

تبیین عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در ایران^۱

محمدجوادعباسی*، ژیلا سجادی**، علی عبدالهی***، محمدتقی رضویان****

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۷/۲ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۳/۲

چکیده

تحقیق حاضر با هدف تبیین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی انجام شده است. پژوهش از نوع توصیفی-اکتشافی و ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق ساخته است. جامعه آماری ۱۷۴ نفر از کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در حوزه کارآفرینی گردشگری روستایی کشور بوده که برای اندازه‌گیری ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری شامل پایایی، روایی و آنگرای بررسی از نرم‌افزار "اس پی اس اس" و از نرم‌افزار "پی ال اس" جهت مدل‌یابی معادلات ساختاری در راستای کشف روابط بین متغیرها، تعیین اهمیت و اثرگذاری ابعاد سه‌گانه مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی و ارزیابی برازندگی مدل مفهومی پژوهش استفاده شده است. همچنین؛ جهت بررسی میزان اهمیت و سنجش اعتبار شاخص‌ها از دیدگاه خبرگان؛ از تکنیک تحلیل سلسله‌مراتبی (AHP) استفاده شده است. بر اساس نتایج تحلیل میزان تأثیر متغیرهای مستقل مکنون بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی از دید پاسخگویان، بعد بهبود و توجه به ویژگی‌های خاص بستر محیطی و ویژگی‌های نیروی انسانی روستایی در بین سه بعد کلان دارای بیشترین وزن با اهمیت ۰/۴۰ است و بعد از آن، بعد کلان ساختار نهادی و قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری روستایی با وزن با اهمیت ۰/۳۵ است و نتایج حاصل از پژوهش، تبیین‌کنندگی، معناداری مدل مفهومی و روابط آن را نشان می‌دهد. واژگان کلیدی: توسعه کارآفرینی، گردشگری روستایی، مدل‌یابی معادلات ساختاری.

۱- مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری تحت عنوان "چارچوب بررسی پیامدهای فضایی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، مورد پژوهی: نواحی شیت و شیرین سو شهرستان طارم، استان زنجان" در دانشگاه شهید بهشتی تهران است.

* دکتری، جغرافیا و برنامه‌ریزی فضایی کارآفرینی مناطق روستایی، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشگاه شهید

بهشتی تهران، ایران (نویسنده مسئول) MO_Abbasi@sbu.ac.ir

** دانشیار، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران

*** استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران

**** استاد، گروه جغرافیای انسانی و آمایش، دانشکده علوم زمین، دانشگاه شهید بهشتی تهران، ایران

مقدمه

تضعیف فعالیت‌های اقتصادی سنتی در مناطق روستایی به‌ویژه اقتصاد مبتنی بر منابع طبیعی همچون کشاورزی، معادن و نظایر آن در طی چند دهه اخیر، جستجوی راهکارهای جدید برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی-اجتماعی در مناطق روستایی را ضرورت بیشتری بخشیده است. (کریمی، ۱۳۹۵: ۳) توسعه فعالیت‌های گردشگری روستایی می‌تواند زمینه را برای ایجاد پویایی اجتماعی-اقتصادی فراهم سازد (باباخانزاده و لطفی، ۱۳۹۸: ۸۹) امروزه گردشگری نیز در حکم صنعتی پویا (کاستانولز و همکاران، ۲۰۱۴: ۲۱۲)؛ با توجه به پیامدها و ارتباط پیچیده آن با سایر بخش‌های اقتصادی، نه تنها در نقش موتور محرک رشد عمل می‌کند؛ بلکه به عنوان ایجاد کننده فرصت‌های اشتغال و درآمد نیز مطرح است (ناگراجو، ۲۰۱۴: ۴۲) و در شکل‌دهی به فرآیندهای بازساخت و ایجاد فرصت‌های جدید، تنوع بخشی به اقتصاد، کاهش فقر و ... توجه ویژه دارد (فیگریدو و همکاران، ۲۰۱۱: ۳).

و گردشگری روستایی می‌تواند به توسعه اقتصاد روستایی و موجب تسهیل در فرایند باز ساخت اقتصادی مناطق روستایی (شاهسوند اینانلو، ۱۳۹۶: ۳). باین وجود؛ توسعه گردشگری پایدار در عمل و به لحاظ نظری به دلیل وابستگی گردشگری به اقتصاد سیاسی بین‌المللی و سیستم‌های پیچیده خارجی و همچنین نگاه رو به درون در فرایند مدیریت مقصد، دستیابی به این اصول را تا حدی غیرممکن می‌سازد. (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۱)

با تفاسیر فوق؛ کاستی رهیافت‌های رایج توسعه گردشگری، ناشی از پرداختن به این موضوع از دریچه یک دیدگاه نظری، یکسان فرض کردن میزان اثرگذاری پیشران‌ها و بی توجهی به نقش متغیرهای مداخله‌گر در تدوین روابط سببی از یک سو و ناممکن بودن تعمیم مدل‌های مرسوم به کلیه بسترهای جغرافیایی از سوی دیگر؛ به عنوان دغدغه در تدوین چارچوب یکپارچه توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی است؛ بنابراین؛ موضوعی که به انتخاب این مسئله به عنوان موضوع پژوهش پیش رو منجر شده؛ به خاطر چند دغدغه علمی مهم است که عبارت‌اند از:

اول - تفاوت تعریف و راهکارهای توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی و لزوم تعیین واحد تحلیل و ارزیابی آن؛ به سه صورت: سطح کلان، میانی و خرد. دوم- نبود هم‌رأیی و وجود دیدگاه‌های مختلف. سوم- وجود رویکردها و رهیافت‌های مختلف در زمینه چگونگی دستیابی

به توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی پایدار و چپستی شاخص‌های مناسب برای اندازه‌گیری و ارزیابی آن. چهارم- نبود دیدگاه یکپارچه در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی.

از آنجایی که رهیافت‌های مرسوم گذشته در بحث رشد و توسعه فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی تنها به بررسی پراکنده و متفرقه توسعه گردشگری بدون در نظر گرفتن اثر و عاملیت پیشران کارآفرینی پرداخته‌اند؛ لیکن قبلاً کمتر به اراده تدوین الگو و بررسی عوامل مؤثر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی پرداخته شده است؛ بنابراین سؤال کلیدی زیر در راستای این تحقیق مطرح می‌شود: چگونه تبیین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی به صورت یکپارچه امکان‌پذیر است؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

الف: رهیافت‌های موجود در زمینه دستیابی به توسعه گردشگری: پژوهش‌ها درباره گردشگری عمدتاً بعد از جنگ جهانی دوم و با ظهور و رشد گردشگری انبوه گسترش یافته است و طی دهه ۱۹۶۰، گردشگری بنا به ضرورت توسعه به تعادل رسیده که بخشی از الگوی نوسازی به حساب می‌آید. برخلاف تمرکز رهیافت‌های محققین نوگرایی دهه ۱۹۵۰ که شامل "هواداری و حمایت" از گردشگری با نگرش سطحی و یک‌جانبه است؛ نظریه پردازان تئوری وابستگی در دهه ۱۹۶۰ در قالب رهیافت ساختارگرایی و نگرش محتاطانه و "هشدار" به فعالیت گردشگری؛ بر روی اثرات نامطلوب گردشگری متمرکز بودند (ناسی پولات^۱، ۲۰۱۵: ۴۳۸). همچنین؛ محققان رهیافت توسعه جایگزین یا تعدیل که بر روی "اشکال توسعه" گردشگری با جرح و تعدیل و دیدگاه‌های قبلی متمرکز بودند (جعفری، ۲۰۱۶: ۳۵) اما در نهایت در رهیافت چهارم، نظریه پردازان با دیدگاه دانش‌مدار در توسعه گردشگری بر "تفکر جامع و کل‌نگر گردشگری به عنوان یک سیستم" تأکید نمودند و بحث زیرساخت‌های گردشگری نیز از دیدگاه اصول پایداری مطرح شده است (شن^۲، ۲۰۰۸: ۵۱) جدول ۱ چهار الگوی توسعه

