت کند. برای توسعه اکوتوریسم به عنوان صنعتی که به طور مستقیم با انسان و مردم محلی در ارتباط است، درک پارامترهای کلیدی کارآفرینان ضروری است. در مجموع، اکوتوریسم شامل عوامل نوآوری، مدیریت ریسک، بهبود آموزشی، منافع اقتصادی و پیشرفت اجتماعی است که در ویژگی‌های قصد کارآفرینانه یافت می‌شود.

اسوان و مورگان<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) به شناسایی انواع و شیوه‌های کارآفرینی در کسب‌وکارهای اکوتوریسم پرداختند. این مطالعه گزارش می‌دهد که چگونه کارآفرینان اکوتوریسم، این اهداف را، مطابق با نگرانی‌ها و انگیزه‌ها، بر اساس مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته از

<sup>۱</sup>Asadi & Kohan

<sup>۲</sup>Swan & Morgan

اپراتورهای کسب و کار کوچک درک و مدیریت می کنند. یافته ها نشان داد که ویژگی های اجتماعی و پایدار کارآفرینان زیست محیطی برای غلبه بر محیط های عملیاتی چالش برانگیز و پیچیده و در عین حال ارائه یک سبک زندگی مطلوب، حیاتی است. با نگاه به آینده، کارآفرینان زیست محیطی تهدیدهای قریب الوقوع را برای بخش اکوتوریسم از طریق توسعه کنترل نشده و دسترسی تجارت انبوه گردشگری به مناطق حساس طبیعی پیش بینی می کنند.

ساتریا<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۷) به توسعه اکوتوریسم روستایی از رویکرد کارآفرینی اجتماعی پرداختند. روستا ونوسلام<sup>۲</sup> دارای چشمه های آب، رودخانه ها، جنگل های حفاظت شده و تنوع زیستی خاص خود است. مشارکت افراد برای افزایش رفاه جامعه، رشد احساس تعلق و رشد احساس مسئولیت نسبت به وجود و پایداری محیط زندگی از بخش های مهم توسعه کارآفرینی اجتماعی است. هدف از این تحقیق توصیف نحوه اجرای کارآفرینی اجتماعی در توسعه اکوتوریسم روستایی است. نتیجه این مطالعه این است که برنامه کارآفرینی اجتماعی در علم، فناوری و هنر برای روستا ونوسلام با رعایت عواملی با موفقیت همراه بوده است که عبارتند از: مدیریت گردشگری جامعه محور؛ چهره های کلیدی در جامعه، و افراد با نفوذ و محترم محلی؛ نقش دهیار روستا به عنوان محافظی که پتانسیل های مردم محلی را متحد می کند و متعهد به حفظ طبیعت است؛ نقش راهبردی هیئت محیط زیست منطقه؛ شرکت های مرتبط با گردشگری مانند هتل، تور و مسافرت و شرکت های حمل و نقل مانند خطوط هوایی که تعهد خوبی به جامعه برای بهبود گردشگری دارند تا رقابتی و مستمر باشد.

تامپسون<sup>۳</sup> و همکاران (۲۰۱۸) به چالش های اصول اکوتوریسم: بینش کارآفرینان در مورد پایداری محیطی و اقتصادی در لنکاو<sup>۴</sup>، مالزی پرداختند. سطوح رقابت بین بازیگران، درک آن ها از اکوتوریسم و چالش ها و تنش هایی که با آن روبرو هستند ناشناخته است. برای پرداختن به این موضوع، یک «سلسله مراتب کارآفرینی» ارائه شده است که بازیگران را به سه لایه گروه بندی می کند: مؤسسات حاکم، شرکت های تور، و کارآفرینان مستقل، که داده های کیفی از آنها استخراج می شود. نظرات و مناقشات بین لایه ها پیرامون موضوعاتی از جمله چگونگی تأثیر درک اکوتوریسم بر استراتژی های کارآفرینی و اینکه چگونه چالش ها و تنش ها ممکن است از پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی اکوتوریسم در پارک ژئوفارست کیلیم<sup>۵</sup> جلوگیری کند، روشن می شود. این مطالعه نشان می دهد که اصول اعتقادی هنجاری که نحوه اجرای اکوتوریسم را راهنمایی می کند باید در برابر درک، انگیزه ها و ظرفیت های کارآفرینان اکوتوریسم در محل و اثربخشی سیستم های حاکمیتی متعادل باشد.

