



## سنجش شاخص‌های مزیت رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد مطالعه: منطقه هورامان

احمد حجاریان<sup>۱</sup>

DOI:10.22034/jtd.2023.395540.2766

### چکیده

کارآفرینی بومی یکی از جوان‌ترین زمینه‌های تحقیقاتی است که نشان می‌دهد ظهور این نوع کارآفرینی با شرایط نواحی روستایی و نواحی بوم‌گردی واقع در آن سازگاری دارد. هدف این پژوهش بررسی شاخص‌های مزیت رقابتی کارآفرینی بومی روستایی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شناسایی و میزان اهمیت آن‌ها در منطقه هورامان است. بر این اساس، این سؤال مطرح شد: کدامیک از عناصر مزیت کارآفرینی بومی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در منطقه مورد مطالعه اهمیت بیشتری دارند؟ همچنین، فرضیه پژوهش بیانگر آن بود که کدامیک از عناصر مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی، مزیت فرهنگی و مزیت زیست‌محیطی در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه مورد مطالعه اهمیت بیشتری دارد. هورامان در دو استان کردستان و کرمانشاه واقع شده است و به سه بخش هورامان تخت، هورامان لهنون و هورامان ژاوه‌رود تقسیم می‌شود. تعداد ۲۸ روستا در منطقه هورامان ایران دارای ۴۵ اقامتگاه بوم‌گردی هستند. روش جمع‌آوری اطلاعات اسنادی و میدانی بوده و در این پژوهش، برای استخراج شاخص‌های کارآفرینی و بیان ادبیات پژوهش، از روش اسنادی و روش میدانی برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای بررسی شاخص‌ها استفاده شده است. روش نمونه‌گیری برای جامعه نمونه متخصصان (اعضای هیئت علمی و دانشجویان دکتری با رساله مرتب)، کارشناسان و نمونه مدیران بوم‌گردی به صورت هدفمند انجام شده است. همچنین، نتایج پژوهش با آزمون تعقیبی توکی بیان می‌کند که میان عناصر مزیت رقابتی کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه هورامان تفاوت معناداری وجود دارد و بر این اساس، شاخص‌های مزیت اجتماعی با ۶ سنجه، مزیت اقتصادی با ۹ سنجه، مزیت فرهنگی با ۶ سنجه و مزیت زیست‌محیطی با ۸ سنجه اهمیت قابل توجهی در منطقه هورامان دارند. همچنین، نتایج تحلیل مسیر نشان داد که بُعد مزیت اقتصادی بیشترین تأثیر را در مقایسه با سایر ابعاد دارد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۰۲

### واژه‌های کلیدی:

کارآفرینی، کارآفرینی بومی روستایی، مزیت‌های رقابتی، اقامتگاه بوم‌گردی، منطقه هورامان

### مقدمه

(Castellino & Doyle, 2018). مردم بومی، که موضوع پژوهش حاضر هستند، شامل یک گروه اقلیت از افرادی با ویژگی‌های زبانی، فرهنگی و اجتماعی متمایز هستند که به‌عنوان اولین ساکنان یک قلمرو شناخته شده‌اند (Perdro & Chrisman-James, 2006). مردم و افراد بومی در سرزمین اجدادی خود - از طریق تبار، خودشناسی و پذیرش جامعه - آداب و رسوم

سازمان ملل متحد گروه‌های غیرفرهنگی غیرمعارف را به دو دسته گسترده از «مردم بومی» و «اقلیت‌های بومی» تقسیم می‌کند. این گروه‌ها که به‌عنوان گروه‌هایی با شیوه زندگی ابتدایی و ساده، که درک متفاوتی از مفاهیم و قوانین بین‌المللی، شیوه‌های کشورهای ملت خود دارند، شناخته می‌شوند

۱. پژوهشگر سادکتری، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم جغرافیایی و برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.



و فرهنگ اجدادی خود را حفظ کرده‌اند (Paradies, 2005). انجمن دائمی سازمان ملل متحد در خصوص مسائل بومی<sup>۱</sup> (2020) برآورد کرده است که بیش از ۳۷۰ میلیون نفر بومی در سراسر ۹۰ کشور در سراسر جهان - از جمله در ایران - زندگی می‌کنند که سنت‌های منحصر به فرد خود و ویژگی‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی خود را حفظ کرده‌اند. مردم بومی معمولاً با وابستگی به تولید معیشتی و عمدتاً جامعه روستایی مشخص می‌شوند که معمولاً در هر منطقه و قاره ساکن هستند (Dana, 2015). با این حال، بیشتر آن‌ها جزء فقیرترین افراد هستند و با فقر مزمن، سطح پایین تحصیلات و سلامت ضعیف روبه‌رو هستند (Lemo, 2013). این جوامع بومی در سراسر جهان از طرق مختلف در صدد توسعه اقتصادی و یافتن راهی برای دستیابی به اهداف فردی و اجتماعی توسعه و غلبه بر وضعیت فقر خود هستند (Abd Rahman et al., 2020). انجمن دائمی سازمان ملل متحد در خصوص مسائل بومی (2020) و همچنین محققانی چون هیندل و لنس داون (2005)، پردو و کریسمان جیمز (2006)، دانا (2007)، کاجون (2012)، دانا (2015)، کراچه (2017) و امیرالدین و همکاران (2020) کارآفرینی بومی را الگویی برای توسعه اقتصادی آن‌ها ذکر کرده‌اند. همین محققان نیز کارآفرینی بومی را یکی از زمینه‌های نوظهور کارآفرینی ذکر کرده‌اند که با کارآفرینی کلاسیک متفاوت است (Amiruddin et al., 2020). آن‌ها کارآفرینی بومی را به‌عنوان رویکردی جدید در مباحث توسعه بومیان به رسمیت شناخته‌اند (Cooney, 2021) و معتقد هستند کارآفرینی بومی یکی از انواع کارآفرینی و از زمینه‌های مهم و جدید آن است که امروزه کانون ابتکارات، تلاش‌ها و برنامه‌ها در سطوح محلی شده است (Doan, 2022). بر اساس تعریف اولیه، کارآفرینی بومی «ایجاد، مدیریت و توسعه مشاغل جدید توسط افراد بومی به نفع بومیان» تعریف شده است (Hindle & Lansdowne, 2005). ادبیات اولیه، در خصوص کارآفرینی بومی روستایی، ارزش‌های بومی را نیروی محرکه فعالیت‌های کارآفرینی در نظر می‌گیرد و کارآفرینی بومی را متفاوت با دیدگاه فردگرایانه کلاسیک می‌بیند که در ادبیات اصلی درباره کارآفرینی مطرح شده است (Hindle, 2010; Durette, 2018). این نوع کارآفرینی، که بیشتر در محیط روستا متبلور می‌شود، به روستاییان این فرصت را می‌دهد تا