1. Naci Polat
2. Shen

اصلی و مؤلفه‌های آن از زمان پایان جنگ جهانی، مرتبط با بررسی توسعه گردشگری را نشان می‌دهد:

جدول ۱. سیر تحول نظریه‌های مربوط به توسعه، توسعه روستایی و توسعه گردشگری روستایی

توالی زمانی	توسعه	رویکردهای نظری	مفاهیم / راهبردهای کلیدی	توسعه روستایی	توسعه گردشگری روستایی
دهه‌های ۱۹۵۰-۱۹۶۰	نوسازی	مراحل توسعه	جوامع از مراحل توسعه‌ای شبیه به کشورهای غربی عبور می‌کنند. گسترش انگیزه‌های رشد از نواحی توسعه‌یافته، قطب‌های رشد، اثر جریان سرمایه از بالا به پایین، مشارکت دولت، توسعه اقتصادی منطقه‌ای	جمعیت و مدل فنآوری (تکنو مرکزی)	دیدگاه طرفدارانه/حمایتی به‌طور کامل گردشگری را می‌کند (نگاهی سطحی و یک‌جانبه به پدیده گردشگری)
دهه‌های ۱۹۶۰-۱۹۷۰	تئوری وابستگی	استعمار نو	توسعه‌نیافتگی ناشی از استثمار به‌وسیله کشورهای توسعه یافته فقر تابعی از رشد اقتصاد جهانی است؛ غنی و فقیر بین کشورها و درون کشورها، نابرابری‌های منطقه‌ای	اقتصاد سیاسی تغییر اراضی	دیدگاه محتاطانه/ نظارتی با گردشگری مخالف است (تأکید بر تهاجم فرهنگی و ملاحظات امنیتی) به دلیل اشتغال فصلی و عدم تخصص، تخریب محیط‌زیست طبیعی و تفرقه در ساختار اجتماعی جامعه میزبان
دهه ۱۹۸۰	توسعه جایگزین	بازار آزاد	حمایت از اقتصاد کلان، بازار آزاد رقابتی، خصوصی‌سازی تمرکز بر نیروهای صادرات رقابتی بازار	توسعه کشاورزی	دیدگاه سازشکارانه، تلاش برای ارائه راهکار برای تعدیل تبعات منفی گردشگری به دنبال توسعه جایگزین برای گردشگری انبوه؛ در واکنش به افزایش نگرانی‌ها در مورد اثرات منفی گردشگری
دهه ۱۹۹۰	توسعه پایدار	نیازهای پایه	اولویت‌های غذا، مسکن، آب، بهداشت و آموزش	رویکرد معیشت	دیدگاه دانش‌محور دیدگاهی است که

گردشگری را به صورت سیستمی و در چهارچوب روابط علت و معلولی مطالعه و مدیریت می‌کند. (کل نگر)	پایدار (مردمی و انسان‌محور)	توسعه مردم محور، کنترل محلی	مردم	تاکنون
		تصمیم‌سازی‌ها، قدرت بخشی، سازمان‌های غیردولتی		
		زنان در توسعه، روابط جنسیتی، قدرت بخشی	جنسیت	
		مدیریت محیطی، تأمین نیازهای نسل حاضر بدون ضربه زدن به نیازهای آینده	توسعه پایدار	

منبع: (ناسی پولات، ۲۰۱۵: ۴۳۸؛ شن، ۲۰۰۹: ۵۲؛ حاجی پور، ۱۳۹۴: ۴-۲؛ جعفری، ۲۰۱۶: ۳۵)

ب: معرفی پیشران‌های موجود توسعه گردشگری روستایی؛ کارآفرینی و نوآوری (دیدگاه نظری اقتصاددانان تکاملی و نئوشومپترین‌ها): انگاشت کارآفرینی از دهه ۱۹۴۰ میلادی توسط شومپتر وارد نظریه‌ها و کاربست‌های توسعه‌ی اقتصادی شد (لی و همکاران، ۲۰۰۴: ۲۰). باورهای پیروان این ادعا را می‌توان در قالب دو دیدگاه نظری اصلی ردیابی کرد: ۱- دیدگاه اقتصاددانان تکاملی ۲- اقتصاددانان نئوشومپتری؛ که هر دو در تلاش برای رفع کاستی‌های نظریه‌ی اقتصادی نئوکلاسیک‌ها برآمده‌اند: تفاوت نگرش اقتصاددانان تکاملی با نئوکلاسیک‌ها در رابطه با نوآوری و فناوری این است که ایشان نوآوری را جعبه‌ی سیاه ندانسته و به‌طور دقیق به تشریح فرآیندهای تولید آن می‌پردازند و کارآفرینی را در گرو اقتصاد مبتنی بر دانش و تولید مبتنی بر پژوهش می‌دانند (آدریچ و فلدمن^۱، ۲۰۰۳: ۱). گروه دوم (رهیافت نئوشومپتری)، نوآوری و کارآفرینی را عنصر ضروری برای رقابت‌پذیری و توسعه منطقه‌ای به شمار می‌آورند. در این زمینه دو دیدگاه قابل شناسایی است: - در دیدگاه نخست که ایجاد نوآوری را اصلی فضایی و در گرو عوامل سختی مانند تجمع‌های فضایی فعالیت‌های کارآفرین و نوآور، ایجاد محیط‌های نوآورانه و شبکه‌ای شدن را؛ از نوع فضایی می‌داند که جغرافیای نوآوری فلدمن (فلدمن، ۲۰۰۰: ۱۹) از این دسته است. در دیدگاه نظری دیگر، رویکرد خوشه-ها را برای فعالیت‌های صنعتی صحیح می‌دانند؛ از جمله آشم و بوشما (بوشما^۲، ۲۰۰۴: ۱۰۰۵)

1. Lee et al
2. Audretsch & Feldman,
3. Boschma

که بیشتر بر نقش عوامل نرم مانند نوآوری از طریق هم‌جواری‌های غیر فضایی تأکید داشته و هم‌جواری فضایی را شرط لازم نمی‌داند. همچنین مقایسه تطبیقی سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی در کشورهای مختلف در گذشته را می‌توان در شش گروه به شرح زیر دسته‌بندی

کرد: ۱. ترویج کارآفرینی با هدف ارتقا نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی؛ ۲. آموزش کارآفرینی در سیستم آموزشی با هدف افزایش تأکید بر کارآفرینی در سیستم تحصیلی؛ ۳. بهبود محیط شرکت‌های نوپا، تسهیل ورود، بقاء و رشد شرکت‌ها، کمک به ورود، بقاء و رشد و خروج آسان به وسیله کاهش الزامات اداری و نظارتی؛ ۴. تأمین سرمایه اولیه و راه‌اندازی با هدف افزایش تأمین مالی کارآفرینان جدید و شرکت‌های نوپا؛ ۵. پشتیبانی از کسب و کار شرکت‌های نوپا، افزایش کمیت و کیفیت حمایت از کسب و کارها برای کارآفرینان در حال ظهور و جدید؛ ۶. استراتژی‌های توجیه به گروه هدف با افزایش نرخ راه‌اندازی کسب و کار بین گروه‌های جامعه کمتر مورد توجه جوانان و بانوان و یا برای افزایش تعداد کارآفرینان نوآور (لاند استرم و استیونسون^۱، ۲۰۰۵: ۴۲)؛ افزون بر این در حوزه‌های مطالعاتی مختلف و در ارتباط با موضوعات تخصصی توسعه کارآفرینی گردشگری سطوح تحلیل و شاخص‌های سنجش آن‌ها متناسب با هدف مطالعه ارائه شده است. (جدول ۲)