پوربا<sup>۶</sup> و همکاران (۲۰۲۳) در پژوهشی به بررسی عوامل خارجی مؤثر بر ظرفیت کارآفرینی در اکوتوریسم روستایی پرداختند. نتایج نشان داد که عوامل بیرونی که به طور قابل توجهی بر کارآفرینی اکوتوریسم روستایی تأثیر می گذارند، تحت سلطه جنبه های اجتماعی (هفت عامل) و برخی از جنبه های اکوسیستم کارآفرینی، یعنی (۱) بازار، (۲) مالی، و (۳) فرهنگ کسب و کار قرار دارند. بیشترین نسبت شانس در متغیر تعامل اجتماعی ۵،۴۵۹ و کمترین آن مربوط به متغیر همبستگی گروهی با ۰،۳۲۳ است. با نسبت شانس تعامل اجتماعی ۵،۴۵۹ می توان چنین تفسیر کرد که اگر تعامل اجتماعی در دهکده توریستی افزایش یابد، ۵،۴۵۹ برابر بیشتر از عدم وجود تعامل اجتماعی باعث موفقیت در کارآفرینی می شود. کسب و کار اکوتوریسم با استفاده از مواد خام به دست آمده از منابع طبیعی، فعالان تجاری را تشویق می کند تا به حفظ منابع و جنگل ها و محیط زیست توجه بیشتری داشته باشند. بنابراین کارآفرینی در حوزه اکوتوریسم روستایی باید مورد حمایت بهینه همه ذینفعان قرار گیرد.

<sup>1</sup>Satrya

<sup>2</sup>Wonosalam

<sup>3</sup>Thompson

<sup>4</sup>Langkawi

<sup>5</sup>Kilim Karst Geoforest Park

<sup>6</sup>Purba



#### ۴. فرصت‌های کارآفرینانه مبتنی بر اکوتوریسم

فرصت‌های کارآفرینی در اکوتوریسم آشکار است که با در نظر داشتن ماهیت پراکندگی آثار اقتصادی گردشگری، مسئله مهم آن است که سهم کسب‌وکار کوچک در اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد مورد توجه قرار گیرد. بعضی از صنایع چون واحدهای اقامتی، تفریحی، خوراکی و نوشیدنی، تفریح و سرگرمی و خدمات فروشگاه‌های مستقیماً از هزینه‌های مصرفی گردشگران بهره‌مند می‌شوند. گرچه این فراهم‌کنندگان مستقیم خدمات به گردشگران شامل شرکت‌ها و مؤسسات متوسط تا بزرگ می‌شوند، اما در واقع بیشتر این خدمات به وسیله واحدهایی که در رده کسب‌وکار کوچک با کمتر از ۳۰ نفر شاغل طبقه‌بندی می‌شوند، ارائه می‌گردد. نمونه‌های بارز آن شامل رستوران‌ها، فروشگاه‌های اشیای یادگاری، صنایع دستی همچون فرش و دیگر صنایع هنری، مؤسسات کوچک اقامتی مانند مهمان‌خانه‌ها و مسافرخانه‌ها، خانه‌هایی که اتاق اجاره می‌دهند، دفاتر خدمات مسافرتی و تورگردانان، و خدمات توریستی در مجموع بخش عمده‌ای از اشتغال در صنعت گردشگری را ایجاد می‌کنند. اکوتوریسم نسبت به بخش‌های دیگر گردشگری کاملاً متفاوت عمل می‌کند. زیرا بر اساس مفاهیمی مانند حفاظت از منابع طبیعی، آموزش بازدیدکنندگان با توجه به توان محیط و منفعت مردمان محلی تعریف شده است. بر همین اساس، اهمیت اقتصادی رو به افزایش صنعت اکوتوریسم و ایجاد فرصت‌های کارآفرینی و کارآفرینی برای ساکنان بومی، باعث معطوف کردن توجه بسیاری از کشورها به این صنعت و زیر شاخه‌های آن شده است. توسعه کارآفرینی در حوزه اکوتوریسم به دلیل ارتباط عمیق با بحث‌های توسعه پایدار و محیط‌زیست، نوع ویژه‌ای از کارآفرینی را شکل می‌دهد که تلفیقی از رویکرد رشدگرایی اقتصادی بر پایه حفظ محیط‌زیست است. مسئله توسعه کارآفرینی اکوتوریسمی، شکل دهنده مفهوم اقتصاد زیست‌محیطی در جوامع محلی است که تا حدودی با سایر اشکال کارآفرینی تفاوت دارد. اکوتوریسم به توسعه مشاغل کوچک بومی کمک می‌کند، درآمد اقتصادی را افزایش می‌دهد، افراد منطقه را به تداوم شیوه زندگی سنتی و فرهنگ بومی تشویق می‌کند و در نهایت به ارزش‌های جامعه احترام می‌گذارد (الهیاری و نظری، ۱۴۰۰).