درآمد خودشان را به دست آورند، شغل ایجاد کنند و در جوامع از طریق روش‌های منطبق با اهدافشان برای توسعه سرمایه‌گذاری کنند (Croce, 2017). کارآفرینی بومی همانند کارآفرینی کلاسیک محرک مهمی برای رشد اقتصادی و ایجاد شغل است که باعث ایجاد نوآوری و کمک به کارایی اقتصادی از طریق رقابت می‌شود، با این تفاوت که نه تنها در بعد اقتصادی تأثیر می‌گذارد، بلکه دارای اهداف اجتماعی، فرهنگی، معنوی و زیست‌محیطی نیز هست (Seaman & Bent, 2020). تام‌تیک (2020) نیز فعالیت‌های کارآفرینی بومی را یکی از مهم‌ترین سیاست‌های جدید دولتی برای بهره‌برداری فعال از سرزمین‌ها، روستاها، مردم و دانش‌های بومی آن‌ها معرفی کردند (Tamtik, 2020). این نوع کارآفرینی همچنین می‌تواند - با مشارکت در توسعه اقتصادی محلی، حمایت از تحولات صنعتی و ارائه راهی جایگزین کار - برای افرادی که در بازار کار یا در جست‌وجوی انعطاف‌پذیری بیشتری هستند مزایای اجتماعی گسترده‌تری ایجاد کند (Hansen & Brown, 2018). با این حال، سؤال مهم این است که مزیت‌های نسبی رقابتی توسعه کارآفرینی بومی در نواحی روستایی چه هستند؟ پاسخ به این سؤال و ارائه مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی اصلی‌ترین مسئله‌ای است که این پژوهش قصد دارد آن را بررسی کند و مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی را ارائه دهد. یکی از راهبردهایی که در دهه‌های اخیر در اغلب کشورهای جهان به آن توجه شده و نتایج مثبتی داشته است توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی و استفاده از جاذبه‌های متعدد طبیعی و فرهنگی روستا به‌عنوان منبع درآمد و درعین حال کمک به حفاظت از سرمایه‌ها و جاذبه‌های منحصر به فرد طبیعی و فرهنگی روستا است (Shadi et al., 2015). در پاسخ به میل و اشتیاق روبه‌رشد پیرامون سفر و طبیعت‌گردی به‌منظور حفظ محیط زیست، پایداری زیست‌بوم و فرهنگ مناطق گردشگری، نوعی گردشگری به نام اکوتوریسم ظهور کرده است. اکوتوریسم پیش از هرچیز نوعی نگرش خاص، آینده‌نگر، اخلاقی، فرهنگی و انسانی به مقوله گردشگری است. گردشگران این نوع گردشگری که از آن‌ها به‌عنوان گردشگران مسئول و پاسخگو نیز یاد می‌شود، علاوه بر اینکه در پی بازدید از محیط طبیعی جدید و لذت بردن از آن‌ها و کسب تجربه هستند، در صدد کمینه کردن آسیب‌های محیطی نیز هستند. در این نوع گردشگری، علاوه بر گردشگران، مردم محلی نیز با دستیابی به منافع اقتصادی و

1. United Nations Permanent Forum on Indigenous Issues



اهمیت آن‌ها در منطقه هورامان بررسی شوند. بر این اساس، این سؤال مطرح شد که کدام یک از عناصر مزیت رقابتی کارآفرینی بومی روستایی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در منطقه مورد مطالعه اهمیت بیشتری دارند و فرضیه پژوهش بیانگر آن بود که از میان مزیت فرهنگی، مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی و مزیت زیست‌محیطی در کارآفرینی بومی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه مورد مطالعه اهمیت بیشتری دارند.

### پیشینه پژوهش

مطالعات متعددی در خصوص کارآفرینی روستایی انجام شده است. با این حال، به موضوع کارآفرینی بومی روستایی و بررسی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی کمتر پرداخته شده و لذا در این پژوهش سعی شده است به بررسی مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی روستایی پرداخته شود.

با این حال، پژوهش و مطالعات مختلفی در خارج از کشور در زمینه کارآفرینی بومی روستایی و عوامل مؤثر بر توسعه آن انجام شده که در ادامه به برخی از پژوهش‌ها اشاره شده است. مطالعه دانا (2015) با استفاده از ادبیات کارآفرینی بومی کارآفرینی بومی را به‌عنوان زمینه‌ای از تحقیقاتی نوظهور در کارآفرینی به‌طور نظام‌مند بررسی کرد. وی به این نتیجه رسید که باید ادراک فرهنگی از فرصت‌ها را متغیری که کارآفرینی بومی را آغاز می‌کند در نظر گرفت؛ یعنی فرهنگ تأثیر قوی در ایجاد کسب‌وکارها و کارآفرینی بومی دارد. کالینز و همکاران (2017) با استفاده از روش کیفی و مصاحبه عمیق با کارآفرینان بومی به بررسی ارتباط فرهنگ و کارآفرینی بومی در مشاغل کوچک روستایی در استرالیا پرداختند. نتایج مطالعه آنان نشان داد که بین فرهنگ بومی و کارآفرینی بومی رابطه‌ای پیچیده و گاه متناقض وجود دارد و فرهنگ جوامع بومی و ضرورت آن در توسعه کارآفرینی بومی مزیت مهم در توسعه کارآفرینی بومی است. جیمز و همکاران (2018) کارآفرینی بومی را به‌منزله آرزوهای مردم محلی بومی کانادا بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند کارآفرینی بومی روستایی شامل بسیاری از مشاغل بومی مانند هر شغل دیگری است که این مشاغل می‌توانند ویژگی‌های منحصر به فردی مانند تأکید بر اهداف مشترک، پیوندهای محکم با زمین و همسویی با فرهنگ، ارزش‌ها و جهان‌بینی جوامع محلی بومی داشته باشند. تریتیکیوف و همکاران (2020) نشان دادند که کارآفرینی بومی به سرمایه انسانی ارزش می‌افزاید. به همین دلیل، موفقیت کارآفرینان بومی مهم

سایر مزایای حاصل از گردشگری در پی حفظ ارزش‌ها و آداب و رسوم خود و حفظ محیط زیست طبیعی خود هستند. با توجه به رشد روزافزون صنعت گردشگری در سال‌های اخیر و به‌خصوص افزایش تعداد طبیعت‌گردان و علاقه‌مندان به این نوع گردشگری، احساس نیاز به ایجاد مجتمع‌های گردشگری روستایی (اقامتگاه‌های بوم‌گردی) برای پذیرایی از این نوع گردشگران به وجود آمد و در طول دهه اخیر شاهد رشد و توسعه مجتمع‌های گردشگری روستایی (اقامتگاه‌های بوم‌گردی) در نقاط گوناگون کشور و به‌خصوص روستاهای گردشگرپذیر بوده‌ایم. توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای پذیرایی از گردشگران امری مهم و حیاتی محسوب می‌شود، اما در مسیر رشد و توسعه این اقامتگاه‌ها، فارغ از توجه به رویکرد اقتصادی و درآمدزایی آن، نیاز به شناسایی عوامل مختلف تأثیرگذار در شکل‌گیری و توسعه این اقامتگاه‌ها نیز احساس می‌شود. درحقیقت، اکوتوریسم به‌عنوان راهبردی جدید در زمینه توسعه روستایی می‌تواند نقش مهمی در متنوع‌سازی اقتصاد جوامع روستایی ایفا کند و زمینه‌ساز ایجاد فرصت‌های جدیدی در نواحی روستایی از جمله ایجاد اشتغال سودآور در بخش‌های غیرکشاورزی، افزایش درآمد روستاییان و کاهش تفاوت‌های درآمدی بین روستاییان و شهرنشینان، کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها و کم کردن مشکلات و مسائل شهرهای بزرگ شود. البته، می‌توان ادعان داشت که گردشگری به‌تنهایی نمی‌تواند جواب‌گوی همه نیازهای روستاییان باشد و توجه به ایجاد ارتباط تنگاتنگ با سایر بخش‌های اقتصادی همراه با برنامه‌ریزی اصولی نیز ضروری است تا بتواند نتایج و پیامدهای مناسبی برای توسعه و به‌ویژه توسعه پایدار نواحی روستایی داشته باشد (Eftekhari et al., 2016). بر این مبنای، می‌توان گفت یکی از بهترین راه‌های نجات روستا از مسائل و مشکلات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی و رسیدن به عدالت اجتماعی و جغرافیایی توسعه گسترش گردشگری روستایی است. بنابراین، برای موفقیت در این زمینه، علاوه بر داشتن شرایط گردشگرپذیری و مقاصد گردشگری، باید در پی برنامه‌ریزی برای جذب گردشگران و معرفی بهتر امکانات و شرایط خود به بازارهای گردشگری بود (Papli Yazdi & Saqaei, 2013). از آنجاکه کارآفرینی یکی از ارکان مهم در توسعه پایدار گردشگری روستایی است، می‌توان به‌وسیله مزیت رقابتی کارآفرینی گردشگران را جذب مقاصد مدنظر کرد (Rahimi, 2017). در این پژوهش، هدف آن است که شاخص‌های مزیت رقابتی کارآفرینی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شناسایی و میزان