جدول ۲. توسعه و شاخص‌های کارآفرینی

محقق	سال	نگرش به توسعه کارآفرینی	شاخص‌های مؤثر در توسعه کارآفرینی
آلیسون ^۲	۱۹۹۰	زمنه‌ای، سازمانی و محیطی	ژنتیک، خانواده، آموزش، تجربیات، مکان جغرافیایی، مهارت و دانش کسب‌شده، ارتباط افراد کارآفرین، تجربه فعالیت در کارهای کوچک، شرایط اقتصادی، دسترسی به سرمایه‌های موجود، فرصت‌های دسترسی به مشاوره، دسترسی به خدمات حمایتی، مشتریان و افراد مورد نیاز
آلن و همکاران ^۳	۲۰۰۳	ساختارهای جامعه محلی و ملی	محیط اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، برنامه‌ها، سازمان‌های حمایت‌کننده، زیرساخت‌ها، صنعت و فناوری

1. Lundstrom and Stevenson
2. Alison
3. Allen et al.

آگاهی و آموزش	آموزش کارآفرینانه	۲۰۰۷	سازمان بهره‌وری آسیا ^۱
درک فرصت، کسب مهارت، نرسیدن از شکست، شبکه‌های ارتباطی، حمایت فرهنگی، فرصت‌یابی، زیرساخت فناوریانه، کیفیت منابع انسانی، رقابت‌پذیری، تولید جدید، رشد بالا، ریسک‌پذیری	ترکیب متغیرهای نهادی و فردی	۲۰۱۰	زالاتان و سزرب ^۲
آموزش، دسترسی به وام و سرمایه، تحقیق و توسعه، شبکه‌های کارآفرینی، محیط‌های اجتماعی	حمایت بخش عمومی	۲۰۰۹	دابسون ^۳
رهبری، مشتریان، دولت، سرمایه مالی، ویژگی فردی، هنجارهای اجتماعی، شبکه‌ها، نیروی کار، نهادهای آموزشی، نهادها، زیرساخت‌ها	فعالیتی اکوسیستمی	۲۰۱۱	آیزنبرگ ^۴
راهنمایی‌های بازار و فروش، حمایت فناوریانه و تحقیق، حمایت خدماتی، حمایت مالی و اعتباری، حمایت سازمانی	فعالیت سیستمی	۲۰۱۱	جیانزهونگ و اسمالبون ^۵
فرهنگ کارآفرینی، توانایی‌های کارآفرینانه، فناوریانه، تحقیق و توسعه، شرایط بازار، سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری	کارآفرینانه	۲۰۰۸	ناریما و اندرسون ^۶
محیط، ویژگی‌های شخصیتی، امکانات، مهارت، الگوی رفتاری، آموزش	ساختار_ کارکرد	۲۰۱۱	اگانیسجان ^۷

به‌طور کلی در متون مختلف به منظور مطالعه‌ی انگاشت کارآفرینی از رهیافت‌های مختلفی استفاده شده است: رهیافت اول - مجموعه پژوهش‌هایی که به تعریف کارآفرینی می‌پردازند. رهیافت دوم: - مجموعه مطالعاتی که به کارکردهای کارآفرینی و عملکردهای اقتصادی آن

1. Asian Productivity Organization,
1. Stevenson and Lundstorm
2. Zoltan and Szerb
3. Dabson
4. Isenberg
5. Jianzhong and Smallbone
6. Narima and Anderson
7. Oganisjan

توجه دارد؛ رهیافت کارکردگرایانه به مطالعه‌ی اثرات کارآفرینی بر خردمایه توسعه منطقه‌ای می‌پردازد (ندایی طوسی، ۱۳۹۳: ۱۰۲). در مورد این رهیافت که تأکید بر پیامدهای کارآفرینی گردشگری دارد؛ توسط نویسندگانی همچون مدل چرخه حیات گردشگری باتلر (ولا و بشریل^۱، ۱۳۸۴)، مدل تکامل فضایی بورتون (هال کالین و جنکینز^۲، ۱۳۷۷)، الماس کارآفرینی (فادیو و هالما^۳، ۲۰۰۱) و نظریه آشوب (راشل و فالکر^۴، ۲۰۰۴) صورت گرفته است و ابعاد مختلف توسعه کارآفرینی گردشگری و پیامدهای آن را تبیین کرده‌اند. رهیافت سوم - مجموعه مطالعاتی که با فرض اثرگذاری کارآفرینی گردشگری بر رقابت‌پذیری و توسعه منطقه‌ای، به بررسی عوامل اثرگذار بر توسعه کارآفرینی گردشگری به منظور درک علت تفاوت‌های کارآفرینی در منطقه‌های مختلف و در نتیجه پیشنهاد راهکارهای سیاست‌گذاری می‌پردازد (ندایی طوسی، ۱۳۹۳: ۱۰۲)؛ (نیلسن و همکاران^۵، ۲۰۱۰) و موارد فوق؛ در گذشته رهیافت و چالش‌های اساسی در مطالعات این حوزه بوده است.

استنتاج چارچوب مفهومی توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی

ساختن یک مفهوم در گام اول عبارت است از تعیین ابعادی که آن را تشکیل می‌دهد و امر واقعی را منعکس می‌سازد. گام بعدی در ساخت مفهوم، تعریف شاخص‌هایی است که به کمک آن بتوان ابعاد مفهوم را اندازه‌گیری کرد. (کیوی و کامپنهود، ۱۳۹۱: ۱۱۹) به منظور مفهوم‌سازی در زمینه نظام خط‌مشی‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در مرحله نظری به شیوه قیاسی مدل مفهومی و چارچوب تئوریک بر اساس مرور تئوری‌هایی که در مبنای نظری به آن‌ها اشاره شد، با سه بعد اصلی به شرح آتی ساخته شده است.

مفهوم توسعه کارآفرینی گردشگری در مدل‌هایی همچون؛ مدل چرخه حیات گردشگری باتلر، مدل تکامل فضایی بورتون، مدل الماس کارآفرینی و نظریه آشوب اشاره شده اما چارچوب مشخصی از ابعاد و شاخص‌های تأثیرگذار توسعه کارآفرینی گردشگری ارائه نداده‌اند و دلیل

1. Vala and Bicheril,
2. Hal Kalin & Jenkinz,
3. Fadeeva, & Halme
4. Russell and Faulker
5. Nielsen et al.

آن تبعیت مدل‌های فوق از عوامل کشتی مؤثر بر تقاضای گردشگری (رضوانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۷۶) و بازار گرایی بوده که کمتر توسعه فرایندی کارآفرینی را مدنظر داشته‌اند؛ از این رو هر کدام از مدل‌ها پیامدهای خاص خود را در پی خواهد داشت. برای نمونه؛ جعفر و همکاران (۲۰۱۵) پایداری سطح عملکردی فعالیت گردشگری در طول سال با وجود رکود فصلی تعداد گردشگران و سود حاشیه‌ای، رفع چالش‌های فقدان دانش و مهارت‌های خاص در زمینه گردشگری را مستلزم حمایت مالی یا آموزشی و مشوق‌های کمی برای مشارکت جامعه محلی؛ توسط دولت و سازمان‌های ذی‌ربط را بسیار مؤثر می‌دانند (جعفر و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۷) که دیدگاه یکپارچه و فرایندی در آن مطرح نیست.

