

Village and Development

Vol.27, No.107, Autumn 2024

Research Paper

Investigating the Economic Effects of Agricultural Tourism on the Development of Entrepreneurship in Rural Areas (Case Study: Fahraj Village, Yazd)

M. Zahmatkesh Saredorahi¹, M. Bastenegar², A. Hassani³

Received: 21 May, 2024

Accepted: 13 February, 2025

Abstract

Introduction

Agricultural tourism is an emerging sector in the tourism industry that plays a vital role in diversifying rural economies and creating new job opportunities for villagers. The potential of Fahraj village in Yazd province makes it a prime candidate for studying the economic effects of agricultural tourism on entrepreneurship development. This research aims to explore how expanding agricultural tourism can strengthen entrepreneurship and enhance the livelihoods of rural households in Fahraj village by identifying key economic factors influencing entrepreneurship within the realm of agricultural tourism.

Materials and Methods

This descriptive-analytical research utilized a mixed method, gathering data from library resources and expert interviews. The study population included two groups: 7 tourism management experts and entrepreneurs, and 14 tourism entrepreneurs and rural tourism business managers. Economic factors affecting entrepreneurship development were identified through expert interviews, and a model was built using the opinions of entrepreneurs and rural managers, FCMapper, and UCINET software. Reliability was ensured through coder agreement.

1. Corresponding Author and PhD Student in Tourism Management, Faculty of Tourism Sciences, Tehran University of Science and Culture, Tehran, Iran.

(Zahmakesh1996@gmail.com)

2. Assistant Professor, Technology Development Research Institute (ACECR), Tehran, Iran.

3. Associate Professor, Tehran University of Science and Culture, Department of Tourism Economics, Tehran, Iran.

DOI: 10.30490/rvt.2025.365836.1593

Results and Discussion

The study identified 15 main economic factors influencing the development of entrepreneurship in the village. Among these, three stood out due to their high importance and centrality: “increasing the motivation of innovative and entrepreneurial activities”, “Prosperity of trade and job activities in the village”, and “increasing per capita income and improving the livelihood of rural households”. The scenario analysis confirmed that these factors play a driving role in shaping the dynamics of other variables. Specifically, enhancing entrepreneurial motivation creates a foundation for innovation and initiative, while improved trade and employment opportunities strengthen local economic structures. Additionally, growth in per capita income contributes directly to the stability and resilience of rural livelihoods.

Conclusions

The findings emphasize that successful entrepreneurship development based on agricultural tourism in Fahraj village requires simultaneous attention to all three core factors. Any neglect of “increasing the motivation of innovative and entrepreneurial activities”, “Prosperity of trade and job activities in the village”, or “increasing per capita income and improving the livelihood of rural households” can disrupt the process. Their centrality in the system makes them essential levers for sustainable rural entrepreneurship, and policies must reflect their importance by integrating support across all three domains.

Keywords: Economic Impacts, Agricultural Tourism, Tourism Entrepreneurship, Rural Entrepreneurship.

روستا و توسعه

سال ۲۷، شماره ۱۰۷، پاییز ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

بررسی اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستای فهرج یزد)

مهدیه زحمتکش سردوراهی^۱، مهرنوش بسته‌نگار^۲، علی حسینی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۳/۱

چکیده

گردشگری کشاورزی به‌عنوان یکی از بخش‌های مکمل و نوظهور در صنعت گردشگری، نقش مهمی در تنوع‌بخشی به اقتصاد مناطق روستایی ایفا می‌کند و فرصت‌های شغلی جدیدی را برای روستاییان فراهم می‌آورد. از طرفی با توجه به پتانسیل بالای روستای فهرج یزد به‌طور خاص متقاضی بررسی جدی‌تری در این زمینه است. این تحقیق در راستای بررسی اثرهای اقتصادی گسترش گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی به ارزیابی تأثیر گردشگری کشاورزی بر تقویت کارآفرینی و بهبود معیشت خانوارهای روستایی پرداخته است. نوع پژوهش تحلیلی - توصیفی است. برای جمع‌آوری اطلاعات از منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه استفاده شده است. نمونه اول هفت نفر از خبرگان اساتید رشته مدیریت گردشگری و کارآفرینان گردشگری هستند که به‌صورت غیر تصادفی و هدفمند به‌منظور تأیید نهایی عوامل پژوهش انتخاب شدند و مورد مصاحبه قرار گرفتند. نمونه دوم، شامل ۱۴ نفر از کارآفرینان گردشگری و مدیران کسب و کارهای گردشگری روستایی

۱- نویسنده مسئول و دانشجوی دکتری مدیریت گردشگری، دانشکده علوم گردشگری، دانشگاه علم و فرهنگ تهران، ایران.
(Zahmatkesh1996@gmail.com)

۲- استادیار پژوهشکده توسعه تکنولوژی، جهاد دانشگاهی صنعتی شریف، دکتری مدیریت گردشگری، تهران، ایران.

۳- دانشیار دانشگاه علم و فرهنگ تهران، رشته اقتصاد گردشگری، تهران، ایران.

بودند که به شیوه هدفمند و غیر تصادفی برای مشارکت در ساخت مدل انتخاب شدند. داده‌های تحقیق با کمک روش نگاشت‌شناختی فازی تحلیل شد و مدل پژوهش از طریق تحلیل شبکه‌های اجتماعی طراحی شد. نتایج مطالعه نشان داد که عوامل اقتصادی متعددی در توسعه کارآفرینی تأثیرگذارند که در پژوهش حاضر ۱۵ مورد از این عوامل شناسایی شد. نتایج نهایی حاکی از آن است که عوامل «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه»، «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» به ترتیب بیشترین اهمیت و مرکزیت را دارند. نتایج تحلیلی سناریوها هم نشان داد که این سه عامل نقش پیشران در پویایی سایر عوامل دارند و بی‌توجهی نسبت به هریک از آن‌ها روند کلی توسعه کارآفرینی بر مبنای گردشگری کشاورزی این روستا را مختل می‌نماید.

کلید واژه‌ها: اثرهای اقتصادی، گردشگری کشاورزی، کارآفرینی گردشگری، کارآفرینی روستایی.

مقدمه

اقتصاد غیر متمرکز جهان در راستای بازدهی مناسب، ترکیب‌های مختلفی را شکل می‌دهد. یکی از این ترکیب‌ها، تلفیق بخش‌های کشاورزی و خدمات به‌منظور ایجاد گردشگری کشاورزی است. مقصد گردشگری باید طی یک دوره زمانی خود را با یک مشخصه خاص به جهانیان معرفی کند تا گردشگران مقصد خود را براساس آن تعیین کنند (Karimi et al., 2021). در شرایط کنونی حاکم بر اقتصاد جهان که با روند رو به جهانی شدن جوامع روبرو است، به نظر اکثر نظریه‌پردازان، توسعه اقتصادی و دستیابی به اقتصاد پایدار در گرو اهمیت عوامل کلیدی است که متضمن رشد و توسعه اقتصادی منطقه هستند. این پایداری به‌وسیله نوآوری و تولید دانش جدید، کارآفرینی و ارتقاء فناوری‌های پیشرو به وجود خواهد آمد (Talmaciu, 2012). کاهش توانایی کشاورزان برای کسب درآمد کافی باعث شده است که بسیاری از کشاورزان مجبور به فروش مزارع خود شوند و در جاهای دیگر به دنبال شغل و درآمد باشند و یا به دنبال راهبردهای اقتصادی جایگزین و منابع درآمدی جدید و تنوع‌بخشی به اقتصاد محلی برای حفظ مزارع خود باشند. این راهبردها می‌تواند شامل گسترش انواع مزارع، تولید تخصصی، اشتغال غیر کشاورزی و یا متنوع‌سازی مزارع از طریق کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای روستایی و کشاورزی باشد. گردشگری روستایی، یک راه مناسب برای احیای جامعه روستایی است که از طریق تنوع بخشیدن به منابع درآمد روستاییان منجر به کاهش بی‌ثباتی در کسب درآمد می‌شود و بدین ترتیب سبب توسعه درون‌زای روستایی از طریق فعال شدن خانوارهای کشاورزان در بخش غیر کشاورزی خواهد شد. از سوی دیگر، مشارکت روستایی نشان از وابستگی