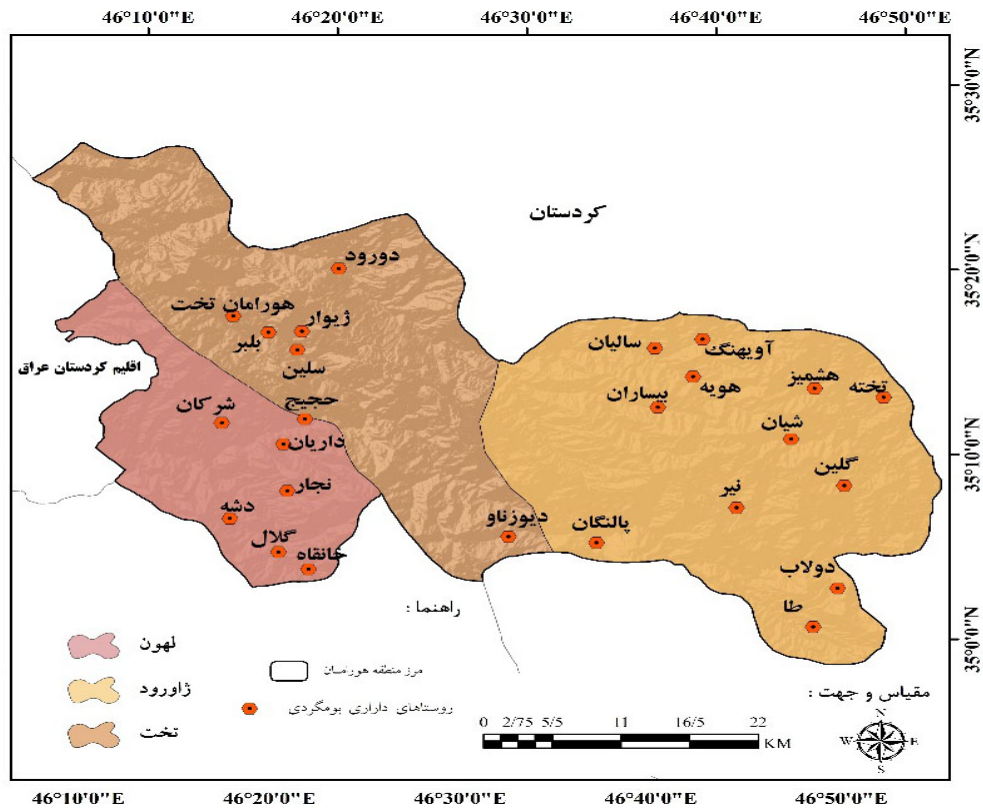


است؛ زیرا آن‌ها منابع الهام و نوآوری در نظر گرفته شده‌اند، به رفاه جمعی مردم بومی کمک کرده و برخی از نمونه‌های موفق آن به پایداری کسب‌وکار منجر شده‌اند. تیپو و سرکار (2020) در مطالعه‌ای توسعه چهارچوب پویای یکپارچه کارآفرینی بومی روستایی در امارات متحده عربی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که مدل‌های کارآفرینی بومی بیشتر بر شاخص‌های زمینه‌ای افراد بومی متمرکز است و ویژگی‌های فردی کارآفرینان بومی زمینه‌ساز موفقیت آن‌ها می‌شود. تام‌تیک (2020) با استفاده از روش‌های مروری و تجربی به بررسی سیاست کارآفرینی بومی و نوآوری در مناطق روستایی کانادا پرداختند و به این نتیجه رسیدند که کارآفرینی بومی با توسعه اقتصادی و نوآوری بومی قابل توجهی همراه است. هدایت برنامه‌های کارآفرینی بومی با زمین و جامعه، آموزش و پرورش، اهمیت بقای آن و تعیین سرنوشت فرهنگی کاملاً ارتباط دارد. مولین - رامیرز و باربا سانچز (2021) از طریق تحقیقات کیفی، با استفاده از مصاحبه با پنج کارآفرین بومی، نقش جامعه به‌منزله عنصر متمایز در کارآفرینی بومی مکزیکی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که نقش، هویت، اشتراک (شیوه زندگی جمعی) و جهان‌بینی به‌طور مثبتی به دستاوردهای پروژه کارآفرینی کمک می‌کند و در خود جامعه نیز تأثیر می‌گذارد. آن‌ها توصیه‌هایی برای عوامل گوناگون اقتصادی و اجتماعی در خصوص حمایت از پایداری جوامع بومی و حفاظت از فرهنگ و میراث تاریخی کارآفرینان بومی ارائه دادند. آکانبی (2021) در مطالعه‌ای با استفاده از روش پیمایشی به بررسی تأثیر فعالیت‌های کارآفرینی بومی در پایداری معیشت روستایی در جنوب غربی نیجریه پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد کارآفرینی بومی به تولید اشتغال و معیشت پایدار (مانند بقا، منابع درآمدی، نیازهای زندگی) کمک می‌کند. نتایج همچنین نشان داد فعالیت‌های کارآفرینی بومی سلامت انسان (کاهش استرس، سلامت و کاهش فقر) را بهبود می‌بخشد. برای تحقق بیشتر این امر باید مزیت‌ها شناسایی، سیاست‌ها و انگیزه‌هایی که باعث تشویق کارآفرینی بومی می‌شود تدوین شوند. پادیلا - ملندز و همکاران (2022) نیز زمینه تحقیقاتی کارآفرینی بومی و ادبیات آن را حوزه‌ای نوظهور امیدوارکننده از تحقیقات اقتصادی معرفی کردند که مزیت‌هایی غیر از درآمد و ایجاد اشتغال برای افراد بومی دارد که این مزیت‌ها ممکن است فرهنگی، محیطی، معنوی و اجتماعی باشند.

اگرچه مطالعات انجام‌شده در کارآفرینی کم نیست، مطالعات انجام‌شده در کارآفرینی عمدتاً کلی است. بنابراین، با کاستی در زمینه زیرمجموعه‌های گردشگری به‌خصوص در زمینه اقامتگاه‌های بوم‌گردی روبه‌رو است. با واکاوی ادبیات این موضوع، مشخص شد بیشتر مطالعات دید کل‌نگری به کارآفرینی دارند، اما با توجه به اهمیت اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری با دید کارآفرینی هدف‌گایی مورد غفلت واقع شده است. پژوهش حاضر با دید یکپارچه و کل‌نگر به اقامتگاه‌های بوم‌گردی از یک سو درصدد شناسایی ابعاد مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی اقامتگاه‌های بوم‌گردی و مطالعه رابطه بین آن‌ها با کارآفرینی بوم‌گردی است و از سوی دیگر هدف عمده پژوهش شناسایی و سنجش میزان اهمیت شاخص‌های کارآفرینی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه هورامان است. با توجه به این امر که اقامتگاه‌های بوم‌گردی بحث جدیدی در گردشگری ایران و به‌تبع آن در منطقه هورامان ایران هستند و تاکنون مطالعه‌ای در زمینه کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی انجام نشده است، ضرورت پیدا می‌کند که برای گسترش بازار با رونق اقتصادی اقامتگاه‌های بوم‌گردی شاخص‌های مزیت رقابتی کارآفرینی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی شناسایی و میزان اهمیت آن‌ها مشخص شود.

### منطقه مورد مطالعه

منطقه هورامان یا هورامانات در دو کشور ایران و عراق و در دو طرف مرزهای این دو کشور گسترده است. هورامان ایران در دو استان کردستان و کرمانشاه واقع شده است و به سه بخش هورامان تخت، هورامان لهون و هورامان ژاوه‌رود تقسیم می‌شود. هورامان تخت و ژاوه‌رود در استان کردستان و هورامان لهون در استان کرمانشاه قرار دارد. هورامان تخت در شهرستان سروآباد (استان کردستان)، هورامان ژاوه‌رود در شهرستان‌های سنندج، کامیاران و سروآباد (استان کردستان) و هورامان لهون در شهرستان پاوه (استان کرمانشاه) قرار گرفته است. تعداد ۲۸ روستا در منطقه هورامان ایران دارای ۴۵ اقامتگاه بوم‌گردی هستند. روستاهای سلین، بلبیر، دورود و ژویوار و روستا - شهر هورامان تخت در هورامان تخت ۵ اقامتگاه بوم‌گردی، روستاهای گلین، دولاب، شیان، آویهنگ، سالیان، تخته، هویه، بیساران، طای، هشمیز، نیر، دیوزناو و پلنگان در هورامان ژاوه‌رود دارای ۲۷ اقامتگاه بوم‌گردی و روستاهای داریان، حجیج، شرکان، گلال، خانقاه و دشه در هورامان لهون دارای ۱۳ اقامتگاه بوم‌گردی هستند (شکل ۲).