در صورتیکه محیط طبیعی و فرهنگی جامعه برای کارآفرینی مناسب باشد، گردشگری و به ویژه اکوتوریسم می‌تواند از طریق تأثیرات اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی، همچنین تأثیرات مثبت زیرساختی و زیست‌محیطی باعث بهبود فضای کسب‌وکار و در نتیجه توسعه کارآفرینی در منطقه شود و همچنین توسعه کارآفرینی می‌تواند به توسعه اجتماعی - فرهنگی و اقتصادی و ارتقای سطح زندگی مردم منجر شود و بدین ترتیب یک چرخه هم‌افزا شکل می‌گیرد که باعث تقویت نقاط قوت هر دو مفهوم می‌شود (سهرابی و مختاری، ۱۴۰۱). فرصت‌های متعدد اکوتوریسمی برای موقعیت‌های شغلی جدید بوده و مکانی موقت برای فرار از فشارهای مختلف زندگی ماشینی شهری است و اگر به درستی با رویکرد کارآفرینانه برنامه‌ریزی و مدیریت شود فرآیندی نیرومند برای بهره‌وری اقتصادی پایدار و بدون ایجاد خسارات محیطی و تقویت حفاظت از منابع زیستی برای مناطق شهری خواهد بود، زیرا که ماهیت کارآفرینانه و نوآورانه اکوتوریسم می‌تواند منبع اصلی درآمد اشتغال رشد بخش خصوصی، توسعه ساختارهای زیربنایی، روابط و پیوندهای فرهنگی، توسعه اجتماعی، حفاظت از محیط‌زیست و میراث طبیعی گردد. از طرفی اکوتوریسم در معنا یعنی یک سفر و بازدید زیست‌محیطی مسؤلانه از مناطق طبیعی بکر که به منظور لذت بردن از طبیعت و درک مواهب آن و ویژگی‌های فرهنگی مرتبط با آن انجام می‌شود، به طوری که باعث ترویج حفاظت گردد و اثرات منفی بسیار کمی از جانب بازدیدکنندگان بر محیط به جای گذارد و شرایطی را برای اشتغال و بهره‌مندی اقتصادی و اجتماعی مردم محلی (بومی) فراهم کند (حیبی و کاشانی، ۱۴۰۰). اجرا و توسعه اکوتوریسم نتایجی را به دنبال دارد که عبارتند از (کریم‌پور و همکاران، ۱۳۹۸):

- افزایش اهمیت نواحی حفاظت شده و اکوسیستم‌ها و بالابردن ارزش اقتصادی آنها؛
- ایجاد درآمد مستقیم برای نواحی حفاظت شده؛
- ایجاد درآمد مستقیم و غیرمستقیم برای جوامع محلی و افزایش انگیزه آنها در حفاظت از محیط‌زیست؛



- منجر شدن به تشکیلات منسجم برای پایش از نواحی محافظت شده در سطح جوامع محلی و ملی؛
- ارتقای فرهنگ استفاده پایدار از منابع طبیعی و منجر شدن به کاهش تهدیدات جوامع زیستی

فرصت‌های کارآفرینی حاصل از تقویت اکوتوریسم در جدول ۱ آورده شده است.