عمیق به حمایت‌های دولت دارد. بنابراین دولت باید برنامه چشم‌انداز بلندمدت را با هدف کشاورزی پایدار و توسعه روستایی و به‌منظور تقویت رابطه بین روستا و مناطق شهری برای به جریان انداختن سرمایه‌های شهری به مناطق روستایی تهیه کند. این امر باعث تداوم مشارکت کشاورزان در برنامه می‌شود (Hwang & Lee, 2015). گردشگری کشاورزی فرصت خاصی را برای مزارع کوچک و متوسط می‌آفریند؛ چراکه آنان اغلب اوقات نمی‌توانند در تولید و فروش محصولات خود با مزارع بزرگتر رقابت کنند (Bastenegar, 2023). گردشگری به‌طور سنتی دارای ویژگی‌های مثبت و منفی است. به عبارت دیگر هر دو ویژگی حمایتی و بازدارنده از نظر اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی را دارد (Dincer et al., 2015). بی‌شک روند توسعه اقتصادی در کشورهای توسعه‌یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تأثیر کارآفرینی است. کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته، نقش محوری داشته‌اند و لیکن کشورهای توسعه‌نیافته اهمیت آن را در توسعه اقتصادی نادیده گرفته‌اند (Hatami Shakhali, 2022). در همین راستا ترویج و توسعه کارآفرینی به‌عنوان یکی از راهکارهای اجرایی برای دستیابی به توسعه اقتصادی و اجتماعی و در نتیجه کاهش بیکاری تلقی می‌شود. از این رو شواهد محکمی مبنی بر وجود رابطه علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (Farahani et al., 2018). توسعه روستاها در مقایسه با گذشته، پیوند گسترده‌تری با مفهوم کارآفرینی یافته است؛ زیرا کارآفرینی نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاییان ایفا می‌نماید. درواقع، این تصور که فعالیت کارآفرینی یک محرک مهمی برای تسهیل توسعه محلی و منطقه‌ای است، جدید نیست (Yazdani et al., 2020). در حال حاضر اکثر افراد و مؤسسه‌های فعال در زمینه توسعه روستایی، کارآفرینی را به‌عنوان یک فعالیت توسعه‌ای استراتژیک می‌دانند که می‌تواند فرایند توسعه روستایی را تسریع نماید. علاوه بر این به نظر می‌رسد که این افراد و مؤسسه‌ها در خصوص این موضوع که ایجاد و توسعه بنگاه‌های اقتصادی در روستاها بسیار ضروری و حیاتی است، اتفاق نظر دارند. نهادهای متولی توسعه، کارآفرینی روستایی را پتانسیلی بزرگ برای اشتغال‌زایی می‌دانند؛ سیاستمداران آن را به‌عنوان یک استراتژی کلیدی برای ممانعت از ناآرامی‌های روستایی می‌بینند؛ کشاورزان به آن به‌عنوان ابزاری برای بهبود درآمدهای کشاورزی می‌نگرند و زنان به کارآفرینی به‌عنوان زمینه اشتغال در کنار کار منزل نگاه می‌کنند که منجر به استقلال و عدم وابستگی به حمایت‌های اجتماعی می‌شود. به‌هرحال، کارآفرینی از نظر تمامی گروه‌ها، وسیله‌ای برای کیفیت زندگی افراد، خانواده‌ها و جوامع می‌باشد که منجر به توسعه اقتصادی و محیط سالم و پایدار می‌شود. درواقع، کارآفرینی یکی از ابزارهای مهم برای برنامه‌ریزی و رسیدن به

توسعه جوامع روستایی است. امروزه با توجه به مشکلات موجود در این جوامع، توجه و تأکید بر کارآفرینی روستایی، اهمیت زیادی دارد؛ زیرا کارآفرینی می‌تواند با خلق فرصت‌های جدید اشتغال و درآمد، نقش مؤثری در بهبود وضع اقتصادی و معیشتی روستاها داشته باشد (Davari et al., 2023). کارآفرینی، یک نوع رفتار است و طیف وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود که باعث ایجاد ارزش می‌شوند (Gaddefors & Anderson, 2019). واضح است که کارآفرینی، تولیدکننده اصلی نوآوری، اشتغال و توسعه اقتصادی است (Figueroa-Armijos et al., 2012) و اهرم نیرومندی برای برون‌رفت از شرایط نامطلوب کنونی است (Rezaei et al., 2015). کارآفرینان فرصت‌ها را در خلأ شناسایی یا توسعه نمی‌دهند. آن‌ها به یک جامعه پیچیده و به هم پیوسته از تأمین‌کنندگان منابع، مشتریان، نیروهای اجتماعی و فرهنگی و زیرساخت‌ها وابسته هستند (Lai & Vonortas, 2019). فعالیت‌های کارآفرینی گردشگری در جوامع محلی به‌طور عمده از نوع بنگاه‌های اقتصادی کوچک است و توجه به آن می‌تواند ذهنیت و تفکر کارآفرینی در مقیاس کوچک را ایجاد نماید. به عبارت دیگر، یکی از مهمترین راهکارهای اقتصادی در توسعه منطقه‌ای آن است که به مقصدهای گردشگری روستایی به‌عنوان فضایی برای یک کسب و کار کوچک نگریسته شود (Pazoki, 2022). در این میان گردشگری کشاورزی به‌عنوان گونه‌ای از گردشگری روستایی، ضمن دربرداشتن اثرهای قابل توجه بر انگیزه و اقتصاد محلی و فرصت‌های تنوع‌بخشی فعالیت‌ها، در نهایت منجر به افزایش آگاهی عمومی در زمینه اهمیت کشاورزی در ارتقای زندگی شده و همچنین نقش مهمی در توسعه پایدار کشاورزی در روستاها و شهرها دارد. بنابراین گردشگری کشاورزی اغلب به‌عنوان یک گزینه توسعه برای احیای اقتصاد روستایی و تنوع‌بخشی به منابع درآمدی پیشنهاد شده است (Doh et al., 2017). بدون شک تلفیق مناسب و دقیق گردشگری کشاورزی و کارآفرینی، ضمن پاسخگویی به نیازهای روستاییان، متضمن گردشگری ایمن و مطلوب برای گردشگران است. با توجه به اینکه کارآفرینی، پدیده‌ای است که به‌طور مثبت به توسعه مقاصد کمک می‌کند، توسعه گردشگری کشاورزی با توجه به شرایط اقتصادی و اجتماعی و ظرفیت‌های هر منطقه، زمینه‌ساز اشتغال و کارآفرینی است و بسترهای رشد و پیشرفت را برای مناطق روستایی فراهم می‌سازد (Fotoohi et al., 2021). روستای فهرج یزد با برخورداری از مزارع و باغ‌های انگور، گردو، به و زعفران و داشتن پتانسیل بالای پذیرش گردشگران، از مناطق مستعد برای توسعه گردشگری کشاورزی به شمار می‌رود. روستای فهرج استان یزد با چالش‌های متعددی روبه‌رو است که بر توسعه اقتصادی و اجتماعی آن تأثیر می‌گذارند. نرخ بالای بیکاری به‌ویژه در میان جوانان، مهاجرت به شهرها به دلیل کمبود فرصت‌های شغلی و عدم تنوع در فعالیت‌های

اقتصادی ازجمله مشکلات اساسی این منطقه هستند. به علاوه، استفاده ناپایدار از منابع آب و خاک و عدم توجه به فرهنگ و میراث محلی، از دیگر چالش‌های مهم روستا به شمار می‌روند. در این راستا، گردشگری کشاورزی می‌تواند به عنوان یک راهکار مؤثر معرفی شود که در کنار ایجاد مشاغل جدید و افزایش درآمد، می‌تواند موجب تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی، کاهش مهاجرت، ترویج روش‌های کشاورزی پایدار و معرفی فرهنگ و میراث محلی شود.