شکل ۱: نقشه منطقه مورد مطالعه

به صورت هدفمند انجام شده است. ابزار جمع‌آوری داده پرسش‌نامه با سؤالات بسته محقق ساخته بر اساس متغیرهای مزیت‌های رقابتی کارآفرینی در قالب طیف لیکرت بوده است. در این طیف، مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی مورد ارزیابی در دامنه خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) ارزیابی شده است که نمره ۵ در شاخص‌ها به معنای اهمیت بالا و نمره ۱ به معنای اهمیت خیلی کم در نظر گرفته شده است.

برای آشکار شدن روایی صوری این شاخص‌ها و همانندی آن با روستاهای ناحیه مورد مطالعه از صاحب‌نظران دانشگاهی در حوزه برنامه‌ریزی گردشگری استفاده شد. پس از دریافت نظرهای آن‌ها، بخش‌هایی در پرسش‌نامه بازنگری شد و تعدادی از سؤالات بی‌اهمیت حذف شد.

برای بررسی پایایی و قابل اعتماد بودن داده‌های پرسش‌نامه‌ای پژوهش از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. بنابراین، ابتدا نمونه‌ای ۳۰ تایی از پرسش‌نامه در جامعه مورد نظر توزیع شد و، با توجه به مقدار آلفای کرونباخ به دست آمده، پرسش‌نامه ویرایش نهایی شد و

### روش تحقیق

روش تحقیق بر اساس هدف کاربردی و بر اساس نوع توصیفی - تحلیلی است. با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی ابتدا به توصیف و تفسیر روابط موجود بین متغیرهای پژوهش (مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی، مزیت فرهنگی و مزیت زیست‌محیطی) پرداخته شده است و وضعیت کنونی متغیرهای پژوهش در روستاهای دارای اقامتگاه بوم‌گردی مطالعه شد. همچنین، با استفاده از این روش به ارزش‌گذاری درباره مطلوب بودن یا مؤثر بودن متغیرهای پژوهش در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی توجه شده است.

روش جمع‌آوری اطلاعات اسنادی و میدانی است. در این پژوهش، برای استخراج شاخص‌های مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی (Akanbi, 2021; Tipu & Sarker, 2020; Mika et al., 2017) و بیان ادبیات پژوهش از روش اسنادی و برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز برای بررسی شاخص‌ها از روش میدانی استفاده شده است. روش نمونه‌گیری برای جامعه نمونه متخصصان (اعضای هیئت علمی و دانشجویان دکتری با رساله مرتبط)، کارشناسان و مدیران بوم‌گردی

در نمونه مربوط توزیع شد. سرانجام، برای پژوهش تحقیق ۰/۸۸۹ به دست آمد که سطح قابل قبولی حاضر، مقدار آلفای کرونباخ برای کل متغیرهای داشت.

#### جدول ۱: مقدار ضریب آلفای کرونباخ به منظور تعیین پایایی ابزار پژوهش

ابعاد	شاخص مزیت اقتصادی	شاخص مزیت فرهنگی	شاخص مزیت اجتماعی	شاخص مزیت زیست محیطی
مقدار آلفای کرونباخ	۰/۷۱۲	۰/۸۴۱	۰/۷۶۱	۰/۷۶۹

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

پژوهش، ۵۸ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. بر این اساس، از میان ۵۸ نفر، که در تکمیل پرسش‌نامه مشارکت داشتند، ۱۵ نفر از متخصصان (هیئت علمی‌ها و خبرگان مرتبط)، ۱۵ نفر از کارشناسان و مدیران ذی‌ربط حوزه گردشگری و ۲۸ نفر از مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی انتخاب شدند (جدول ۲).

**جامعه آماری و حجم نمونه**  
جامعه آماری پژوهش شامل مدیران بوم‌گردی روستاهای هدف منطقه هورامان و کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان‌های کردستان و کرمانشاه و همچنین متخصصان حوزه گردشگری شامل اعضای هیئت علمی و خبرگان مرتبط هستند که، در فرایند

#### جدول ۲: ترکیب حجم نمونه به تفکیک گروه و جنسیت

جنسیت	متخصصان		کارشناسان		مدیران بوم‌گردی		کل پاسخ‌گویان	
	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
مرد	۶۶/۶۷	۱۰	۸۰	۱۲	۶۰/۷۱	۱۷	۶۷/۲۵	۳۹
زن	۳۳/۳۳	۵	۲۰	۳	۳۹/۲۹	۱۱	۳۲/۷۵	۱۹
جمع کل	۱۰۰	۱۵	۱۰۰	۱۵	۱۰۰	۲۸	۱۰۰	۵۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

منطقه هورامان ارائه شده است. همان‌طور که جدول ۳ نشان می‌دهد، کم‌اهمیت‌ترین سنجه شاخص مزیت اقتصادی مربوط به منحصربه‌فرد بودن محصولات کارآفرینی بومی بدون توجه به قیمت آن با میانگین ۳/۵۹ و با اهمیت‌ترین سنجه نیز مربوط به فراهم کردن فرصت‌های اشتغال‌زایی در بخش گردشگری، صنایع دستی و مانند آن‌ها با میانگین ۴/۰۱ است.

**بحث و یافته‌های پژوهش یافته‌های توصیفی**  
پس از تعیین میزان اهمیت سنجه‌های شاخص‌های مزیت رقابتی کارآفرینی (مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی، مزیت فرهنگی و مزیت زیست‌محیطی) از دیدگاه جامعه متخصصان، کارشناسان و مدیران بوم‌گردی، اطلاعات توصیفی مرتبط با کل پاسخ‌های دریافتی درخصوص اهمیت سنجه‌های شاخص‌های مذکور در فرایند کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی

#### جدول ۳: فراوانی سنجه‌های شاخص مزیت کارآفرینی (مزیت اقتصادی) از دیدگاه کل جامعه آماری در اقامتگاه‌های بوم‌گردی

سنجه‌های شاخص مزیت اقتصادی کارآفرینی	میانگین	انحراف معیار
ریسک کم اما سودآور بودن کارآفرینی بومی روستایی	۳/۶۴	۱/۲۸
فراهم کردن اقتصاد ترکیبی (مانند کشاورزی، گردشگری و صنایع دستی)	۳/۹۳	۰/۹۵
فراهم کردن فرصت‌های اشتغال‌زایی در بخش گردشگری، صنایع دستی و مانند آن‌ها	۴/۰۱	۱/۱۶
منحصربه‌فرد بودن محصولات کارآفرینی بومی بدون توجه به قیمت آن	۳/۵۹	۱/۰۳





انحراف معیار	میانگین	سنجه‌های شاخص مزیت اقتصادی کارآفرینی
۱/۰۴	۳/۷۲	تولید محصولات با صرفه اقتصادی در ارتباط با زمین و محیط (مانند گردشگری، صنایع دستی، صنایع چوبی و محصولات کشاورزی)
۱/۱۷	۳/۶۹	ایجاد فرصت‌های درآمدی با استفاده از منابع محلی (مانند زمین، مراتع و جنگل)
۱/۲۰	۳/۸۳	تولید کالاها/ محصولات بومی که در برابر نوسانات اقتصادی آسیب‌پذیری کمتری دارد
۱/۰۳	۳/۷۵	حضور بیشتر افراد بومی در صنایع روستایی (مانند کشاورزی، صنایع دستی و گردشگری)
۰/۹۴	۳/۸۶	نیاز به سرمایه کوچک/ کم و قابلیت استفاده از مواد اولیه در مجاورت و محیط

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، اهمیت سنجه‌های شاخص مزیت فرهنگی را در منطقه مورد مطالعه نشان می‌دهد که بر این اساس سنجه آشتی و ترکیب سنت و نوآوری در گذشته و حال با هم از طریق همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، اهمیت سنجه‌های شاخص مزیت فرهنگی را در منطقه مورد مطالعه نشان می‌دهد که بر این اساس سنجه آشتی و ترکیب سنت و نوآوری در گذشته و حال با هم از طریق