بنا بر نکته کلیدی ذکر شده فوق؛ اگر کارآفرینی را یک فرآیند بدانیم؛ اکثر مدل‌های مطرح شده در زمینه کارآفرینی، صرفاً مدل‌هایی هستند که چندین عامل از هم گسیخته؛ بدون در نظر داشتن روابط و پیوند آن‌ها؛ در کنار هم قرار داده تا نوعی از کارآفرینی شکل گیرد. البته باید ذکر کرد که مدل‌های کارآفرینی گردشگری تا حدودی شکل متفاوتی از مدل‌های صرفاً کارآفرینی داشته است. بدین جهت که در این مدل‌ها، گردشگری و فرآیند توسعه آن را بر اساس مدل‌هایی مانند چرخه حیات باتلر، مدل تکامل فضایی بورتون، مدل الماس کارآفرینی، نظریه کسب و کارهای خانگی پایدار (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۸) و نظریه آشوب بیان شده است و تنها به نقش و جایگاه کارآفرینی در این فرآیند اشاره شده است که دلیل آن ناشی از تبعیت مدل‌ها از فلسفه تولید گرایی و بازار گرایی بوده است؛ به عبارتی دیگر کارآفرینی‌های شکل گرفته بر اساس فشار فناورانه و جذب نیازهای بازار بوده و نگاه فرایندی در آن‌ها بسیار ضعیف عمل می‌کند که بازتاب و پیامدهای خاص خود را در پی خواهد داشت. شاید دلیل چنین نگاهی به کارآفرینی در مدل‌های طراحی شده، به جهت منفعت‌گرایی اقتصادی محض از طریق ترکیب عوامل تولید باشد؛ بنابراین می‌توان به سه گام اساسی در تبیین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی اشاره کرد:

گام اول توجه به عوامل محیطی- انسانی بسترساز و زمینه‌ساز که نقش عناصر پایه در مدل را داشته و متشکل از دو بعد شرایط محیطی (بعد زمینه‌ای) و ویژگی‌های فردی و جمعی کارآفرینانه انسانی (بعد رفتاری کارآفرین) است (استیونسون و لانداسترم^۱، ۲۰۰۵: ۱۶؛ آیزنبرگ، ۲۰۱۱: ۸۳). البته در زمینه شرایط محیطی نیز به مواردی از قبیل وجود فرهنگ کارآفرینی، تشویق و ترغیب، شرایط بازار، وجود پتانسیل‌های گردشگری، مشارکت افراد محلی تمرکز دارد. در ویژگی‌های کارآفرینانه نیز به علایق فردی و اجتماعی کارآفرین به انجام فعالیت‌های کارآفرینانه در زمینه گردشگری روستایی، درک کارآفرینانه از گردشگری روستایی و مواردی از این قبیل توجه می‌گردد.

گام دوم توجه به ساختار قانونی و نهادی (ضیایی، ۱۳۹۶: ۳۱) است؛ در این گام توجه اساسی آن دسته از سیاست‌ها و رویه‌هایی است که تسهیل‌کننده و مشوق کارآفرینی در مناطق با پتانسیل و ظرفیت گردشگری روستایی است و دربرگیرنده تبعیت از قوانین، سیاست‌ها و حمایت‌های دولتی است. (زوالاتان و سزرب، ۲۰۱۰: ۳۹۲)؛ (آیزنبرگ، ۲۰۱۱: ۸۸)، (ضیایی و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۲)

گام سوم برآیند فعالیت کارآفرینانه گردشگری روستایی است که نشان‌دهنده کسب و کارها، استارت آپ و خدمات شکل گرفته ناشی از کارآفرینی است. در این مرحله پیامد توسعه کارآفرینی گردشگری در محصولات و خدمات؛ نمود عینی پیدا می‌کند (احمد و هافمن^۲، ۲۰۰۷: ۱۸)؛ (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۳، ۲۰۰۹: ۲۱)، (اتحادیه کمیسیون اقتصادی اروپا^۴، ۲۰۰۸: ۲۱۹) و در چهار شکل می‌توان بازتاب، اثرات و پیامدهای آن را مورد توجه قرار داد:

1. Stevenson & Lundstorm
2. Ahmad & Hoffman
3. OECD
4. UNECE

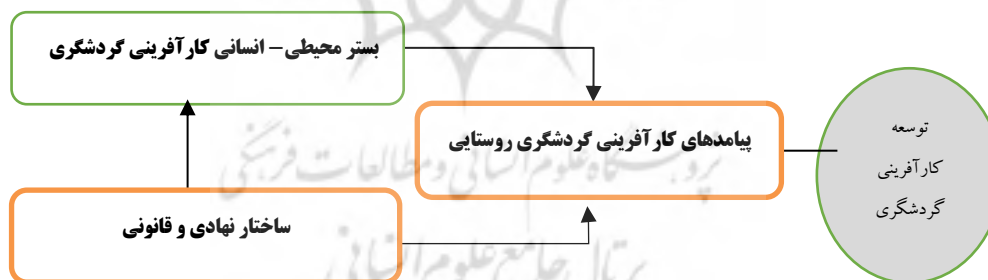
الف) نوآوری‌ها و خلاقیت‌های شکل گرفته در زمینه گردشگری روستایی (شومپتر^۱، ۱۹۳۴: ۱۳۸)

ب) فرصت شکل گرفته، رشد و توسعه صورت گرفته از طریق گردشگری در سطح محلی و منطقه‌ای که اشاره به تغییرات نسبت به گذشته دارد (ورهیول و همکاران^۲، ۲۰۰۱: ۴۰؛ جمشیدی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۳۵).

ج) سازگاری محیط زیستی کسب و کارهای شکل گرفته که می‌توان از طریق شاخص‌هایی مانند مصرف انرژی پایین، کاهش حجم مواد خام مصرفی، استفاده از مواد تجدید پذیر، قابلیت برگشت پذیری تولیدات، حفاظت و رعایت اخلاق محیط زیستی، مدیریت پسماندها، استفاده از فناوری‌های سبز و زیرساخت‌های سازگار با محیط زیست هر سه مرحله را مورد ارزیابی قرار داد. (بورر و ویستنگن^۳؛ ۲۰۰۹: ۴۹۹۹؛ سکرکا^۴، ۲۰۱۱: ۱۱۶؛ هاشمی و حبیبی، ۱۳۹۵: ۶۵؛ ضیایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۳)

د) ارزش آفرینی اقتصادی و اجتماعی در زمینه گردشگری روستایی (امینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۹)

بنابراین با توجه به نظریات مطرح شده و تحقیقات صورت گرفته در گذشته؛ مدل مفهومی پیش رو به عنوان مدل تبیینی اولیه پژوهش ارائه می‌گردد (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی اولیه عوامل مؤثر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی

1. Schumpeter
2. Verheul et al.
3. Burer and Wustenhagen
4. Sekerka

در ادامه؛ بر اساس مجموعه مباحث نظری، تحلیل‌های تفسیری به‌عمل‌آمده از توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی و تبیین ابعاد کلان سه‌گانه مدل مفهومی اولیه تحقیق، مؤلفه‌ها و شاخص‌های نهایی مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی تدوین و ارائه شده است (جدول ۳)

جدول ۳. مؤلفه‌ها و شاخص‌های بسترها و زمینه‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی

متغیر اصلی	مؤلفه‌ها	شاخص‌ها
بستر محیطی - انسانی کارآفرینی گردشگری روستایی	زیرساخت‌ها و فناوری سازگار با کارآفرینی گردشگری روستایی	وجود تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و پایدار، فناوری‌های ساخت‌وسازهای سازگار با محیط‌زیست
	ظرفیت‌های محیطی و بستر اکولوژیکی کارآفرینی گردشگری روستایی	تنوع جغرافیایی - زیستی، اثربخشی و بسندگی اکولوژیکی حجم تقاضای گردشگری، رقابت‌پذیری در گردشگری، نزدیکی به بازار مصرف
	بستر اقتصادی کارآفرینی گردشگری	دسترسی به اعتبارات بانکی، سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز،
	بستر اجتماعی تقویت‌کننده کارآفرینی گردشگری	رواج فرهنگ کارآفرینی، رضایت جامعه‌ی محلی، وضعیت شبکه‌های اجتماعی
	برخورداری از قابلیت کارآفرینانه در گردشگری	برخورداری از دانش تخصصی کارآفرینی گردشگری، برخورداری از تجربه
	درک کارآفرینانه از گردشگری	قصد و انگیزه کارآفرینی گردشگری، مشارکت مردم و نهادها
	ویژگی‌های رفتاری- اجتماعی کارآفرینان گردشگری	توفیق‌طلبی، هوشیاری و خلاقیت کارآفرینانه، احساس تعلق، ریسک‌پذیری، استقلال‌طلبی و تحمل ابهام، تشخیص فرصت‌ها
	سیاست‌های حمایتی مالی دولت	حمایت مالی از کارآفرینی گردشگری روستایی
ساختار نهادی و قانونی	سیاست حمایت بیمه‌ای و مالیاتی	اعمال معافیت و تخفیف مالیات و بیمه
	آموزش و ترویج کارآفرینی گردشگری	آموزش مهارت کارآفرینی گردشگری روستایی
	ترتیبات قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری روستایی	بسترهای قانونی، خوانایی قوانین کارآفرینی گردشگری روستایی
	خدمات پشتیبان فنی	مشاوره کارآفرینی گردشگری روستایی،
	نظارت حین اجرا	سیستم نظارت مردمی، محلی و بالادستی