تحلیل و بررسی اسناد و تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که تاکنون مطالعات داخلی و جهانی متعددی به صورت جداگانه در زمینه کارآفرینی، گردشگری، کارآفرینی گردشگری و عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری انجام شده است. این مطالعات که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود نشان می‌دهد که کارآفرینی پایدار در حوزه گردشگری کشاورزی و روستایی همچنان به عنوان یک دغدغه و چالش جدی مشهود است.

داوری و همکاران (Davari et al., 2023) در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری در کارآفرینی و توسعه اقتصاد روستایی استان آذربایجان شرقی پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از این است که رابطه معناداری بین توسعه کارآفرینی و توسعه پایدار اقتصادی وجود دارد و در روستاهایی که گردشگری بیشتری دارند فعالیت‌های کارآفرینانه بیشتری صورت می‌گیرد. همچنین بابایی و همکاران (Babaei et al., 2023) در پژوهش خود به تحلیل آثار کارآفرینی گردشگری بر توسعه روستایی دهستان ریجاب در استان کرمانشاه پرداختند. نتایج نشان داد که از میان مهمترین آثار مثبت ورود گردشگران به مناطق روستایی می‌توان به توسعه زیرساختی، توسعه اقتصادی و رفاهی و توسعه اشتغال و از میان آثار منفی می‌توان به تخریب محیط زیست اشاره نمود. در پژوهش دیگری از اوتامی و همکاران (Utami et al., 2023)، عوامل موفقیت و ایجاد چارچوب کارآفرینی گردشگری روستایی برای دهکده گردشگری پایدار بررسی شد. نتایج مطالعه، مؤید آثار چند عامل (مدیریت درآمد، توسعه واحد تجاری، رشد اقتصادی، همکاری متقابل، نوآوری، خلاقیت، آگاهی محیطی، مدیریت منابع و مدیریت بازدیدکنندگان) در ایجاد دهکده گردشگری پایدار موفق از طریق کارآفرینی گردشگری روستایی بوده است. این ده عامل بیشتر در سه بعد (پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی) گروه‌بندی شدند. همچنین در پژوهش دیگری، گو و همکاران (Guo et al., 2023) به بررسی اثر پیکربندی علی عوامل تعیین‌کننده کارآفرینی گردشگری در مقاصد گردشگری روستایی بر اساس چارچوب سرمایه پرداختند. در این مطالعه مشاهده شد که چهار پیکربندی سرمایه، کارآفرینی گردشگری را در مقاصد روستایی ترویج کردند و مسیرهای متعدد به سمت کارآفرینی گردشگری

روستایی را شناسایی کردند. سرمایه‌های انسانی و فیزیکی کارآفرینان، کلیده‌های کارآفرینی گردشگری بودند. فتوحی و همکاران (Fotoohi et al., 2021) ضمن بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی ناشی از گردشگری کشاورزی در روستاهای شاخص گردشگری استان یزد، به این نتیجه دست یافتند که متغیرهایی همچون زیرساخت‌ها، حمایت‌های دولتی، انگیزه گردشگران و آموزش آن‌ها با محوریت گردشگری کشاورزی، عامل توسعه روستایی با نتایج اثربخش رشد و توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، توسعه و تحول و توسعه فرهنگ کار و کارآفرینی می‌باشند. یزدانی و همکاران (Yazdani et al., 2020) در پژوهشی به مطالعه تأثیر چهار عامل نوآوری، تولید، منابع مالی و بازار بر توسعه روستایی از طریق نقش میانجی کارآفرینی کشاورزی پرداختند. نتایج نشان داد که کارآفرینی کشاورزی تأثیر مثبت و معنی‌داری بر توسعه روستایی دارد و بین عوامل نوآوری، تولید، منابع مالی و بازار با توسعه روستایی رابطه مستقیم وجود دارد. در مجموع، یافته‌ها نشان داد که عوامل چهارگانه نوآوری تولید، عوامل تولید، منابع مالی و بازار تولید، به صورت مستقیم و غیرمستقیم (کارآفرینی کشاورزی) بر توسعه روستایی اثرگذار است. کانه‌ها و همکاران (Cunha et al., 2020) انگیزه‌ها و شیوه‌های مدیریتی کارآفرینان گردشگری روستایی را بررسی کردند. همچنین به ارزیابی پیامدهای اقدامات کارآفرینان با استفاده از داده‌های حاصل از هشت واحد اقامتی گردشگری کوچک پرداختند. تجزیه و تحلیل محتوا نشان داد که کارآفرینان توسط عوامل مختلفی برانگیخته می‌شوند که انگیزه سبک زندگی نقش اصلی را ایفا می‌کند. نادری و همکاران (Naderi et al., 2019) به تحلیل نقش رهبری تحول‌آفرین و کارآفرینی اجتماعی در عملکرد شرکت‌های اجتماعی با نقش میانجی سرمایه اجتماعی، خلاقیت و ارزش اجتماعی در زمینه گردشگری روستایی پرداختند. نتایج نشان داد که رهبری تحول‌آفرین به طور مثبت با ارزش اجتماعی، سرمایه اجتماعی و عملکرد شرکت اجتماعی مرتبط است. علاوه بر این، کارآفرینی اجتماعی بر ارزش اجتماعی، سرمایه اجتماعی و عملکرد بنگاه اجتماعی تأثیر معناداری دارد. یافته‌ها قدرت ارزش‌آفرینی اجتماعی و سرمایه اجتماعی را در شرکت‌های اجتماعی فعال در مقاصد روستایی نشان دادند.

هدف مطالعه حاضر، بررسی اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی است. در راستای هدف مزبور، شناسایی این عوامل (اثرها) و نحوه تأثیرگذاری، تأثیرپذیری و مرکزیت آن‌ها، پرسش‌های اصلی این مطالعه را شکل می‌دهند.

روش‌شناسی تحقیق

مطالعه از نوع توصیفی - پیمایشی است. این تحقیق از منظر روش‌شناسی براساس روش «تحقیق آمیخته» انجام می‌شود، که طی چهار گام انجام شده است. در مرحله نخست بر اساس نتایج مطالعه کتابخانه‌ای در خصوص مبانی نظری و پیشینه پژوهش، چارچوب مفهومی اولیه اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی استخراج شد. در این پژوهش از دو جامعه آماری نمونه‌گیری شد. نمونه نخست، هفت نفر از خبرگان اساتید رشته مدیریت گردشگری و کارآفرینان گردشگری هستند که به‌صورت غیر تصادفی و هدفمند، انتخاب و مصاحبه شدند. در این مرحله ۱۸ عامل از طریق مرور ادبیات و پیشینه پژوهش به دست آمد که در نتیجه آن از فهرست تهیه شده تعدادی از عوامل حذف، ادغام یا اضافه شدند که در نهایت تعداد ۱۵ عامل نهایی مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. مبنای توافق نیز معنادار بودن مفاهیم در حوزه اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد بود. این عوامل عبارتند از: افزایش درآمد کشاورزان و روستاییان از فروش محصولات، راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی توسط زنان روستایی، احداث واحدهای اقامتی بوم‌گردی و اشتغال‌زایی، سرمایه‌گذاری در بخش خدمات رفاهی - تفریحی روستا، راه‌اندازی مراکز آموزش حرفه‌ای و مهارت‌آموزی، سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و باغداری، گسترش صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی، توسعه خدمات بازاریابی و فروش محصولات، رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا، کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها، افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه، تقویت سرمایه اجتماعی و مشارکت روستاییان، ارتقای مهارت‌های کارآفرینی و مدیریت کسب و کار، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و متنوع، افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی.