#### جدول ۴: فراوانی سنجه‌های شاخص مزیت کارآفرینی (مزیت فرهنگی) از دیدگاه جامعه آماری اقامتگاه‌های بوم‌گردی

انحراف معیار	میانگین	سنجه‌های شاخص مزیت فرهنگی کارآفرینی
۱/۱۶	۳/۸۱	استفاده از دانش سنتی برای توسعه کارآفرینی و انتقال آن به نسل بعدی
۱/۰۵	۳/۶۷	آشتی و ترکیب سنت و نوآوری در گذشته و حال با هم از طریق کارآفرینی بومی
۱/۰۵	۳/۷۶	کاربرد صنعت هنر و موسیقی و صنایع سنتی به‌عنوان محصول
۱/۱۵	۳/۹۰	استفاده از فرهنگ بومی مانند مراسم و رقص، آهنگ‌ها و روابط خویشاوندی در تولید محصولات بومی
۰/۹۲	۴	بازتولید هویت، زبان، لباس محلی و دانش به‌عنوان محصول کارآفرینی بومی
۱/۰۲	۳/۸۴	حفظ فرهنگ و ارزش‌های سنتی به‌عنوان محصول (مانند هنر و صنایع دستی)

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

از میان سنجه‌های شاخص مزیت اجتماعی، سنجه خودمختار کردن افراد بومی و استقلال بومیان با مقدار میانگین ۳/۴۵ دارای کمترین اهمیت و سنجه‌های بهبود شرایط اجتماعی افراد، خانواده‌ها و جوامع از طریق کسب‌وکار بومی با مقدار ۳/۹۳ بیشترین اهمیت را از میان سنجه‌های شاخص مزیت اجتماعی به خود اختصاص داده‌اند (جدول ۵).

#### جدول ۵: فراوانی سنجه‌های شاخص مزیت کارآفرینی (مزیت اجتماعی) از دیدگاه جامعه آماری اقامتگاه‌های بوم‌گردی

انحراف معیار	میانگین	سنجه‌های شاخص مزیت اجتماعی کارآفرینی
۱/۱۹	۳/۸۸	افزایش مشارکت و سرمایه اجتماعی افراد و جامعه به‌عنوان عنصر اساسی در ایجاد کارآفرینی بومی
۱/۲۵	۳/۶۴	تحت تأثیر فرهنگ، منفعت جمعی، خانواده/ جامعه را مد نظر قرار می‌دهد
۱/۳۱	۳/۶۶	حفظ شیوه زندگی اجتماع / روابط خویشاوندی (اصلی مهم در کارآفرینی بومی)
۰/۹۵	۳/۹۳	بهبود شرایط اجتماعی افراد، خانواده‌ها و جوامع از طریق کسب‌وکار بومی
۱/۱۲	۳/۷۲	حفظ منزلت اجتماعی خانواده؛ بر اساس مدیریت خانوادگی و مشارکت آنان
۰/۹۵	۳/۴۵	خودمختار کردن افراد بومی و استقلال بومیان

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱



همان‌طور که جدول ۶ نشان می‌دهد، کم‌اهمیت‌ترین سنجه از شاخص مزیت زیست‌محیطی را سنجه استفاده از شیوه‌های سازگار با محیط زیست (مانند صنایع دستی، گردشگری، آبی‌پروری و جنگلداری، معدن و چوب) در کنار استفاده از منابع طبیعی با مقدار ۳/۳۴ و بااهمیت‌ترین سنجه را سنجه مدیریت پایدار زمین، جنگل و محیط زیست و منابع طبیعی توسط بومیان با مقدار ۳/۷۲ و محیط زیست و منابع طبیعی توسط بومیان با مقدار ۳/۷۲ به خود اختصاص داده است.

جدول ۶: فراوانی سنجه‌های شاخص مزیت کارآفرینی (مزیت زیست‌محیطی) از دیدگاه جامعه آماری اقامتگاه‌های بوم‌گردی

سنجه‌های شاخص مزیت زیست‌محیطی کارآفرینی	میانگین	انحراف معیار
مدیریت پایدار زمین، جنگل و محیط زیست و منابع طبیعی توسط بومیان	۳/۷۲	۱/۲۳
احترام گذاشتن و مقدس دانستن محیط و منابع طبیعی توسط مشاغل بومی	۳/۴۳	۱/۰۱
استفاده از زمین بومی و ارتباط با محیط محلی	۳/۶۰	۱/۰۸
استفاده از شیوه‌های پایدار به‌عنوان یک کسب‌وکار (شکار، پرورش آبزیان و گردشگری)	۳/۴۸	۱/۳۷
حفظ محیط از طریق حفظ پایه‌های کسب‌وکار بومی (مانند زمین و جنگل)	۳/۵۹	۱/۱۹
تأکید بر محیط زیست به‌عنوان پایه شکل‌گیری کسب‌وکار بومی	۳/۵۴	۱/۱۹
استفاده از شیوه‌های سازگار با محیط زیست (مانند صنایع دستی، گردشگری، آبی‌پروری و جنگلداری، معدن و چوب) در کنار استفاده از منابع طبیعی	۳/۳۴	۱/۲۱
حفاظت از منابع طبیعی بومی	۳/۵۰	۰/۹۸

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

## یافته‌های تحلیلی

بوم‌گردی منطقه هورامان وجود دارد یا خیر و، در صورت وجود تفاوت، کدام‌یک از شاخص‌ها اهمیت بیشتری دارند. یافته‌های تحقیق مندرج در جدول ۷ نشان می‌دهد که بر اساس آزمون لئون، از آنجایی که سطح معناداری محاسبه‌شده کوچک‌تر از آلفا ۰/۰۱ است، می‌توان فرض برابری واریانس‌ها را رد کرد و پذیرفت که واریانس شاخص‌ها با یکدیگر متفاوت هستند.

جدول ۷: آزمون لئون برای مشخص کردن برابری واریانس گروه‌ها

شاخص‌های مزیت‌های رقابتی کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی	آزمون آماره لئون	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	سطح معناداری
	۱۶/۹۷	۱/۷۰	۳۱	۰/۰۰۸**

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

سطح معناداری تا ۹۹ درصد (\*\*)

سطح معناداری تا ۹۵ درصد (\*)

عدم معناداری (NS)

در صورت‌بندی فرضیه پژوهش تبیین شد که در میان عناصر مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی، طراحی الگوی سیاست‌گذاری کارآفرینی فضایی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه هورامان، تفاوت معناداری وجود داشته و در این خصوص مزیت اقتصادی اهمیت بیشتری دارد. در این فرضیه، شاخص‌های چهارگانه (مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی، مزیت فرهنگی و مزیت زیست‌محیطی)، در زیرمجموعه مزیت رقابتی کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی، با ۲۹ سنجه از مبانی نظری و تجربیات محلی استخراج شد. سپس، پژوهشگر برای تعیین میزان اهمیت هریک از سنجه‌ها در مزیت‌های رقابتی کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه مورد مطالعه از نظر جامعه نمونه (متخصصان، کارشناسان و مدیران بوم‌گردی) داده‌ها را جمع‌آوری کرد. در نهایت، میزان اهمیت هریک از شاخص‌های چهارگانه از طریق آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه (F) ارزیابی شد تا مشخص شود آیا تفاوت معناداری بین شاخص‌ها در طراحی الگوی سیاست‌گذاری مزیت‌های رقابتی کارآفرینی فضایی اقامتگاه‌های



با علم بر این مسئله که هدف فرضیه پژوهش مشخص کردن تفاوت میان شاخص‌ها به منظور تعیین مهم‌ترین آن‌ها در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی است، میانگین هریک از شاخص‌ها محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۸ نشان داده شده است.