جدول ۱. فرصت‌های کارآفرینانه مبتنی بر اکوتوریسم (دانشور، ۱۴۰۰)

کسب‌وکارهای کوچک و متوسط محلی	ارائه خدمات گردشگری مانند راهنمایی محلی تسهیلات اقامتی نظیر اقامتگاه‌های بومگردی، سرویس‌های پذیرایی محلی، تولید صنایع دستی و نظایر آن، آماده کردن غذا، طراحی بسته‌های سفر اکوتوریستی، مغازه‌های سوغات بومی. همچنین ساکنان محلی ممکن است به عنوان راننده، راهنما، مالکان اقامتگاه یا بازارهای صنایع دستی به کار گرفته شوند. شغل‌های دیگر، ممکن است به طور غیرمستقیم ایجاد شود به طور مثال نیاز به میوه و سبزیجات در رستوران، نیاز به مواد اولیه در تولید سوغات، کار و استخدام در پارک‌های ملی، خرده فروشی و فروش صنایع دستی و آثار هنری، منتفع شدن افراد محلی از یک بازار بالقوه برای کالاها و خدمات مزاد با ورود گردشگران، ارائه فرصت کسب درآمد برای بخش‌های غیررسمی و کوچک مقیاس جامعه، ایجاد فرصت‌هایی برای کار در فعالیت‌های جایگزین، ایجاد اشتغال مستقیم و غیرمستقیم در بین کسب‌وکارهای رسمی و ثانویه، فرصت‌های اقتصادی برای گروه‌های حاشیه‌ای زنان و جوانان.
زیرساختی	بهبودی معیار، ارتقاء و توسعه دست‌یابی افراد محلی به زیرساخت‌ها و خدماتی که به علاقه‌مندان به بوم‌گردی ارائه می‌شود (نظیر شبکه جاده‌ای، ارتباطات، حمل و نقل، عرضه غذا و نوشیدنی). تابلوهای تفسیر در مسیر، مجوزها، امتیازات و اجاره‌ها، ایجاد و توسعه زیرساخت‌ها همانند حمل و نقل و جاده‌های ارتباطی، آب و برق، افزایش ارزش زمین‌های محلی و ایجاد درآمد برای افراد مرتبط با فعالیت اکوتوریستی، نرخ‌های کرایه‌ای مختلف برای استفاده از تجهیزات خاص در مناطق حفاظت شده نظیر سیستم‌های الکتریکی در هنگام چادر زدن، هزینه‌های بازدیدکنندگان در هنگام ورود یا به عنوان هزینه‌های کاربر.
زیست‌محیطی	برگزاری تورهای بازدید از پارک‌های ملی و مناطق حفاظت شده، باغداری و گلخانه، پرورش و صید ماهیان، بسته‌بندی و صنایع تبدیلی، فرصت‌های بالقوه تجاری، مرتبط با بخش‌های کشاورزی " متناسب با تنوع زیستی"، جنگلداری پایدار، تجارت با محصولات جنگلی غیر چوبی، شیلات پایدار و آبی‌پروری، دام و طیور، حفاظت از حوضه آبخیز، پیمایش بیولوژیکی، جبران تنوع زیستی، خدمات مدیریت تنوع زیستی، شکار تفریحی و ماهیگیری ورزشی، کاهش اثرات زیست‌محیطی، تحت تأثیر قرار دادن سیاست‌گذاری‌های زیست‌محیطی دولت (ملی، منطقه‌ای و محلی)، افزایش دانش افراد محلی نسبت به محیط‌زیست، کمک به حفاظت از محیط‌زیست).
اجتماعی- فرهنگی	یادگیری زبان، فرصت برای آموزش، یادگیری در خدمات، حفاظت و راهنمایی، خدمات کمک‌های اولیه، ارتقاء زندگی اعضای جامعه (سلامت، آموزش، ایجاد حس آرامش)، حفاظت از میراث فرهنگی و اجتماعی و زبان افراد محلی، منفعت‌رسانی به ذینفعان و جامعه (ارتقاء اطلاعات)، افزایش همکاری با بخش خصوصی، حمایت از صنایع دستی سنتی و مهارت‌ها، کاهش انزوای اجتماعی، افزایش مشارکت در فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی. دوره‌ها و کارگاه‌های آشنایی با مهارت‌های کارآفرینی و کسب‌وکار (شناسایی، راه‌اندازی، بازاریابی، تبلیغات، توسعه و...) به طور مداوم و با رویکرد تلفیقی تئوری- تجربی. تدوین سند جامع توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه و شناسایی توانایی‌های منحصر بفرد روستاهای هدف، برگزاری دوره‌های آموزشی آشنایی با ظرفیت‌های محلی برای گردشگری و آگاه‌سازی محلی، بهره‌گیری از متخصصان روانشناسی و جامعه‌شناسی آگاه به بافت اجتماعی منطقه برای دوره‌های توجیه‌سازی با رویکرد اطمینان ساکنان از مصونیت و حتی تقویت آداب و رسومشان در برابر ورود گردشگر.
سرمایه‌گذاری	حمایت مالی از کارآفرینان این حوزه (تسهیلات بانکی و مالی با رویکرد حمایتی انگیزشی از متقاضیان طرح‌های توسعه اکوتوریسم)، سرمایه‌گذاری و یا ایجاد " زنجیره‌ای " از هتل‌های بوم‌گردی، مشارکت با شرکت‌های بوم‌گردی یا هتلداری موجود، سرمایه‌گذاری در صندوق‌های زیست‌محیطی موجود و یا ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری جدیدی که شامل بوم‌گردی در اوراق بهادار، سرمایه‌گذاری در اپراتورهای کوچک مبتنی بر جامعه که خدمات و محصولات آنها می‌توانند در صنعت جریان اصلی گردشگری ادغام شوند، سرمایه‌گذاری در مشارکت دولتی و خصوصی، به ویژه بین جوامع و بخش خصوصی بر اساس مذاکرات مشارکتی و عادلانه، حمایت مالی از کارآفرینان در این صنعت به صورت وام‌های بلندمدت با بازپرداخت حداقل ۲۰ ساله و بهره پایین.