نمونه دوم شامل ۱۴ نفر از کارآفرینان گردشگری و مدیران کسب و کارهای گردشگری روستایی بودند که به شیوه هدفمند و غیر تصادفی برای مشارکت در ساخت مدل انتخاب شدند. استخراج فرایند مدل‌سازی کیفی و تحلیل نقشه علی خبرگان در گام دوم مد نظر بود. به همین منظور پرسش‌نامه ماتریسی از اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد، تهیه و به خبرگان گروه دوم ارائه شد. خبرگان با نمره‌دهی از -۱ تا +۱ چگونگی ارتباط بین عوامل و شدت هریک از اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد را نشان دادند و به این ترتیب ماتریس را تکمیل نمودند. بر این اساس مدل ذهنی هر خبره به دست آمد. سپس نقشه علی هر خبره در نرم‌افزار FCMapper ترسیم شد. برای اطمینان از دقت

فرایند ثبت و استخراج مدل ذهنی خبرگان، نقشه علی ترسیم شده به تأیید خبرگان مربوط رسید. پس از آن، مدل ذهنی خبرگان تعیین شد و سپس نقشه نگاشت‌شناختی فازی توسط نرم‌افزار Ucinet ترسیم شد. برای بررسی امکان ادغام نقشه‌های شناختی خبرگان، روابط بین ویژگی‌های شخصی خبرگان (جنسیت، سن، سابقه کار، میزان تحصیلات) و شاخص‌های پیچیدگی و قلمرو نقشه علی آن‌ها از آزمون اسپیرمن استفاده شد. در ادامه برای بررسی تأثیر ویژگی شخصی خبرگان بر شاخص قلمرو نقشه علی و روابط بین آن‌ها از آزمون ناپارامتری کروسکال والیس استفاده شده است. دلیل استفاده از این آزمون، کم بودن تعداد داده‌ها و خبرگان است. سپس از آزمون یو مان ویتنی برای بررسی وجود تفاوت میان میزان چگالی شدت روابط در میان زنان و مردان استفاده شد. همچنین با استفاده از دو روش همبستگی QAP و شاخص نسبت فاصله، درجه تشابه یا عدم تشابه بین نقشه علی خبرگان تعیین شد که در تمامی آزمون‌های نامبرده شده، سطح خطا کوچکتر از ۵ درصد در نظر گرفته شد. سپس در مرحله سوم نقشه ادغامی، اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد با استفاده از ماتریس دیفازی نهایی از نرم‌افزار FCMapper به دست آمد و ترسیم مدل پژوهش توسط نرم‌افزار Ucinet انجام شد. در ادامه تحلیل‌های لازم مدل کیفی برای آن ارائه شد. میزان مرکزیت، تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل در مرحله چهارم مشخص شد. مطابق با آن‌ها سناریوهایی برای ارتقاء و توسعه وضعیت اقتصادی گردشگری کشاورزی مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد بر روی مدل شبیه‌سازی شد و نتایج آن‌ها به کمک نرم‌افزار FCMapper بررسی شد. نرم‌افزار مورد استفاده برای انجام نگاشت‌شناختی فازی، Fcmapper و تحلیل شبکه‌های اجتماعی UCINET بود. در این پژوهش توافق بین خبرگان به دست آمد که به معنی تأیید پایایی این تحقیق است.

نتایج و بحث

براساس نتایج به دست آمده از آزمون اسپیرمن، میان متغیرهای شاخص پیچیدگی (تعداد روابط، چگالی روابط، چگالی نقشه) و شاخص قلمرو (کل شدت روابط) با ویژگی‌های شخصی خبرگان رابطه معناداری وجود نداشت. از آنجاکه در آزمون کروسکال والیس در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ تفاوت معنی‌داری وجود داشت، بنابراین میان میزان چگالی شدت روابط در بین سطوح تحصیلی مختلف، سابقه کار و سن تفاوتی وجود ندارد. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری در آزمون یو مان ویتنی ۰/۰۷۳ بود، بنابراین میان میزان چگالی شدت روابط در بین زنان و مردان تفاوتی وجود ندارد. بررسی نتایج حاصله مربوط به تحلیل همبستگی QAP (داده‌های شباهت) و نسبت فاصله (داده‌های

تفاوت) بین نقشه‌های علی خبرگان نشان داد که تفاوت معناداری میان نقشه‌های علی هر گروه از خبرگان وجود ندارد. با توجه به نتایج بررسی آزمون‌های فوق، ادغام نقشه‌های شناختی خبرگان بلامانع تشخیص داده شد. ماتریس دیفازی نقشه‌های ذهنی خبرگان در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. ماتریس میزان فاصله بین نقشه علی ادغامی خبرگان مستخرج از نرم‌افزار FCMapper

نقشه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
۱	۰	۰/۴	۰	۱	۰	۱	۰/۴	۱	۰/۷	۱	۱	۰	۰	۰/۷	۱
۲	۰/۹	۰	۰/۳	۰/۱	۰	۰	۰/۲	۰/۹	۱	۱	۱	۰/۳	۰	۰/۶	۱
۳	۰/۷	۰/۵	۰	۱	۰	۰/۳	۰/۵	۰/۸	۰/۹	۰/۵	۰/۸	۰/۵	۰	۰/۹	۱
۴	۰/۵	۰/۶	۱	۰	۰	۰/۵	۱	۰	۱	۱	۱	۰/۲	۰	۱	۱
۵	۰/۵	۰/۸	۰/۴	۰/۵	۰	۰	۰/۶	۰	۰/۵	۰/۷	۰/۴	۰	۱	۰/۲	۰
۶	۱	۰	۰/۱	۰/۲	۰	۰	۰/۷	۰	۰/۸	۱	۱	۰/۵	۰	۰/۸	۰/۵
۷	۰/۶	۰/۴	۰	۰/۵	۰	۰/۷	۰	۰/۳	۰/۵	۱	۰/۸	۰	۰	۱	۰/۹
۸	۱	۰/۵	۰/۲	۰/۴	۰	۰/۵	۰/۳	۰	۰	۰/۶	۰/۵	۰	۰	۰	۰/۵
۹	۱	۱	۰/۷	۰/۶	۰/۵	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۰/۳	۰	۱	۰/۷
۱۰	۰/۳	۰/۶	۰	۰/۵	۰	۰/۷	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
۱۱	۰/۵	۱	۰/۵	۰/۸	۰	۰/۳	۱	۱	۰/۷	۱	۰	۰	۰/۶	۱	۱
۱۲	۰/۱	۰/۲	۰/۵	۰/۳	۰	۰/۷	۰	۰	۰/۵	۱	۰	۰	۱	۰/۲	۰
۱۳	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۰/۸	۰	۱	۰/۵
۱۴	۰/۵	۰/۹	۰/۷	۱	۰	۰/۵	۰	۰	۱	۱	۱	۱	۰/۴	۰	۱
۱۵	۱	۰/۴	۰/۵	۰/۹	۰	۱	۰/۲	۱	۱	۱	۱	۰/۶	۰/۲	۱	۰

مأخذ: یافته‌های پژوهش

اعداد این ماتریس میزان تأثیر هر متغیر بر دیگری را براساس جمع‌بندی نظر خبرگان نشان می‌دهد. پس از ادغام نظر خبرگان، میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری هریک از عوامل در نرم‌افزار FCMapper تجزیه و تحلیل شد (جدول ۲). تأثیرگذاری، نشان دهنده تأثیر اعمال شده یک مفهوم است و تأثیرپذیری، نشان دهنده میزان تأثیر دریافت شده از عوامل دیگر است. مرکزیت، نشان دهنده مجموع تأثیرگذاری و تأثیرپذیری عوامل است. از این‌رو، هرچه عاملی درجه مرکزیت بالاتری داشته باشد، دارای اهمیت بیشتری در شبکه عوامل نسبت به سایر عوامل خواهد بود. جدول ۲ رتبه‌بندی عوامل براساس میزان اهمیت و مرکزیت عوامل را نشان می‌دهد.