جدول ۸: میانگین شاخص‌های کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از نظر جامعه نمونه به تفکیک گروه‌ها

شاخص‌های کارآفرینی	متخصصان			کارشناسان			مدیران بوم‌گردی		
	تعداد	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین	انحراف معیار
مزیت اقتصادی	۱۵	۳/۹۶	۰/۲۳	۱۵	۳/۸۲	۰/۲۷	۲۸	۳/۷۱	۰/۳۱
مزیت اجتماعی	۱۵	۳/۹۰	۰/۳۱	۱۵	۳/۹۰	۰/۳۱	۲۸	۳/۸۲	۰/۲۵
مزیت فرهنگی	۱۵	۳/۷۹	۰/۲۸	۱۵	۳/۷۰	۰/۳۴	۲۸	۳/۶۸	۰/۲۵
مزیت زیست‌محیطی	۱۵	۳/۳۵	۰/۷۳	۱۵	۳/۴۷	۰/۵۹	۲۸	۳/۱۱	۰/۵۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

با توجه به نتایج حاصله از دیدگاه متخصصان، شاخص مزیت اقتصادی با میانگین ۳/۹۶ بیشترین اهمیت و شاخص مزیت زیست‌محیطی با میانگین ۳/۳۵ کمترین اهمیت را از بین شاخص‌های چهارگانه بر کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه هورامان داشته است. در همین حال، شاخص مزیت اجتماعی با میانگین ۳/۹۰ و شاخص مزیت زیست‌محیطی با میانگین ۳/۴۷ به ترتیب دارای بیشترین و کمترین اهمیت را در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه از دیدگاه کارشناسان دارند. از دیدگاه مدیران بوم‌گردی نیز، شاخص مزیت اجتماعی با میانگین ۳/۸۲ بیشترین اهمیت و شاخص مزیت زیست‌محیطی با میانگین ۳/۱۱ کمترین اهمیت را در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی قرار گرفته است.

منطقه مورد مطالعه داشته است. با این تفاسیر، شاخص اجتماعی از دیدگاه گروه‌های دوگانه (کارشناسان و مدیران بوم‌گردی) دارای بیشترین اهمیت در کارآفرینی بوم‌گردی‌های منطقه هورامان بوده است. همچنین، در جدول ۹، به منظور تعیین سطح اهمیت هریک از شاخص‌ها در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه جامعه نمونه به تفکیک گروه‌های سه‌گانه (متخصصان، کارشناسان و مدیران بوم‌گردی) از آزمون تعقیبی توکی استفاده شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، با توجه به نتایج خروجی آزمون تعقیبی توکی، شاخص‌های مزیت اقتصادی و مزیت اجتماعی از دیدگاه متخصصان، کارشناسان و مدیران بوم‌گردی در یک طیف قرار گرفته است.

جدول ۹: آزمون تعقیبی توکی برای مشخص کردن اهمیت شاخص‌های چهارگانه کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی

شاخص‌های کارآفرینی	جامعه نمونه	تعداد نمونه	زیرمجموعه برای آلفا = ۰/۰۵	شاخص‌های کارآفرینی		جامعه نمونه	تعداد نمونه	زیرمجموعه برای آلفا = ۰/۰۵
				۱	۲			
مزیت اقتصادی	مدیران بوم‌گردی	۲۸	۳/۷۱	۳/۲۹	۱۵	متخصصان	۲۸	۳/۷۱
	کارشناسان	۱۵	۳/۸۲	۳/۵۳	۲۸	مدیران بوم‌گردی	۱۵	۳/۸۲
	متخصصان	۱۵	۳/۸۶	۳/۶۱	۱۵	کارشناسان	۱۵	۳/۸۶
مزیت اجتماعی	مدیران بوم‌گردی	۲۸	۳/۸۲	۲/۷۱	۱۵	مدیران بوم‌گردی	۲۸	۳/۸۲
	کارشناسان	۱۵	۳/۹۰	۳/۰۲	۲۸	کارشناسان	۱۵	۳/۹۰
	متخصصان	۱۵	۳/۹۰	۳/۰۸	۱۵	متخصصان	۱۵	۳/۹۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

با توجه به مجموع نظرهای گروه‌های سه‌گانه (متخصصان، کارشناسان و مدیران بوم‌گردی) و همان‌طور که جدول ۱۰ نشان می‌دهد، شاخص مزیت اقتصادی با میانگین ۳/۸۶، شاخص مزیت فرهنگی با میانگین ۳/۷۱ و شاخص مزیت زیست‌محیطی با میانگین ۳/۷۸، شاخص مزیت اجتماعی با میانگین ۳/۷۱ و شاخص مزیت زیست‌محیطی با میانگین ۳/۷۱ در رتبه‌های اول تا چهارم قرار گرفته‌اند.

جدول ۱۰: توصیف داده‌های آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه بر اساس هر شاخص

شاخص‌های کارآفرینی	تعداد سنجه	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
مزیت اجتماعی	۶	۳/۷۸	۰/۲۹	۳/۰۰	۴/۳۰
مزیت اقتصادی	۹	۳/۸۶	۰/۳۲	۲/۹۳	۴/۵۷
مزیت فرهنگی	۶	۳/۷۱	۰/۲۸	۳/۱۸	۴/۲۴
مزیت زیست‌محیطی	۸	۳/۴۸	۰/۵۹	۱/۶۳	۴/۳۸
مجموع	۲۹	۳/۷۰	۰/۵۷	۱/۶۳	۴/۵۷

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

سطح معناداری تا ۹۹ درصد (\*\*)  
سطح معناداری تا ۹۵ درصد (\*)  
عدم معناداری (NS)

بدین ترتیب، همان‌طور که جدول ۱۱ نشان می‌دهد، با توجه به میانگین هریک از شاخص‌های مزیت‌های رقابتی کارآفرینی، از آنجایی که سطح معناداری محاسبه‌شده کوچک‌تر از آلفا ۰/۰۱ است، می‌توان با احتمال ۹۹ درصد، فرض صفر را به نفع فرض مقابل رد کرد و پذیرفت که تفاوت معناداری بین شاخص‌های کارآفرینی در منطقه مورد مطالعه وجود دارد و همه شاخص‌ها اهمیت لازم را دارند.

جدول ۱۱: آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه برای مشخص کردن تفاوت اهمیت شاخص‌های کارآفرینی

مؤلفه‌ها	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار F	سطح معناداری
بین‌گروهی	۶۶/۰۳۹	۷	۹/۴۳۴	۵۱/۴۷۲	۰/۰۰۰**
درون‌گروهی	۸۳/۵۷۹	۴۵۶	۰/۱۸۶		
مجموع	۱۴۹/۶۱۸	۴۶۳			

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

سطح معناداری تا ۹۹ درصد (\*\*)  
سطح معناداری تا ۹۵ درصد (\*)  
عدم معناداری (NS)

همان‌گونه که در فرضیه پژوهش بیان شد، شاخص‌های مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی، مزیت فرهنگی و مزیت زیست‌محیطی در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه مورد مطالعه اهمیت نسبی دارد. به همین دلیل، برای تکمیل عملکرد آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه، در ادامه، از آزمون تعقیبی توکی استفاده شده است تا میزان اهمیت هریک از شاخص‌های چهارگانه به صورت مجزا و در طیف‌های مختلف نشان داده شود. نتایج این آزمون در جدول ۱۵ نشان داده شده است. خروجی حاصل از آزمون توکی، با توجه به نزدیکی میزان اهمیت شاخص‌های چهارگانه، در دو طیف گروه‌بندی شده است. شاخص مزیت زیست‌محیطی با میانگین ۲/۸۳۸ کمترین اهمیت را داشته و به همراه شاخص مزیت فرهنگی با میانگین ۲/۹۵۸ در طیف اول قرار گرفته است. شاخص مزیت اجتماعی با میانگین ۳/۴۸۲، شاخص مزیت اقتصادی با میانگین ۳/۲۶۲ در طیف دوم جای گرفته‌اند و بیشترین میانگین اهمیت در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه هورامان را دارند.