### 5. نتیجه‌گیری

توسعه اکوتوریسم می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی منافع اقتصادی بی‌شماری را به طور مستقیم متوجه مردم کشور نماید و در این راستا امکانات ایجاد کاربری اقتصادی برای افراد در حرفه‌های مرتبط با توریسم و برای چشم‌اندازهای طبیعی و در نتیجه تأمین

اعتبارات لازم در جهت حفظ آنها فراهم می‌شود. با توجه به آنچه گفته شد، کارآفرینی اکوتوریسم می‌تواند به عنوان یک راهکار مؤثر برای توسعه همه جانبه جوامعی که از پتانسیل‌های اکوتوریستی برخوردارند مطرح شود. اما برای اینکه بتوان برای توسعه همه جانبه مناطق مذکور برنامه‌ریزی و از راهکار کارآفرینی اکوتوریسم استفاده بهینه کرد نیاز به شناخت دقیق هر یک از مفاهیم کارآفرینی و اکوتوریسم و بررسی تأثیرات آنها بر هم به منظور به کار بستن بهترین شیوه مدیریتی است. موارد زیر به منظور مدیریت و اجرای صحیح کارآفرینی اکوتوریسم و استفاده حداکثر از ظرفیت‌ها پیشنهاد می‌شود:

- اصلاح قوانین مربوط به کارآفرینی و کاهش بروکراسی و کوتاه کردن پروسه شروع کسب‌وکار جدید،
- ارائه خدمات آموزشی و مشاوره‌ای دولتی در ارتباط با ایجاد کسب‌وکارهای اکوتوریستی،
- مد نظر گرفتن اعتبارات بانکی کم بهره برای شروع کسب‌وکارهای مرتبط با اکوتوریسم مختص ساکنان روستا،
- ارائه طرح‌های تشویقی مانند معافیت مالیاتی برای سرمایه‌گذاران غیربومی.