جدول ۲. میزان تأثیرگذاری، تأثیرپذیری و مرکزیت اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد

عوامل	تأثیرگذاری	تأثیرپذیری	مرکزیت	رتبه
افزایش درآمد کشاورزان و روستاییان از فروش محصولات	۸/۲	۹/۶	۱۷/۸	۵
راه اندازی کسب و کارهای خانگی توسط زنان روستایی	۷/۳	۸/۳	۱۵/۶	۸
احداث واحدهای اقامتی بوم گردی و اشتغال زایی	۸/۴	۵/۹	۱۴/۳	۱۱
سرمایه گذاری در بخش خدمات رفاهی - تفریحی روستا	۸/۸	۸/۸	۱۷/۶	۶
راه اندازی مراکز آموزش حرفه ای و مهارت آموزی	۵/۶	۱/۳	۶/۹	۱۵
سرمایه گذاری در بخش کشاورزی و باغداری	۶/۶	۸/۲	۱۴/۸	۱۰
گسترش صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی	۶/۷	۶/۹	۱۳/۶	۱۲
توسعه خدمات بازاریابی و فروش محصولات	۴/۵	۷	۱۱/۵	۱۳
رونق فعالیت های صنفی و شغلی در روستا	۹/۸	۹/۶	۱۹/۴	۲
کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها	۳/۱	۱۲/۸	۱۵/۹	۷
افزایش انگیزه فعالیت های نوآورانه و کارآفرینانه	۱۰/۲	۱۰/۵	۲۰/۷	۱
تقویت سرمایه اجتماعی و مشارکت روستاییان	۴/۵	۴/۲	۸/۷	۱۴
ارتقای مهارت های کارآفرینی و مدیریت کسب و کار	۱۲/۳	۳/۲	۱۵/۵	۹
ایجاد فرصت های شغلی جدید و متنوع	۹	۹/۴	۱۸/۴	۴
افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی	۹/۸	۹/۱	۱۸/۹	۳

مأخذ: یافته های پژوهش

با توجه به جدول ۲ و ارزیابی نقش عوامل در بهبود وضعیت سایر عوامل، سناریوهایی نگاشته شده است. به عبارتی سناریوها برحسب عواملی که دارای بیشترین میزان مرکزیت هستند، نوشته شدند. از مزایای سناریونویسی این است که در شرایطی که به هر دلیل نتوان تمامی عوامل را با هم فراهم نمود، با استفاده از سناریونویسی می توان تأثیر سایر عوامل را در صورت حذف یک یا چند عامل سنجید. پژوهش دارای سه سناریو است که نخستین سناریو، ثابت در نظر گرفته شده تا تغییرات دو سناریوی دیگر را اندازه گیری نماید. در دومین سناریو وضعیتی شبیه سازی شده است که در آن به رغم توجه به «افزایش انگیزه فعالیت های نوآورانه و کارآفرینانه»، کاری برای «رونق فعالیت های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» انجام نگیرد؛ بدین صورت که عامل «افزایش انگیزه فعالیت های نوآورانه و کارآفرینانه» را فعال (یک) و عوامل «رونق فعالیت های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» را غیرفعال (صفر) در نظر گرفته شد. در سناریوی سوم، «رونق فعالیت های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» بدون توجه به «افزایش انگیزه فعالیت های نوآورانه و کارآفرینانه» بررسی شده است؛ بدین معنی که

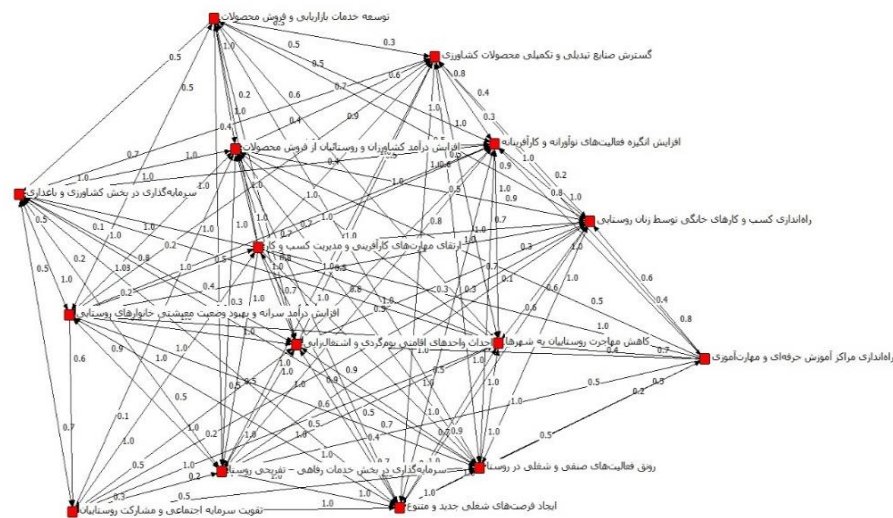
عوامل «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» یک و عامل «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه» صفر در نظر گرفته شد (جدول ۳).