ارزش آفرینی اقتصادی و اجتماعی	افزایش تناسب، کارایی، سودمندی و اثربخشی اقتصادی - اجتماعی و کارآفرینی گردشگری، افزایش قابلیت کارآفرینانه در گردشگری، افزایش درک کارآفرینانه از گردشگری
نوآوری و خلاقیت	ارائه کالا یا محصول نوآورانه و پایدار، ارائه روش و خدمات جدید و پایدار، یافتن منابع و گشایش بازارهای جدید و پایدار، ایجاد تشکیلات و زیرساخت‌های جدید و پایدار
فرصت‌های ناشی از بازار کارآفرینی گردشگری، رشد و توسعه	ارتقای سطح زندگی، افزایش فرصت‌های ناشی از بازار کارآفرینی گردشگری، افزایش ظرفیت‌های محیطی منطبق با کارآفرینی گردشگری، افزایش بهره‌وری
سازگاری محیط زیستی	افزایش تناسب، کارایی، سودمندی و اثربخشی اکولوژیکی. کاهش آلودگی، آگاهی محیط زیستی، حفظ تنوع زیستی، بهداشت محیط، حفظ میراث طبیعی و جاذبه‌ها

پیامدهای
کارآفرینی
گردشگری
روستایی

روش‌شناسی پژوهش

هدف اصلی این پژوهش، تبیین و نگاشت عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی و سپس آزمون ارزیابی مناسب بودن عناصر روابط این مدل مفهومی است. این پژوهش از نوع توصیفی-اکتشافی است. رویکرد پژوهش بر مطالعات تطبیقی متعدد در حوزه کارآفرینی گردشگری استوار است که بر اساس آن‌ها مدل مفهومی جدیدی در زمینه خط‌مشی‌گذاری توسعه کارآفرینی تدوین شده است. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه ۸۲ سؤالی با مقیاس ۵ گزینه‌ای لیکرت و همچنین پرسشنامه مقایسه زوجی ابعاد اصلی مدل پیشنهادی است. جامعه آماری ۱۷۴ نفر از کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در حوزه کارآفرینی گردشگری روستایی کشور با روش نمونه‌گیری غیر احتمالی هدفمند بوده؛ از آنجایی که هدف پژوهش حاضر؛ تمرکز بر روی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی است، لذا نمونه‌ها باید افرادی باشند که به نوعی در حوزه گردشگری در روستاهای مورد مطالعه فعالیت اقتصادی را انجام داده و یا از نزدیک با شرایط شکل‌دهنده و موانع ایجاد کارآفرینی درگیر و مرتبط باشند. با توجه به نامشخص بودن حجم جامعه از فرمول $N = Z^2 pq/S^2 e$ استفاده شد که در سطح اطمینان ۹۵٪ مقدار Z برابر با ۱/۹۶ است. P و q برابر با ۰/۵ و میزان خطا بر اساس

تحقیقات دیگر معادل ۰/۱۰ است. با توجه به فرمول بالا حجم نمونه ۱۴۶ نفر محاسبه گردید (سالنامه آماری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری؛ ۱۳۹۶: ۱۱۴). به منظور افزایش دقت ۱۹۰ پرسشنامه با روش هدفمند غیر احتمالی توزیع شد و در نهایت ۱۷۴ پرسشنامه جمع آوری شده؛ تحلیل گردید. همچنین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای "پی ال اس"، "اس پی اس اس" و "اکسپرت چویس" استفاده شد که نتایج ویژگی‌های فنی ابزار اندازه‌گیری شامل پایایی، روایی و اگر بررسی و در مرحله بعد از شاخص میانگین، تحلیل مسیر و تکنیک تحلیل سلسله مراتبی استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

ارزیابی کلی سؤال‌های پرسشنامه از طریق نرم‌افزار PLS استخراج و برای ارزیابی پایایی از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده و برای تعیین روایی از روش روایی تشخیصی به روش تعیین شاخص میانگین واریانس استخراج شده (AVE) استفاده شده است (هال لند، ۱۹۹۹: ۱۹۸). با استفاده از این ضریب، سؤال‌های دارای بار عاملی کمتر از ۰/۵ حذف می‌شود تا مقدار شاخص میانگین واریانس استخراج شده بالای ۰/۵ برسد. لازم به ذکر است که همه سؤالات دارای بار عاملی بزرگ‌تر از ۰/۵ بودند و هیچ کدام در این مرحله حذف نشدند (جدول ۴).

جدول ۴. ارزیابی کلی اعتبار مدل تبیینی اولیه

شاخص	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	میانگین واریانس استخراج شده
معیار پذیرش	Alpha > 0/7	CR > 0/7	AVE > 0/5
بستر محیطی - انسانی کارآفرینی گردشگری روستایی	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۷۳
ساختار نهادی و قانونی	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۷۹
پیامدهای کارآفرینی گردشگری روستایی	۰/۸۸	۰/۹۱	۰/۸۹

در ادامه جهت سنجش روایی و اگر از شاخص AVE (میانگین واریانس استخراج شده) استفاده شده است. بر این اساس، AVE باید از واریانس بین آن سازه یا متغیر مکنون با سایر

سازه‌ها یا متغیرهای مکنون بزرگ‌تر باشد. به بیان دیگر، جذر AVE باید از قدر مطلق همبستگی بین آن متغیر مکنون و سایر متغیرهای مکنون آن مدل بزرگ‌تر باشد (هال لند، ۱۹۹۹: ۱۹۶). در جدول زیر اعداد روی قطر اصلی جذر AVE یا میانگین واریانس استخراج شده می‌باشند و سایر اعداد قدر مطلق ضرایب همبستگی می‌باشند (جدول ۵).

جدول ۵. مقایسه ضرایب همبستگی و جذر میانگین واریانس استخراج شده

متغیرهای اصلی پژوهش	بستر محیطی - انسانی	ساختار نهادی و قانونی	پیامدهای کارآفرینی گردشگری روستایی
بستر محیطی - انسانی	۰/۸۵		
ساختار نهادی و قانونی	۰/۷۲	۰/۸۸	
پیامدهای کارآفرینی گردشگری روستایی	۰/۷۵	۰/۷۴	۰/۹۵

همچنین جهت تعیین میانگین متغیرهای مدل پژوهش با هدف تلخیص و توصیف متغیرهای مدل؛ همان‌طور که نتایج این جدول نشان می‌دهد، میانگین همه عناصر مدل بزرگ‌تر از ۴ است. به بیان دیگر از جنبه توصیفی، ابعاد مدل مفهومی از دید خبرگان مناسب بوده‌اند؛ زیرا همه آن‌ها حداقل دارای میانگین ۴ از ۵ است (جدول ۶).