### منابع

۱. آبی، فاطمه؛ قنبری، سیروس؛ طولایی‌نژاد، مهرشاد. (۱۴۰۰). بررسی اثرات توسعه اکوتوریسم بر پایداری سکونت‌گاه‌های روستایی (مورد مطالعه: شهرستان سرباز). فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۱ (۴۴)، ۲۶۹-۲۹۰.
۲. ثنائی‌پور، هادی. (۱۴۰۰). ارزیابی و تحلیل روش‌شناسی مطالعات کارآفرینی در گردشگری: رویکرد فراروش. فصلنامه علمی روش‌شناسی علوم انسانی، ۲۷ (۱۰۸)، ۱-۱۷.
۳. حبیبی، حمیدرضا؛ کنعانی کاشانی، علی. (۱۴۰۰). تأثیر کارآفرینی راهبردی و نقش آن بر توسعه کارآفرینی اکوتوریسم. فصلنامه پژوهشنامه مدیریت و مهندسی صنایع، ۳ (۹)، ۷۲-۸۵.
۴. دانشور وثوقی، مریم. (۱۴۰۰). بررسی نقش کارآفرینی در اکوتوریسم با تأکید بر فرصت‌های کسب و کار، پنجمین کنگره بین‌المللی توسعه کشاورزی، منابع طبیعی، محیط‌زیست و گردشگری ایران، تبریز.
۵. دسترنج، حکمت‌اله؛ کاظمی، مهدی؛ کرد، باقر؛ کمالیان، امین؛ روشن، سیدعلیقلی. (۱۳۹۸). مطالعه ابعاد و مولفه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از روش شناختی نظریه داده بنیاد (مورد مطالعه: جزیره قشم). فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا، ۹ (۲)، ۹۷-۱۱۱.
۶. سادات سهرابی، پریسا؛ مختاری، داود. (۱۴۰۱). بررسی مولفه‌های کارآفرینی اکوتوریسم در پای کوه‌های سهند مطالعه موردی دره آذرشهرچای. فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، ۹ (۱)، ۵۳-۶۵.
۷. سادات، مهدیس؛ ذوقی، محمود؛ کریمی، سپیده؛ امیری، محمدجواد. (۱۳۹۶). ارزیابی بوم‌گردشگری (اکوتوریسم) پارک ملی کلاه قاضی با استفاده از الگوی برنامه‌ریزی راهبردی فریمن. جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۸ (۴)، ۱۰۷-۱۲۶.
۸. شاطریان، محسن؛ کیانی سلمی، صدیقه؛ زورمند، پریناز. (۱۳۹۷). شناسایی و تبیین علّی عوامل مؤثر بر فرصت‌های کارآفرینی در مناطق کویری با رویکرد اکوتوریسم (نمونه موردی: کویر مرند). فصلنامه علمی پژوهشی و بین‌المللی انجمن جغرافیای ایران، ۱۶ (۵۷)، ۸۳-۹۵.
۹. طوسی، رضا. (۱۴۰۰). تحلیل و بررسی توسعه و نقش شکوفایی زنان در جامعه از طریق کارآفرینی اکوتوریسم (مطالعه موردی: روستای مزینان خراسان رضوی). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، مؤسسه آموزش عالی بینالود.
۱۰. عباسی، صوفیا؛ میردامادی، سیدمهدی؛ امیددی نجف آبادی، مریم؛ فرج‌الله حسینی، سیدجمال. (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی با رویکرد کیفی. نشریه جغرافیا و توسعه، ۲۰ (۶۶)، ۱۳۱-۱۶۰.
۱۱. علی‌پور، عباس؛ براری، معصومه؛ باقریان، سلیمه. (۱۳۹۳). تحلیل مطلوبیت عناصر گردشگری از نگاه شهروندان در مجموعه عباس‌آباد بهشهر. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳ (۸)، ۱۸۶-۲۰۰.
۱۲. قلی‌پور، محمدرضا؛ چراغعلی، محمودرضا؛ ثنائی‌پور، هادی. (۱۳۹۹). طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی در روستاهای هدف گردشگری. فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا، ۱۱ (۱)، ۳۳۱-۳۴۵.