جدول ۱۲: آزمون تعقیبی توکی برای مشخص کردن تفاوت اهمیت شاخص‌های کارآفرینی

زیرمجموعه برای آلفا = ۰/۰۵		شاخص
۱	۲	
۲/۸۳۸		مزیت زیست‌محیطی
۲/۹۵۸		مزیت فرهنگی
	۳/۲۶۲	مزیت اقتصادی
	۳/۴۸۲	مزیت اجتماعی
۰/۷۶ <sup>(NS)</sup>	۰/۰۶ <sup>(NS)</sup>	سطح معناداری

مأخذ: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۱

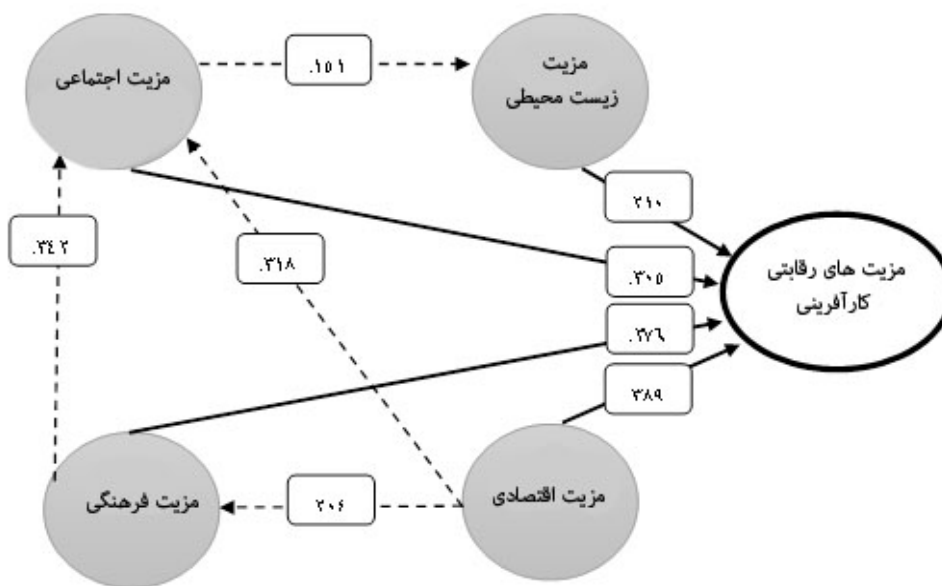
سطح معناداری تا ۹۹ درصد (\*\*)  
سطح معناداری تا ۹۵ درصد (\*)  
عدم معناداری (NS)



انجمن علمی گردشگری و توسعه

در ادامه، به منظور مشخص کردن بُعدی که بیشترین تأثیر در وضع موجود کارآفرینی منطقه مورد مطالعه را دارد از آزمون تحلیل مسیر هم بهره گرفته شد. در ابتدا، به منظور سنجش آثار مستقیم، مجموع تلفیقی ابعاد مزیت رقابتی کارآفرینی به منزله کارآفرینی به منزله متغیر وابسته و تمامی ابعاد مزیت رقابتی به عنوان متغیر مستقل و در ادامه هر یک از ابعاد نیز به ترتیب با توجه به مدل نظری ارائه شده به عنوان متغیر مستقل وارد مدل شدند و تأثیرات آن‌ها سنجیده شد. در ادامه، پس از وارد کردن و جایگزینی تک تک ابعاد به عنوان متغیر وابسته و سایر ابعاد به عنوان متغیر مستقل، با ضرب کردن کلیه مسیرها به بُعد مورد نظر و در نهایت جمع کردن همه مسد ها، ضاب شده به بُعد مد، دنظ، م:ا:ا: آثا،

غیرمستقیم نیز مشخص شد و در آخر نیز، با جمع کردن آثار مستقیم و غیرمستقیم، بار کلی و میزان اثرگذاری نهایی هر بُعد (مزیت اقتصادی، مزیت اجتماعی، مزیت فرهنگی و مزیت زیست‌محیطی) در وضع موجود مزیت رقابتی کارآفرینی بومی روستاها مشخص شد. همان‌طور که در جدول ۱۳ مشاهده می‌شود، بعد اقتصادی، با بارکلی برابر ۰/۵۷۸، مؤثرترین بعد است. این بعد، علاوه بر اثرگذاری مستقیم، با اثرگذاری غیرمستقیم در وضعیت ابعاد مزیت فرهنگی و مزیت اجتماعی نیز نقش مهمی بر جای گذاشته است. این امر بر اهمیت بعد مزیت اقتصادی در کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی روستایی تأکید دارد.



شکل ۲: مدل نهایی ارتباط ابعاد مزیت رقابتی کارآفرینی

جدول ۱۳: اثر مستقیم، غیر مستقیم و کلی هریک از ابعاد تأثیرگذار در کارآفرینی بومی

دارایی‌ها	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	بار کلی
مزیت اقتصادی	۰/۳۸۹	۰/۱۸۹	۰/۵۷۸
مزیت اجتماعی	۰/۳۰۵	۰/۰۳۱	۰/۳۳۶
مزیت زیست محیطی	۰/۲۱۰	---	---
مزیت فرهنگی	۰/۲۷۶	۰/۰۲۳	۰/۲۹۹

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر شناسایی و اهمیت شاخص‌های مزیت‌های رقابتی کارآفرینی بومی در اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه هورامان را بررسی کرده است. نتایج این پژوهش از نظر شاخص محصول با نتایج پژوهش دانا (2015)، کالینز و همکاران (2017)، جیمز و همکاران (2018) و تریتیوف و همکاران (2020) مشابهت دارد. همچنین، نتایج پژوهش با آزمون تعقیبی توکی بیان می‌کند که میان عناصر کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی منطقه هورامان تفاوت معناداری وجود دارد و در این خصوص شاخص‌های مزیت اقتصادی با ۹ سنجه (که مهم‌ترین سنجه آن عبارت است از فراهم کردن فرصت‌های اشتغال‌زایی در بخش گردشگری، صنایع دستی و مانند آن‌ها)، مزیت اجتماعی با ۶ سنجه (که مهم‌ترین سنجه آن عبارت است از بهبود شرایط اجتماعی افراد، خانواده‌ها و جوامع از طریق کسب‌وکار بومی)، مزیت فرهنگی با ۶ سنجه (که مهم‌ترین سنجه‌های آن عبارت هستند از بازتولید هویت، زبان، لباس محلی و دانش به‌عنوان یک محصول کارآفرینی بومی) و مزیت زیست محیطی با ۸ سنجه (که مهم‌ترین سنجه آن عبارت هستند از استفاده از مدیریت پایدار زمین، جنگل و محیط زیست و منابع طبیعی توسط بومیان) اهمیت بیشتری دارند. منطقه ثبت جهانی هورامان تحت تأثیر اتخاذ نکردن سیاست‌های ویژه و مؤثر در بخش گردشگری روستایی و به‌ویژه اقامتگاه‌های بوم‌گردی نتوانسته است از ظرفیت‌های بالقوه خود در زمینه گردشگری و اقامتگاه‌های بوم‌گردی بهره‌مند شود و سهم خود را از بازار گردشگری بوم‌گردی کسب کند؛ زیرا به‌وسیله کارآفرینی می‌توان اطلاعات را در اختیار گردشگران بالقوه قرار داد و آن‌ها را به بازدید از منطقه هورامان و اقامت در اقامتگاه‌های بوم‌گردی ترغیب کرد. از جمله عواملی که می‌تواند بوم‌گردی منطقه هورامان را توسعه بخشد استفاده و به‌کارگیری ابزارها و شاخص‌های

تأثیرگذار در مزیت‌های رقابتی کارآفرینی اقامتگاه‌های بوم‌گردی است. با توجه به نتایج و تحلیل یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای زیر برای توسعه بوم‌گردی منطقه هورامان ارائه می‌شود. گفتنی است که پیشنهادها و راهکارهای ارائه‌شده، علاوه بر اینکه مرتبط با روستاهای منطقه مورد مطالعه هستند، به‌صورت کلی در اکثر نواحی روستایی ایران نیز می‌توانند استفاده شوند.

با توجه به نقش شبکه‌سازی در توسعه کارآفرینی بومی پیشنهاد می‌شود، با ارتباط دادن کارآفرینان بومی روستایی با کارآفرینان موفق گردشگری روستایی یا با سایر کارآفرینان، زمینه توسعه کارآفرینی بومی روستایی را افزایش داد و به توسعه مزیت‌های رقابتی آن کمک کرد.

طراحی نوعی برنامه کارآفرینی هوشمند از نیازهای توسعه کارآفرینی بومی روستایی و موجب افزایش مزیت‌های رقابتی در خصوص توسعه گردشگری آن است که پیشنهاد می‌شود در روستاهای کشور ایجاد شود. بر اساس تعاریف، کارآفرینی هوشمند نوعی کارآفرینی است که با استفاده از قابلیت‌های جدید فناوری، فناوری هوشمند، دانش مدرن و نوآوری در مدیریت می‌تواند ماهیت تعاملات تولید را تغییر دهد و موجب توسعه اقتصادی شود.

### منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است

پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۳). گردشگری (ماهیت و مفاهیم). تهران: انتشارات سمت.

افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود و سجاسی، حمدالله (۱۳۹۶). بنیان‌های نظری توسعه پایدار گردشگری. تهران: انتشارات سمت.



- رحیمی، حسین (۱۳۹۶). نقش مناسبات شهر و روستا در توسعه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: بخش گلپه‌ار - شهرستان چناران). مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲(۳۸)، ۴۵-۶۱. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.15062.1425>
- شادی، محمدعلی، مهدوی حاجیلویی، مسعود و عزتی، عزت‌الله (۱۳۹۵). تدوین شاخص‌های روستاهای هدف گردشگری ایران و ارزیابی آن‌ها (مطالعه موردی: روستاهای نمونه استان سمنان). فصلنامه علمی و پژوهشی نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۹(۱)، ۹۷-۷۱.
- منابع**
- Abd Rahman, S. Mohd Said, H., & Rashid Ali, S. (2020). Exploring Development of Indigenous Entrepreneurship among the Semai community at Batang Padang District Perak, Malaysia. *Tourism Development Centre International Conference*, 3, 269-280. <https://doi.org/10.2478/9788395720406-028>
- Akanbi, B. (2021). Impact of Indigenous Entrepreneurial Activities and Livelihood Sustainability in South- Western Nigeria. *Journal of Services & Management*, 16(3), 3-17. <https://doi.org/10.36108/ljerhrm/3202.04.0140>
- Amiruddin, M. H., Sumarwati, S., Suib, S. N., Ibrahim, A. C., & Jalil, S. A. A. (2020). Determining the factors influencing indigenous youth become a successful entrepreneur. *Gading Journal for Social Sciences*, 23(01), 6-12. [In Persian]
- Cachon, J. C. (2012). Paleo aboriginal entrepreneurship: evidence from Turtle Island. In ICSB World Conference Proceedings (Vol. 2, No. 1, p. 1). International Council for Small Business (ICSB).
- Castellino, J., & Doyle, D. (2018). *Who Are 'Indigenous Peoples' ? In The United Nations Declaration on the Rights of Indigenous Peoples: A Commentary*, edited by Jessie Hohmann and Marc Weller, 7-37. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Collins, J., Morrison, M., Basu, P. K., & Krivokapic-Skoko, B. (2017). Indigenous culture and entrepreneurship in *small businesses in Australia*. *Small Enterprise Research*, 24(1), 36-48. <https://doi.org/10.1080/13215906.2017.1289855>
- Cooney, T. M. (2021). *The Palgrave Handbook of Minority Entrepreneurship*. Springer Nature.
- Croce, F. (2017). Contextualized indigenous entrepreneurial models: A systematic review of indigenous entrepreneurship literature. *Journal of Management & Organization*, 23(6), 886-906. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.69>
- Dana, L. P. (2007). Promoting SMEs in Africa: some insights from an experiment in Ghana and Togo, *Journal of African Business*, 8(2), 151- 174. [https://doi.org/10.1300/J156v08n02\\_09](https://doi.org/10.1300/J156v08n02_09)
- Dana, L. P. (2015). Indigenous entrepreneurship: an emerging field of research. *International Journal of Business and Globalisation*, 14(2): 61-63. <https://doi.org/10.1504/IJBG.2015.067433>
- Doan, H. K. (2022). Bibliometric Analysis of Indigenous Entrepreneurship. *Ecoforum Journal*, 11(1), 1-20.
- Durette, M. (2018). *Indigenous property rights in commercial fisheries: Canada, New Zealand and Australia compared*. Canberra, ACT: Centre for Aboriginal Economic Policy Research (CAEPR), The Australian National University.
- Eftekhari, A., Mahdavi, D., & Sejasi, H. (2016). *Theoretical foundations of sustainable*

- Padilla-Meléndez, A., Plaza-Angulo, J. J., Del-Aguila-Obra, A. R., & Ciruela-Lorenzo, A. M. (2022). *Indigenous Entrepreneurship. Current issues and future lines. Entrepreneurship & Regional Development*, 34(1-2), 6-31. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.2011962>
- Papli Yazdi, M. H., & Saqaei, M. (2013). *Tourism (nature and concepts)*. Samt Publications. [In Persian]
- Paradies, Y. (2005). Anti-racism and indigenous Australians. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 5(1), 1-28. <https://doi.org/10.1111/j.1753-6405.2010.00560.x>
- Peredo, A. M., & Chrisman-James, J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309-328. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00389.x>
- Rahimi, H. (2017). The Role of Rural-Urban Relationships in Rural Tourism Development The case study: Golbahar District-Chenaran County. *Tourism Management Studies*, 12(38), 45-61. <https://doi.org/10.22054/tms.2017.15062.1425> [In Persian]
- Rahman, S. Mohd Said, H., & Rashid Ali, S. (2020). Exploring Development of Indigenous Entrepreneurship among the Semai community at Batang Padang District Perak, Malaysia. *Tourism Development Centre International Conference*, 3, 269-280. <https://doi.org/10.2478/9788395720406-028> [In Persian]
- Shadi, M. A., Mahdavi Hajiloyi, M., & Ezzati, E. (2015). Compilation of the indicators of Iran's tourism target villages and their evaluation; Case study: sample villages of Semnan province. *Scientific and research quarterly of new attitudes in human geography*, 9(1), 71-97. [In Persian]
- development of tourism. Samit Publications. Tehran. [In Persian]*
- Hansen, M., & Brown, A. (2016). Wreck Bay Aboriginal Community Council Corporate Plan. Wreck Bay Village, Jervis Bay, Australia: Wreck Bay Aboriginal Community Council.
- Hindle, K., & Lansdowne, M. (2005). Brave spirits on new paths: toward a globally relevant paradigm of indigenous entrepreneurship research. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 18(2), 131-141. <https://doi.org/10.1080/08276331.2005.10593335>
- Hindle, K. (2010). How community context affects entrepreneurial process: A diagnostic framework. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(7-8), 599-647.
- James, A. E., Hartt, C. M., MacDonald, A., Marcoux, J., & Price, S. (2018, July). Does Entrepreneurship Meet the Aspirations of Canada's Aboriginal Peoples? In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2018, No. 1, p. 15369). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.
- Lemo, T. (2013). *Development and Entrepreneurial Challenge. Policy and Execution*. This day Live Newspaper.
- Mika, J. P., Warren, L., Foley, D., & Palmer, F. R. (2017). Perspectives on indigenous entrepreneurship, innovation and enterprise. *Journal of Management & Organization*, 23(6), 767-773. <https://doi.org/10.1017/jmo.2018.4>
- Molina-Ramírez, E., & Barba-Sánchez, V. (2021). Embeddedness as a Differentiating Element of Indigenous Entrepreneurship: Insights from Mexico. *Sustainability*, 13(4), 2117. <https://doi.org/10.3390/su13042117>



- Tipu, S. A. A., & Sarker, A. E. (2020). Developing an integrative dynamic framework of indigenous entrepreneurship: The case of United Arab Emirates. *International Journal of Public Administration*, 43(5), 441-451. <https://doi.org/10.1080/01900692.2019.1672184>
- Tretiakov, A., Felzensztein, C., Zwerg, A. M., Mika, J. P., & Macpherson, W. G. (2020). Family, community, and globalization: Wayuu indigenous entrepreneurs as n-Culturals. *Cross Cultural & Strategic Management*, 27, 189-211. <https://doi.org/10.1108/CCSM-01-2019-0025>
- Seaman, C., & Bent, R. (2020). The role of vision in determining family, small business and minority ethnic business research. In *A Research Agenda for Family Business*. Edward Elgar Publishing, 3(3), 1-12. <https://doi.org/10.4337/9781788974073.00013>
- Tamtik, M. (2020). Informing Canadian Innovation Policy Through a Decolonizing Lens on Indigenous Entrepreneurship and Innovation. *Canadian Journal of Higher Education*, 9(1), 63-78. <https://doi.org/10.47678/cjhe.vi0.188773>