جدول ۶. میانگین متغیرهای مدل مفهومی پژوهش

میانگین	بعد	مفهوم
۴/۰۹	زیرساخت‌ها و فناوری سازگار با کارآفرینی گردشگری روستایی	بستر محیطی - انسانی کارآفرینی گردشگری روستایی
۴/۱۸	ظرفیت‌های محیطی و بستر اکولوژیکی کارآفرینی گردشگری روستایی	
۴/۳۱	بستر اقتصادی کارآفرینی گردشگری	
۴/۰۶	بستر اجتماعی تقویت‌کننده کارآفرینی گردشگری	
۴/۳۱	برخوردار از قابلیت کارآفرینانه در گردشگری	
۴/۲۸	درک کارآفرینانه از گردشگری	
۴/۵۲	ویژگی‌های رفتاری - اجتماعی کارآفرینان گردشگری	
۴/۲۹	سیاست‌های حمایتی مالی دولت	ساختار نهادی و قانونی
۴/۴۱	سیاست حمایت بیمه‌ای و مالیاتی	

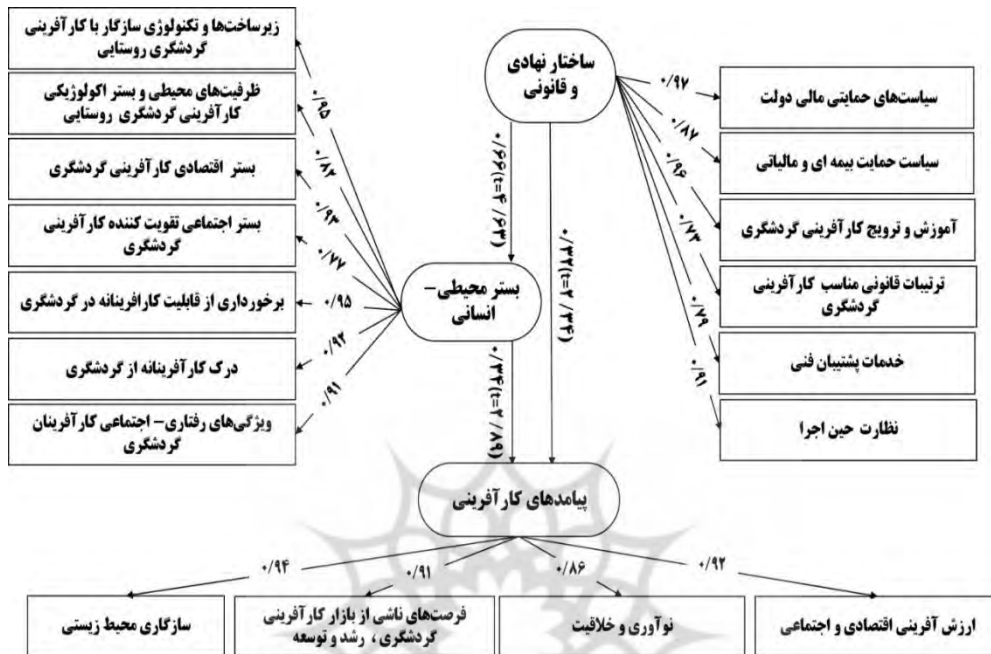
۴/۲۲	آموزش و ترویج کارآفرینی گردشگری	
۴/۳۲	ترتیبات قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری	
۴/۱۵	خدمات پشتیبان فنی	
۴/۰۰	نظارت حین اجرا	
۴/۱۶	ارزش آفرینی اقتصادی و اجتماعی	پیامدهای کارآفرینی گردشگری روستایی
۴/۰۷	نوآوری و خلاقیت	
۴/۲۲	فرصت‌های ناشی از بازار کارآفرینی گردشگری، رشد و توسعه	
۴/۵۱	سازگاری محیط زیستی	

در ادامه تحقیق؛ جهت ارزیابی مدل پژوهش از طریق تحلیل مسیر اقدام شده است که به منظور ارزیابی کلی مناسب بودن مدل مفهومی در نرم‌افزار "پی ال اس" از جذر حاصل ضرب دو شاخص میانگین شاخص تجمعی و میانگین توان دوم ضرایب همبستگی بین سازه‌ها (در واقع میانگین هندسی این دو شاخص) که بیانگر نیکویی برازش (GoF) است؛ استفاده شده است. اگر این مقدار بزرگ‌تر از ۰/۳۶ شود می‌توان گفت مدل به صورت کلی معنادار است (آماتو و همکاران^۱، ۲۰۰۴) که در مدل پژوهش مقدار نیکویی برازش برابر با ۰/۷۹ محاسبه شد؛ بنابراین می‌توان گفت کل مدل دارای برازش مناسب است.

همچنین همه مسیرها در سطح اطمینان ۹۵٪ معنادار شده‌اند ($t > 1/96$) و می‌توان گفت؛ روابط مدل معنادار و قابل قبول می‌باشند. در مجموع بر اساس نتایج تحلیل مسیر در سطح ۹۵٪ می‌توان گفت:

- توجه به ویژگی‌های خاص بستر محیطی، مهارت و ویژگی‌های نیروی انسانی روستایی منجر به نتایج کارآفرینی مثبت می‌شود.
- ساختار نهادی و قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری روستایی در جامعه منجر به نتایج کارآفرینی مثبت می‌شود.
- توجه به ویژگی‌های خاص بستر محیطی، مهارت و ویژگی‌های نیروی انسانی روستایی از طریق ساختار نهادی و قانونی مناسب در جهت سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی؛ منجر به نتایج کارآفرینانه می‌شود.

شکل زیر مدل تحلیل مسیر پژوهش را نشان می‌دهد. اعداد روی مدل ضرایب استاندارد مسیرها و اعداد داخل پرانتز مقادیر t را نشان می‌دهد (شکل ۲).



شکل ۲. مدل تحلیل مسیر متغیرهای پژوهش

نهایتاً جهت تعیین اهمیت و اثرگذاری ابعاد سه گانه تحقیق، وزن دهی به ابعاد مدل مفهومی بر اساس تکنیک تحلیل سلسله مراتبی انجام شده است. از این رو به منظور وزن دهی به ابعاد پژوهش از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی و پرسشنامه مقایسه زوجی و وزن دهی به ابعاد استفاده شد (هال لند، ۱۹۹۹ : ۱۹۸؛ کندی، ۲۰۰۴ : ۵۰۹). بدین منظور در پرسشنامه مقایسه زوجی از پاسخگویان خواسته شد که با توجه به توضیحات ارائه شده، ابعاد را به صورت زوجی مقایسه کنند. نتیجه اجرای این تکنیک در جدول ۷ بیان شده است (جدول ۷).

جدول ۷. وزن گذاری ابعاد مدل مفهومی پژوهش با تکنیک AHP

وزن	بعد	مفهوم	وزن	بعد	مفهوم
۰/۱۷	سیاست‌های حمایتی مالی دولت	ساختار نهادی و قانونی (۰/۳۵)	۰/۱۶	زیرساخت‌ها و فناوری سازگار	بستر محیطی - انسانی کارآفرینی گردشگری روستایی (۰/۴۰)
۰/۱۳	سیاست حمایت بیمه‌ای و مالیاتی		۰/۱۹	ظرفیت‌های محیطی و بستر اکولوژیکی	
۰/۲۴	آموزش و ترویج کارآفرینی گردشگری		۰/۱۱	بستر اقتصادی کارآفرینی گردشگری	
۰/۱۹	ترتیبات قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری		۰/۱۰	بستر اجتماعی تقویت‌کننده کارآفرینی گردشگری	
۰/۱۵	خدمات پشتیبان فنی		۰/۱۵	برخوردار از قابلیت کارآفرینانه در گردشگری	
۰/۱۲	نظارت حین اجرا	پیامدهای کارآفرینی گردشگری روستایی (۰/۲۵)	۰/۱۱	درک کارآفرینانه از گردشگری	ویژگی‌های رفتاری - اجتماعی کارآفرینان گردشگری
۰/۱۷	ارزش‌آفرینی اقتصادی و اجتماعی		۰/۱۸		
۰/۲۱	نوآوری و خلاقیت				
۰/۳۸	فرصت‌های ناشی از بازار کارآفرینی گردشگری، رشد و توسعه				
۰/۲۴	سازگاری محیط زیستی				

همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، از دید پاسخگویان، توجه به ویژگی‌های خاص بستر محیطی، مهارت و ویژگی‌های نیروی انسانی روستایی در بین سه بعد کلان دارای بیشترین وزن است که شاخص‌های ظرفیت محیطی و بستر اکولوژیکی، ویژگی‌های رفتاری - اجتماعی کارآفرینان گردشگری بیشترین اهمیت را در این معیار دارند. در بعد کلان ساختار نهادی و قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری روستایی؛ شاخص‌های آموزش و ترویج کارآفرینی گردشگری، ترتیبات قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری، سیاست‌های حمایتی مالی دولت به ترتیب دارای وزن اول تا سوم در این معیار هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر به دنبال شناخت و تبیین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی بود. مناطق روستایی که ماهیت و روش‌های توسعه کارآفرینی گردشگری آن متفاوت از حوزه‌های شهری و یا حوزه‌های دیگر اقتصاد است و از این منظر پیشران‌های اثرگذار آن نیز؛ متفاوت و منتج از عناصر خاص این مناطق است. در سال‌های اخیر کارآفرینی در حوزه گردشگری به‌ویژه در روستاهای هدف مورد توجه بوده و در زمره اولویت‌های اجرایی بوده است؛ منتها به‌صورت فعالیت‌ها و اقدامات پراکنده و با یک گسیختگی همراه بوده است. از این رو؛ پژوهش حاضر با هدف بررسی و تبیین عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی انجام شد؛ در این پژوهش در مرحله گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد و آمار توصیفی عناصر پژوهش نشان داد که همه عناصر مدل دارای میانگین بزرگ‌تر از ۴ و از دیدگاه خبرگان مناسب هستند. نتایج تحلیل مسیر در سطح اطمینان ۹۵٪ نشان داد که مدل به‌صورت کلی معنادار و نیز همه مسیرهای اصلی (فرضیات پژوهش) پذیرفته شدند. همچنین وزن دهی به ابعاد پژوهش با استفاده از تکنیک تحلیل سلسله مراتبی نشان می‌دهد که از نظر پاسخگویان، بعد بستر محیطی- انسانی کارآفرینی گردشگری روستایی در بین سه مفهوم چارچوب مفهومی تحقیق، دارای بیشترین وزن است و نشانگر اهمیت بیشتر این بعد در جهت توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی است. همچنین، نتایج این پژوهش دارای همگرایی با چند پژوهش پیشین است؛ همان‌طور که بررسی بانک جهانی^۱ (۲۰۱۲) و مجمع جهانی اقتصاد^۲ (۲۰۱۲) نشان داد؛ سهولت محیط کسب و کار بر توسعه کارآفرینی تأثیر مستقیم دارد و نتایج این پژوهش نیز این موضوع را تأیید می‌کند. نتایج تحقیق سجاسی قیداری (۱۳۹۱) نیز؛ نشانگر اهمیت ویژگی‌های کارآفرینانه یا بستر و مهارت نیروی انسانی است که با نتیجه تحقیق حاضر همگرایی دارد. تفاوت این پژوهش با مطالعات قبلی در این است که مدل پیشنهادی این پژوهش در قالب یک الگو درصدد بررسی و تبیین تأثیرگذاری ابعاد سه‌گانه کلان: بستر محیطی- انسانی کارآفرینی گردشگری روستایی، ساختار نهادی و قانونی و پیامدهای

1. World Bank

2. World Economic Forum

کارآفرینی گردشگری روستایی به صورت یکپارچه و هم‌زمان توجه دارد؛ بنابراین؛ با توجه نتایج پژوهش حاضر مبنی بر میزان تأثیر عوامل سه‌گانه در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی بهتر است که موارد زیر در راستای توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی مورد توجه قرار گیرد:

- توجه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور به بستر و ویژگی‌های خاص محدوده مورد مطالعه و متفاوت بودن ضریب اهمیت اثرگذاری پیشران‌ها در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی کشور

- استفاده از مدل مفهومی و الگوی نهایی پژوهش حاضر در راستای سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی روستایی کشور

- تقویت تثبیت جایگاه وزارتخانه متبوع، در حد سیاست‌گذاری و طراحی سازوکار اجرای قوانین و عدم دخالت مستقیم در اجرای برنامه‌ها و امور

- طراحی سازوکار سهولت و افزایش دسترسی جوامع محلی روستایی کشور به منابع مالی و فناوری و نوآوری‌ها در جهت خلق ایده‌های نو و تشکیل استارت آپ‌ها.

- ضرورت آموزش و تغییر نگرش مدیران ارشد سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی جهت بالا بردن مهارت تخصصی کارکنان در زمینه جریان سازی و تسهیلگری کارآفرینی گردشگری روستایی.

منابع

- امینی. محمدتقی؛ پرهیزگار. محمد مهدی؛ رضوانی. مهران و فرجام. سعید. (۱۳۹۴). طراحی مدل مفهومی کارآفرینی ارزش آفرین (موج چهارم). فصلنامه علمی - پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، (۱)۵، ۱۹-۳۰.
- باباخانزاده، ادریس و لطفی، صدیقه. (۱۳۹۱). ارزیابی اثرات گردشگری بر روستای قوری قلعه، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۷(۲۰)،
- رضوانی، محمدرضا و میرتقیان رودسری، سید محمد. (۱۳۹۷). بررسی انگیزه‌های گردشگری بازدیدکنندگان پارک‌های جنگلی. مجله نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی، ۱۱(۱)، ۲۸۲-۲۶۴.
- سالنامه آماری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری؛ ۱۳۹۶، قابل دسترسی در سایت اینترنتی وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی.
- سجاسی قیداری، حمداله. (۱۳۹۱). ارائه الگوی توسعه کارآفرینی اکو توریسم در مناطق روستایی مطالعه موردی: روستاهای دره‌ای اکو توریستی استان تهران. رساله دکترای در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی؛ دانشگاه تربیت مدرس، تهران.
- سجاسی قیداری، حمدالله؛ افتخاری، رکن‌الدین و مهدوی، داوود. (۱۳۹۵). توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری. انتشارات سمت. تهران.
- شاهسوند اینانلو، سعید. (۱۳۹۶). تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری در بازساخت اقتصاد روستایی. مطالعه موردی: سکونتگاه‌های روستایی شهرستان آوج. پایان‌نامه جهت دریافت مدرک کارشناسی ارشد در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گرایش اقتصاد فضا. دانشگاه زنجان.
- ضیایی، محمود؛ امین بیدختی، علی‌اکبر و قربانی، فاطمه. (۱۳۹۳). ارزیابی ظرفیت جامعه محلی برای توسعه پایدار گردشگری. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۲۴)، ۵۹-۸۸.
- ضیایی، محمود؛ عباسی کارجگان، داود؛ کاظمیان، غلامرضا و کروی، مهدی. (۱۳۹۶). طراحی و تدوین الگوی سه‌بعدی مدیریت گردشگری شهر تهران، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۲(۳۷)، ۱-۲۴.

ضیایی، محمود و عباسی، دیاکو. (۱۳۹۷). چالش‌ها و رویکردهای توسعه‌ی گردشگری پایدار: از نظریه تا عمل. فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۷(۲۴)، ۳۷-۸.

ضیایی، محمود؛ قادری، اسماعیل و سلطانی، المیرا. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر تمایل به رفتارهای کم‌کربن در گردشگران. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۱(۳۵)، صفحه ۴۰-۱۹.

ضیایی، محمود؛ محمودزاده، سید مجتبی و شاهی، طاهره. (۱۳۹۶). اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر پیاده‌سازی مدیریت زنجیره تأمین سبز در صنعت گردشگری. نشریه جغرافیا و توسعه، ۱۵(۴۶)، ۳۴-۱۹.

کریمی، اسماعیل. (۱۳۹۵). نقش گردشگری در تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی مناطق روستایی. مطالعه موردی: محور ولیدر - شیت - چورزق (شهرستان طارم). پایان‌نامه جهت اخذ کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی گردشگری منطقه‌ای. دانشگاه زنجان.

کیوی، ریمون و کامپنهود، لوک وان. (۱۳۹۱). روش تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه عبدالحسین نیک‌گهر. تهران: نشر توتیا. چاپ سوم

لی، جان. (۱۳۸۳) گردشگری و توسعه در جهان سوم، ترجمه عبدالرضا رکن‌الدین افشاری، معصومه سادات صالحی امین، چاپ اول، شرکت چاپ و نشر بازرگان.