جدول ۳. نتایج شبیه‌سازی سناریوها بر روی مدل پیشنهادی

عوامل	سناریو			نتایج سناریو			مقایسه سناریوها		تغییرات سناریو	
	۱	۲	۳	۱	۲	۳	دوم و سوم و اول	اول	۲	۳
افزایش درآمد کشاورزان و روستاییان از فروش محصولات	۱			۱	۱	۰/۹۹۹۸	-۰/۰۰۰۵	-۰/۰۰۰۰۷	۸	۹
راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی توسط زنان روستایی	۱		۰/۹۹۹۶	۰/۹۹۸	۰/۹۹۸	۰/۹۹۸	-۰/۰۰۰۱	-۰/۰۰۰۰۷	۷	۸
احداث واحدهای اقامتی بوم‌گردی و اشتغال‌زایی	۱		۰/۹۹۶	۰/۹۸	۰/۹۹۴	۰/۹۹۴	-۰/۰۰۰۷	-۰/۰۰۰۰۲	۷	۷
سرمایه‌گذاری در بخش خدمات رفاهی - تفریحی روستا	۱		۰/۹۹۹۸	۰/۹۹۹۱	۰/۹۹۹۵	۰/۹۹۹۵	-۰/۰۰۰۰۶	-۰/۰۰۰۰۲	۸	۸
راه‌اندازی مراکز آموزش حرفه‌ای و مهارت‌آموزی	۱		۰/۷۸	۰/۶۸	۰/۶۲	۰/۶۲	-۰/۰۰۰۹	-۰/۰۰۰۱۶	۶	۶
سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و باغداری	۱		۰/۹۹۹۷	۰/۹۹۹۱	۰/۹۹۹۱	۰/۹۹۹۱	-۰/۰۰۰۰۵	-۰/۰۰۰۰۵	۸	۸
گسترش صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی	۱		۰/۹۹۸	۰/۹۹۵	۰/۹۹۸	۰/۹۹۸	-۰/۰۰۰۰۳	-۰/۰۰۰۰۶	۷	۸
توسعه خدمات بازاریابی و فروش محصولات	۱		۰/۹۹۹	۰/۹۹۲	۰/۹۹۷	۰/۹۹۷	-۰/۰۰۰۰۶	-۰/۰۰۰۰۱	۷	۷
رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا	۱	۰	۰/۹۹۹	۰	۱	۱	-۰/۰۰۰۰۹۹	۰/۰۰۰۰۰۸	۰	۱
کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها	۱		۰/۹۹۹	۰/۹۹۷	۰/۹۹۸	۰/۹۹۸	-۰/۰۰۰۰۰۰۳	-۰/۰۰۰۰۰۰۷	۹	۹
افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه	۱	۱	۰/۹۹۹	۱	۰	۰	۰/۰۰۰۰۰۰۳	-۰/۰۰۰۰۰۹۹	۱	۰
تقویت سرمایه اجتماعی و مشارکت روستاییان	۱		۰/۹۹	۰/۹۶	۰/۹۸	۰/۹۸	-۰/۰۰۰۰۲۲	-۰/۰۰۰۰۰۶	۶	۸
ارتقای مهارت‌های کارآفرینی و مدیریت کسب و کار	۱		۰/۹۸	۰/۹۳	۰/۹	۰/۹	-۰/۰۰۰۰۱۷	-۰/۰۰۰۰۰۵	۶	۶
ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و متنوع	۱		۰/۹۹۹	۰/۹۹۲	۰/۹۹۷	۰/۹۹۷	-۰/۰۰۰۰۰۶	-۰/۰۰۰۰۰۱	۸	۸
افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی	۱	۰	۰/۹۹۹	۰	۱	۱	-۰/۰۰۰۰۹۹۸	-۰/۰۰۰۰۰۱	۰	۱

مأخذ: یافته‌های پژوهش

مطابق با خروجی‌های جدول ۳، نتایج حاصل از سناریوی دوم و سوم نشان می‌دهد در صورتی که تنها به عامل «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه» توجه شود و تلاشی برای «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» انجام نشود، همه عوامل در جهت منفی و به میزان کم، متوسط و زیاد تغییر می‌کنند (با استفاده از تحلیل مقایسه ستون‌های مقایسه سناریوها و تغییرات سناریو که مطابق با آن اگر این تغییرات مابین عدد ۱ تا ۵ باشند، تغییرات مثبت هستند ولی اگر میزان تغییرات در رده ۶ تا ۹ باشند، نشان دهنده تغییرات منفی و عدد ۱۰ نشان دهنده هیچ‌گونه تأثیر و تغییر نیافتن عوامل است. همچنین هرچه عدد کوچکتر باشد میزان تغییرات بیشتر خواهد بود. به عنوان مثال، عدد ۶ نشان دهنده تغییرات منفی بیشتری نسبت به ۷ و همچنین ۷ نسبت به ۸ و عدد ۸ در مقایسه با ۹ می‌باشد). همچنین اگر تنها به عوامل «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» توجه کرده و عامل «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه» نادیده گرفته شود مجدداً تمامی عوامل در جهت منفی به میزان کم، متوسط و زیاد حرکت خواهند کرد. در ادامه شکل ۱ با استفاده داده‌های ماتریس ادغامی خبرگان و از طریق نرم‌افزار Ucinet ترسیم شد.



شکل ۱. نقشه شناختی فازی اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد

شکل ۱ یک نقشه شناختی فازی است. گره‌ها نشان دهنده عوامل (اثرهای) اقتصادی هستند که با نظر خبرگان ۱۵ عامل شناسایی شدند. ۱۵۹ کمان هم بیانگر ارتباط علی میان این عوامل است. وزن کمان‌ها هم میزان تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری بین دو عامل را مشخص می‌کند (با استفاده از امتیازدهی خبرگان از ۱- تا ۱+). شکل دارای ۱۵ گره و ۱۵۹ پیوند است. این تعداد بالا نشان می‌دهد که بین عوامل اقتصادی گردشگری کشاورزی در روستای فهرج، روابط متقابل زیادی وجود دارد. این روابط دوطرفه یا یک‌طرفه می‌توانند مثبت یا منفی باشند که به‌خوبی شبکه‌ای پیچیده از اثرگذاری‌ها و اثرپذیری‌ها را شکل داده‌اند. چنین ساختاری به وضوح بیان می‌کند که ابعاد اقتصادی توسعه کارآفرینی یک پدیده سیستمی و چندبعدی است. مؤثرترین عامل طبق شاخص مرکزیت، «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه» است که در مرکز شبکه قرار دارد و پیوندهای زیادی با سایر گره‌ها دارد. «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» نیز در جایگاه‌های دوم و سوم قرار دارند که نشان می‌دهد این سه عامل محرک اصلی کل سیستم هستند.

این عوامل نه‌تنها تأثیر زیادی روی سایر عوامل دارند بلکه خود نیز به شدت از سایر عوامل تأثیر می‌پذیرند (شاخص مرکزیت بالا). این نقشه شناختی می‌تواند به تصمیم‌گیرندگان و برنامه‌ریزان محلی کمک کند تا بدانند کدام عوامل را باید در اولویت قرار دهند تا بیشترین تأثیر مثبت را بر کل سیستم بگذارند. شکل ۱ تنها نمایش ساده‌ای از روابط نیست، بلکه ابزاری تحلیلی و تصمیم‌ساز است که با استفاده از دانش خبرگان و تکنیک‌های مدل‌سازی فازی، الگوی تعاملات اقتصادی در توسعه گردشگری کشاورزی و کارآفرینی روستایی فهرج یزد را به تصویر کشیده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

یافته‌های پژوهشی نشان داد که مدل اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد شامل عوامل افزایش درآمد کشاورزان و روستاییان از فروش محصولات، راه‌اندازی کسب و کارهای خانگی توسط زنان روستایی، احداث واحدهای اقامتی بوم‌گردی و اشتغال‌زایی، سرمایه‌گذاری در بخش خدمات رفاهی - تفریحی روستا، راه‌اندازی مراکز آموزش حرفه‌ای و مهارت‌آموزی، سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی و باغداری، گسترش صنایع تبدیلی و تکمیلی محصولات کشاورزی، توسعه خدمات بازاریابی و فروش محصولات، رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا، کاهش مهاجرت روستاییان به شهرها، افزایش انگیزه

فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه، تقویت سرمایه اجتماعی و مشارکت روستاییان، ارتقای مهارت‌های کارآفرینی و مدیریت کسب و کار، ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و متنوع، افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی است. بر اساس میزان مرکزیت، عوامل «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه»، «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی» در صدر فهرست قرار گرفتند. براساس نتایج تحلیل نگاشت‌شناختی فازی، می‌توان بدین گونه تفسیر کرد که مؤثرترین عامل، «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه» است که این عامل از مهمترین اثرهای اقتصادی گردشگری کشاورزی مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستای فهرج یزد به شمار می‌رود.