۱۳. قلی پور، محمدرضا؛ چراغعلی، محمودرضا؛ ثنائی پور، هادی. (۱۴۰۰). طراحی مدل مفهومی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم با رویکرد رفاه اجتماعی به روش داده بنیاد. فصلنامه نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۳ (۲)، ۲۷۰-۲۵۳.
۱۴. کریم پور، مجید؛ ناصری، حمیدرضا؛ دانش، عابد. (۱۳۹۸). امکان‌سنجی پتانسیل‌های اکوتوریسم و ژئوتوریسم و تاثیر آن بر افزایش توان اقتصادی مردم بومی مناطق بیابانی (مطالعه موردی: منطقه جنوب گرمسار). فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا، ۹ (۳)، ۹۱-۸۱.
۱۵. کریمی فر، شهرزاد؛ خطیبی، سیدمحمدرضا؛ بیگدلی راد، وحید. (۱۴۰۲). فراتحلیل مهم‌ترین عوامل توسعه اکوتوریسم پایدار در ایران. فصلنامه چشم‌انداز شهرهای آینده، ۴ (۴)، ۵۸-۳۷.
۱۶. لطفی، صدیقه؛ رمضان‌زاده، مهدی؛ ابراهیمیان، مهناز. (۱۳۹۶). سنجش نگرش مردم نسبت به نقش آموزی در تمایل به کارآفرینی بوم‌گردی (مطالعه موردی: منطقه کویری و بیابانی خور و بیابانک). مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۶ (۲۱)، ۷۶-۵۴.
۱۷. متولی، علی؛ مبینی دهکردی، علی؛ صادقی، حسین. (۱۴۰۱). فراترکیب رابطه بین اقتصاد چرخشی و اکوتوریسم کارآفرینانه. مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۷ (۶۰)، ۱۷۵-۱۴۵.
۱۸. مرادزاده، عبدالباسط؛ قاسمی، محمد؛ سالارزهی، حبیب‌الله؛ یعقوبی، نورمحمد؛ بذرافشان، جواد. (۱۳۹۷). اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه اکوتوریسم کارآفرینانه با رویکرد توانمندسازی اجتماع‌محور. توسعه کارآفرینی، ۱۱ (۱)، ۱۷۹-۱۶۱.
۱۹. الهیاری، فیض‌اله؛ نظری، لیلا. (۱۴۰۰). تحلیلی بر اکوتوریسم بیابانی با رویکرد کارآفرینی در سکونتگاه‌های روستایی، دومین کنفرانس بین‌المللی بیابان‌لوت با رویکرد گردشگری، زاهدان.

20. Asadi, A., & Kohan, M. F. Z. (2011). The role of Entrepreneurship on Ecotourism development. In *2011 International Conference on Sociality and Economics Development, Singapore* (pp. 38-39).
21. KASALAK, M. A., AKINCI, Z., & YURCU, G. (2016). Ecotourism Entrepreneurship, the Features of Ecotourism Entrepreneurship, Problems and Solutions. *Global issues and trends in tourism*, 596.
22. Purba, I. S., Avenzora, R., Anggraini, E., & Darusman, D. (2023). Analysis of external factors on rural ecotourism entrepreneurship (Case study in Bogor regency of West Java). *Indonesian Journal of Forestry Research*, 10(1), 91-104.
23. Satrya, I. D. G., Kaihatu, T. S., & Pranata, L. (2017). Ecotourism Village as the Manifestation of Social Entrepreneurship. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 6(1), 35-42.
24. Swan, C. D., & Morgan, D. (2016). Who wants to be an eco-entrepreneur? Identifying entrepreneurial types and practices in ecotourism businesses. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 17(2), 120-132.
25. Thompson, B. S., Gillen, J., & Friess, D. A. (2018). Challenging the principles of ecotourism: insights from entrepreneurs on environmental and economic sustainability in Langkawi, Malaysia. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(2), 257-276.