ندایی طوسی، سحر. (۱۳۹۳). چارچوب توسعه فضایی به منظور برقراری رقابت‌پذیری مکانی در سطوح بین منطقه‌ای تا کلان‌شهری. رساله دکترای برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای. دانشگاه شهید بهشتی، تهران.

هاشمی، سید سعید و حبیبی، مرضیه. (۱۳۹۵). پهنه‌بندی توان اکو توریسمی منطقه صادق‌آباد بافق، استان یزد. فصلنامه علمی-پژوهشی گردشگری و توسعه، ۵(۲)، ۸۵-۶۵.

Ahmad, N., & Hoffman, H. (2007). *A Framework Addressing and Measuring Entrepreneurship*. Paris: OECD Entrepreneurship Indicators Steering Group.

Amato, S., Esposito Vinzi, V., & Tenenhaus, M., (2004). *A global goodness-of-fit index for PLS structural equation modeling*. Oral Communication to PLS Club, HEC School of Management, France.

Audretsch, D. & Feldman, M. (2003). *Knowledge Spillovers and the Geography of Innovation*. Handbook of Urban and Regional Economics.

- Boschma, R. (2004). Competitiveness of Regions from an Evolutionary Perspective. *Regional Studies*, 38(9), 0110-0104.
- Burer, M., & Ustenhagen, R. (2009). Which renewable energy policy is a venture capitalist's best friend?. Empirical evidence from a survey of international cleantech investors. *Journal of Energy Policy*.
- Fadeeva, Z., & Halme, M., (2001). *EMPOST-NET: the emerging paradigm of sustainable tourism: a network perspective*, Lund, Sweden: International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University.
- Faludi, A. (2004). Spatial planning traditions in Europe: Their role in the ESPD process. *International Planning Studies*, 9(2), 155-172.
- Feldman, M. (2000). *Location and Innovation: The New Economic Geography of Innovation*. Spillovers and Agglomeration. In G. L. the oxford handbook of
- Frear, dean (2008) "The Effect of Change on Management Planning: Applying Chaos Theory", *international journal of business and social science*, 2(14), 57-60.
- Fuller, D., Buultjens, J., & Cummings, E. (2005). Ecotourism and indigenous micro-enterprise formation in northern Australia opportunities and constraints. *Tourism Management*, 26(6), 891-904.
- Gartner, W. (2003). the language of opportunity, *new movements in Entrepreneurship*. 24- 103.
- Hall, C. M., & Muller, D. K. (Eds.) (2004). *Tourism, mobility, and second homes: between elite landscape and common ground*, 15, Channel View Publications.
- Hashemi. S., & Habibi. M. (2016). Zonation of Ecotourism potentials, Case Study: Sadeqabad, Bafgh. *Journal of Tourism and Development*. 5(2), 65-85.
- Hisrich, R., Peters, M., & Dea, S. (2005). *Entrepreneurship*. Mc Grow Hill, New York. 136.
- Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204.
- Isenberg, D. (2011). *The entrepreneurship ecosystem Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four*

recent studies strategy as a new paradigm for economy policy: principals for cultivating entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem project. Bobson Collage.

Mastura, J., Rasoolimanesh, S. M., Tuan, A. & Ku, L. (2015). Tourism growth and entrepreneurship: Empirical analysis of development of rural highlands. *Tourism Management Perspectives*, 14, 17–24.

Jafari. J., & Xiao, H. (2016). *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge, 15- 246.

Kalin Hall, M. and Jenkinz, J. M. (1997). *Introduction to Tourism Industrial*. Translators: Abbas Ardakanian and Mohammadreza Habibi, Armagan Publisher, Tehran. (in Persian)

Kennedy, H.P. (2004). Enhancing Delphi Research: Method and Results. *Advance nurs*, 45(5), 504-511,

Lee, S.Y., Florida, R. & Acs, Z. (2004). Creativity and Entrepreneurship: A Regional Analysis of New library of congress. *cataloging-in-publication data*, 4. 1-3.

Lee, J. (2008). *Tourism and Development in the Third World*. Translate by Abdolraza Eftekhari and Masoome Salehiamin. Trading Publishing Company Publications.

Lundstrom, A., & Stevenson, L. (2005). *Entrepreneurship Policy: Theory and Practice*. Chapter 2 ISEN International studies in Entrepreneurship, Springer, New York.

Minniti, M., Zacharakis. A., & Spinelli, S. (2007) .Entrepreneurship: The Engine of Growth. *journal of business & finance librariship*. 14(1).

Naci, P. (2015). Technical Innovations in Cruise Tourism and Results of Sustainability. World Conference on Technology, Innovation and Entrepreneurship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 438 – 445.

Nagaraju, L. G., & Chandrashekara, B. (2014). Rural Tourism and Rural Development in India" *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies (IJIMS)* 1(6), 42-48.

Nielsen, K., & Freire-Gibb, L. (2010). How important is geography for the entrepreneurial profile?, *DRUID-DIME Academy Winter 2010 PhD Conference*. Denmark: Comwell Rebild Bakker.

Oganisjana, K. (2011). Entrepreneurship as a Dynamic System and the Holistic Approach to Its Development. *Industry and Higher Education*, 26(3), 207-216.

Olsen, D. H. (2008). *Contesting Identity, pace and sacred site Management at Tempel square in Salt Lake city. Utah*. a thesis presented to the university of Waterloo, Ontario, Canada.

Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2007). *Manuel the research of social sciences*. Translate by Abdolhossein Nikgozar. Totia publication.

Russell, R. & Faulkner, B. (2004). Entrepreneurship, Chaos and the Tourism Area Life Cycle", *Annals of Tourism Research* 31(3), 556-579.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry in to Profits, Capital Credit, Interest and the Business Cycle*}, Harvard Business Press, Cambridge.

Sekerka, L.E., Stimel, D. (2011). How Durable is Sustainable Enterprise? Ecological Sustainability Meets the Reality of Tough Economic Times. *Business Horizons*, 54(2), 115-124.

Sharma, B., Pam, D., Jennifer, C., & Dogan, G. (2008). Exploring Residents' Perceptions of the Social Impacts of Tourism on the Sunshine Coast, Australia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*.

Shen, F., Hughey, K., & Simmons, D. (2008). *Connecting Livelihoods Approach and Tourism: A Review of the Literature toward Integrative Thinking*, Lincoln university.

Stevenson, L., & Lundstorm, A. (2005). Entrepreneurship policy, Theory and practice", *International studies in Entrepreneurship series*, 9, New YORK: Springer.

Vala, F. & Bicheril, U. (2004). *International Tourism*. Translators: Goharian, M.E. and Ketabchi, M., Tehran University Publication, Tehran. (in Persian)

Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). *An Eclectic Theory of Entrepreneurship*. Tinbergen Institute Discussion Paper for Development Strategies, Max Planck Institute of Economics, Indiana University.

Wanhill, S. (2000). Small and medium tourism enterprises. *Annals of Tourism Reserch*, 27(1), 132-147.

World Bank. (2013). *Doing Business 2013*. Retrieved from <http://www.doingbusiness.org>

World Economic Forum .(2012). *The Global Competitiveness Report 2012–2013.*, Switzerland, Retrieved from <http://www.weforum.org>

Zoltan, J. A., & Szerb, I. (2010). The Global Entrepreneurship and Development Index (GEINDEX). *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(5), 341-435.

Figueiredo, E., Kastenholz, E., Eusébio, M. C., Gomes, M. C., Carneiro, M. J., Baptista, P., & Valente, S. (2011). *O Rural Plural—olhar o presente, imaginar o futuro*. Castro Verde-Alentejo, 100 Firm Formation

Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Marques, C. P., & Lima, J. (2012). Understanding and managing the rural tourism experience. The case of a historical village in Portugal. *Tourism Management Perspectives*, 4(1), 207-214.

Nagaraju, L. G. & Chandrashekara, B. (2014). Rural Tourism and Rural Development in India. *International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies (IJIMS)*, 1(6), 42-48.