همچنین نتایج حاصل از تحلیل سناریوهای طراحی شده بر مبنای مدل شناختی فازی پژوهش، نشان داد که تمرکز صرف بر یک عامل کلیدی نظیر «افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه»، در حالی که به سایر عوامل مهم مانند «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود معیشت خانوارهای روستایی» توجهی نشود، نه تنها اثربخشی عامل مورد نظر را کاهش می‌دهد، بلکه می‌تواند منجر به تغییرات منفی در کل شبکه اقتصادی و کارآفرینی روستا شود. در مقابل، سناریویی که صرفاً بر «رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا» و «افزایش درآمد سرانه و بهبود معیشت خانوارهای روستایی» تمرکز داشته و از عامل «انگیزه فعالیت‌های کارآفرینانه و نوآورانه» غفلت نماید نیز نتایج مشابهی را به دنبال دارد.

بنابراین، یافته‌های سناریونویسی پژوهش تأکید می‌کنند که توسعه اقتصادی حاصل از گردشگری کشاورزی در روستای فهرج، مستلزم توجه هم‌زمان و متوازن به سه عامل محوری است: (۱) افزایش انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینانه، (۲) رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا و (۳) افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی. این سه عامل نقش پیشران در پویایی سایر عوامل دارند و غفلت از هریک، موجب اختلال در روند کلی توسعه خواهد شد. ازاین‌رو سیاست‌گذاری یکپارچه، میان‌بخشی و جامع‌نگر برای ارتقاء این سه مؤلفه کلیدی، از الزامات دستیابی به توسعه پایدار کارآفرینی در چارچوب گردشگری کشاورزی برای روستای فهرج یزد است.

رونق گردشگری و حضور گردشگران در روستا، موجب شکل‌گیری ایده‌ها و فرصت‌های جدید کسب و کار برای روستاییان می‌شود. همچنین آشنایی با الگوهای موفق کارآفرینی در زمینه گردشگری کشاورزی، انگیزه راه‌اندازی کسب و کارهای نوپا را در بین جوانان تحصیل‌کرده بومی افزایش می‌دهد. ازاین‌رو، تداوم روند رو به رشد گردشگری کشاورزی در روستای فهرج، منجر به

افزایش قابل توجه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی در حوزه‌های مختلف این صنعت و زنجیره ارزش آن خواهد شد که نویدبخش توسعه پایدار اقتصاد روستا و بهبود سطح رفاه ساکنان آن در آینده نزدیک می‌باشد. یافته‌های پژوهش با نتایج مطالعات رومنکو و همکاران (Romanenko et al., 2020) (ارتباطات برقرار شده در طول بازدیدهای گردشگری کشاورزی به‌عنوان عامل برانگیزاننده ایده‌های نوآورانه محصولات و خدمات جدید در بین کشاورزان جوان و نوپا) و سیولاک و همکاران (Ciolac et al., 2019) (اثر فزاینده تعامل گردشگران با جوامع میزبان در مزرعه‌های گردشگری‌پذیر، با فراهم کردن الهام‌بخش‌ها و الگوهای کارآفرینانه، بر انگیزه راه‌اندازی کسب و کار در بین جوانان روستایی) هم‌راستا است. با توجه به یافته‌های این پژوهش بر تقویت انگیزه فعالیت‌های نوآورانه و کارآفرینی روستاییان در اثر توسعه گردشگری کشاورزی تأکید می‌شود. پیشنهاد می‌شود در راستای حمایت و تسهیل راه‌اندازی کسب و کارهای نوپای مرتبط با این صنعت، دوره‌های آموزشی طراحی مدل کسب و کار و توسعه محصول جدید برای علاقه‌مندان برگزار شود. همچنین ایجاد مراکز رشد وابسته به دهیاری‌ها برای ارائه خدمات حمایتی و مشاوره‌ای به کارآفرینان روستایی، می‌تواند بستر مناسبی را برای تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه آنان فراهم آورد. برگزاری جشنواره‌ها و رویدادهای کارآفرینی، زمینه را برای تبادل تجربیات و الگوبرداری فراهم می‌کند. با توجه به اینکه تأثیرپذیری توسعه کارآفرینی روستای فهرج از رونق فعالیت‌های صنفی و شغلی در روستا، رونق گردشگری و حضور گردشگران، موجب افزایش تقاضا برای کالاها و خدمات مختلف همچون صنایع دستی، غذاهای سنتی، خدمات اقامتی و پذیرایی، بازاریابی و فروش محصولات و ... می‌شود، زمینه‌های لازم برای ورود و مشارکت بیشتر افراد بومی در فعالیت‌ها و مشاغل گوناگون مرتبط با صنعت گردشگری فراهم خواهد شد. بنابراین، تداوم و توسعه هرچه بیشتر گردشگری کشاورزی، می‌تواند سبب ایجاد فرصت‌های شغلی متنوع و رونق کسب و کارهای خرد و خانگی در روستای فهرج شود و از این طریق، معیشت و درآمد ساکنان محلی را تقویت نماید. همان‌طور که مورالس زامورانو و همکاران (Morales-Zamorano et al., 2020) در پژوهش خود نشان داده‌اند، ورود گردشگران به مناطق روستایی، تقاضا برای کالاها و خدمات محلی از قبیل صنایع دستی، تأمین لوازم کشاورزی، میهمان‌پذیری، خدمات غذایی، تفریحات و غیره را ترغیب می‌نماید. این امر باعث توانمندسازی جامعه محلی برای مشارکت در فرصت‌های درآمدزا می‌شود. در مجموع، توانایی گردشگری کشاورزی در ترویج حیات کسب و کارهای روستایی که در مطالعه موردی روستای فهرج نشان داده شده، با یافته‌های مشابه در ادبیات دانشگاهی جهان تأیید می‌شود. با توجه به نتایج پژوهش حاضر، پیشنهاد

می‌شود که برای حمایت هرچه بیشتر از فعالیتهای صنفی و شغلی روستاییان در عرصه گردشگری، دوره‌های آموزش حرفه‌ای و تخصصی برای افراد بومی در زمینه‌هایی نظیر صنایع دستی، خدمات راهنمایی گردشگری، طبخ غذاهای محلی، مدیریت واحدهای اقامتی و گردشگری و غیره برگزار شود. همچنین راه‌اندازی تعاونی‌های صنفی و حمایتی به‌منظور ساماندهی و هم‌افزایی فعالیت‌ها، برقراری ارتباطات بازاریابی و فروش برای محصولات محلی و دسترسی به خدمات حمایتی هدفمند، می‌تواند کمک شایانی به تحقق ظرفیتهای شغلی گردشگری در روستا نماید. سومین عامل مؤثر در این پژوهش عامل افزایش درآمد سرانه و بهبود وضعیت معیشتی خانوارهای روستایی است. گسترش گردشگری و جذب بازدیدکنندگان بیشتر به منطقه، منابع درآمدی جدیدی را از محل فروش محصولات کشاورزی، ارائه خدمات به گردشگران و مشارکت در فعالیتهای اقتصادی پیرامون صنعت گردشگری برای ساکنان محلی به ارمغان می‌آورد. افزایش سطح درآمد خانوارهای روستایی، منابع مالی لازم را برای تأمین نیازهای اساسی، بهداشتی، آموزشی و رفاهی آنان فراهم کرده و به این ترتیب، کیفیت زندگی و سطح معیشت اقشار کم‌درآمد روستا را ارتقا می‌بخشد. این نتیجه با یافته‌های پژوهشی تورنتون و همکاران (Thornton et al., 2019) هم‌راستا است.

گردشگری کشاورزی به‌عنوان یک پدیده اقتصادی، هرچند می‌تواند فرصت‌هایی برای توسعه محلی و ایجاد مشاغل جدید فراهم کند، اما درعین حال می‌تواند آثار منفی نیز بر روی فرهنگ، محیط زیست و جامعه محلی داشته باشد. یکی از اصلی‌ترین چالش‌ها، تغییر در هویت فرهنگی و سنت‌های محلی است. افزایش تعداد گردشگران ممکن است به فشار برای تغییر شیوه‌های زندگی و انحراف از الگوهای سنتی منجر شود. همچنین، توسعه زیرساخت‌های گردشگری همچون جاده‌ها، اقامتگاه‌ها و تفریحات طبیعی، خطرات زیست‌محیطی را نیز به همراه دارد. این تغییرات می‌توانند منجر به تخریب اکوسیستم‌های محلی، آلودگی منابع آب و خاک، و افزایش مصرف منابع طبیعی شوند. در نظر گرفتن این آثار مخرب نه تنها به جامعیت تحقیق کمک می‌کند، بلکه می‌تواند منجر به توسعه راهکارهایی برای مدیریت بهینه گردشگری شود تا در کنار بهره‌برداری‌های اقتصادی، حفظ فرهنگ و محیط زیست نیز مدنظر قرار گیرد. این رویکرد می‌تواند اطمینان حاصل کند که توسعه گردشگری کشاورزی، پایدار و مسئولانه انجام می‌شود و به‌عنوان یک عامل مثبت در توسعه مناطق روستایی عمل کند.

منابع

1. Babaei, M.H., Afsharzadeh, N., Ghasemi, J. & Karimian, N. (2023). Analysis of the effects of tourism entrepreneurship on rural development (Case study: Rural areas of Rijab district in Kermanshah Province). *Journal*

-
- of *Entrepreneurship Research*, 2(3), 89-111. <https://doi.org/10.22034/jer.2023.1985978.1020>. [In Persain]
2. Bastenegar, M. (2023). Development of agritourism in the wetland city of Bandar Khamir using strategic analysis of SOAR. *Tourism of Culture*, 4(13), 24-33. <https://doi.org/10.22034/toc.2023.394621.1118>. [In Persain]
 3. Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C. & Marin, D. (2019). Agritourism-A sustainable development factor for improving the 'health' of rural settlements. Case study Apuseni mountains area. *Sustainability*, 11(5), 1467. <https://doi.org/10.3390/su11051467>.
 4. Cunha, C., Kastenholz, E. & Carneiro, M.J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>.
 5. Davari, A., Ranjbar, M. & Tavakolan, A. (2023). Entrepreneurship and its role in the development of rural economy with emphasis on tourism case study of East Azerbaijan province thesis. *Geographical Engineering of Territory*, 7(2), 351-366. <https://doi.org/10.22034/JGET.2023.147995>. [In Persain]
 6. Dincer, F.I., Dincer, M.Z. & Yilmaz, S. (2015). The economic contribution of Turkish tourism entrepreneurship on the development of tourism movements in Islamic countries. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 413-422. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.483>.
 7. Doh, K., Park, S. & Kim, D.Y. (2017). Antecedents and consequences of managerial behavior in agritourism. *Tourism Management*, 61(1), 511-522. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.03.023>.
 8. Farahani, H., Hoseyni, S.P. & Bayazidi, S. (2018). Analysis of factors affecting rural tourism entrepreneurship case study: Zoeram rural district, Shirvan Township. *Rural Development Strategies*, 5(3), 329-346. <https://doi.org/10.22048/rdsj.2019.128321.1727>. [In Persain]
 9. Figueroa-Armijos, M., Dabson, B. & Johnson, T.G. (2012). Rural entrepreneurship in a time of recession. *Entrepreneurship Research Journal*, 2(1), 1-29. <https://doi.org/10.2202/2157-5665.1044>.
 10. Fotoohi, M., Hosseininia, G. & Sajjadi, S.M. (2021). Effects of agro tourism on rural entrepreneurship development with a focus on sustainable development: A Case study: (Significant villages of Yazd province). *The Journal of Geographical Research on Desert Areas*, 9(2), 245-267. [In Persain]
 11. Gaddefors, J., & Anderson, A.R. (2019). Romancing the rural: Reconceptualizing rural entrepreneurship as engagement with context (s).

- The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(3), 159-169. <https://doi.org/10.1177/1465750318785545>.
12. Guo, Y., Zhu, L. & Zhao, Y. (2023). Tourism entrepreneurship in rural destinations: Measuring the effects of capital configurations using the fsQCA approach. *Tourism Review*, 78(3), 834-848. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2022-0333>.
13. Hatami Shahkhali, S.M. (2022). Factors affecting the promotion of tourism entrepreneurship in rural areas with emphasis on environmental protection. *Journal of Environmental Research and Technology*, 9(6), 23-33. [In Persain]
14. Hwang, J., & Lee, S. (2015). The effect of the rural tourism policy on non-farm income in South Korea. *Tourism Management*, 46, 501-513. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.07.018>.
15. Karimi, E., Gorji, M. & Samiei, R. (2021). Presenting a model of agricultural tourism with a grounded theory approach. *Geographical Planning of Space*, 11(40), 133-146. <https://doi.org/10.30488/gps.2021.272229.3366>. [In Persain]
16. Lai, Y., & Vonortas, N.S. (2019). Regional entrepreneurial ecosystems in China. *Industrial and Corporate Change*, 28(4), 875-897. <https://doi.org/10.1093/icc/dtz045>.
17. Morales-Zamorano, L.A., Camacho-García, A.L., Bustamante-Valenzuela, A.C., Cuevas-Merced, I. & Suarez-Hernández, Á.M. (2020). Value chain for agritourism products. *Open Agriculture*, 5(1), 768-777. <https://doi.org/10.1515/opag-2020-0069>.
18. Naderi, A., Nasrolahi Vosta, L., Ebrahimi, A. & Jalilvand, M.R. (2019). The contributions of social entrepreneurship and transformational leadership to performance: Insights from rural tourism in Iran. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(9/10), 719-737. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-06-2019-0124>.
19. Pazoki, M. (2022). The role of human driving forces of tourism entrepreneurship in sustainable rural development (Case study: Villages of Filestan rural district). *Journal of Geography and Planning*, 26(79), 77-61. <https://doi.org/10.22034/gp.2021.44892.2801>. [In Persain]
20. Rezaei, R., Hosseini, S.M. & Mohammadi Pabandi, M. (2015). Identifying and analyzing the barriers to organizational entrepreneurship development in rural development cooperatives in the Zanjan province. *Rural Development Strategies*, 2(2), 21-40. <https://doi.org/10.22048/rdsj.2015.13409>. [In Persain]

21. Romanenko, Y.O., Boiko, V.O., Shevchuk, S.M., Barabanova, V.V. & Karpinska, N.V. (2020). Rural development by stimulating agro-tourism activities. *International Journal of Management*, 11(4), 685-693.
22. Talmaciu, M. (2012). Considerations regarding the development of Romanian regional economies through innovation and entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 3, 914-920. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00250-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00250-X).
23. Thornton, P.K., Loboguerrero Rodriguez, A.M., Campbell, B.M., Mercado, L., Shackleton, S. & Kavikumar, K.S. (2019). Rural livelihoods, food security and rural transformation under climate change. Rotterdam and Washington, DC: Global Commission on Adaptation. Available at: <https://hdl.handle.net/10568/105762>.
24. Utami, D.D., Dhewanto, W. & Lestari, Y.D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>.
25. Yazdani, R., Khayrandish, M., Mohammadi Khyareh, M., Amini. H. (2020). Study of factors affecting rural development, with a focus on the role of agricultural entrepreneurship (Case study: North Khorasan province). *Journal of Entrepreneurial Strategies in Agriculture*, 7(13), 63-77. <https://doi.org/10.52547/jea.7.13.63>. [In Persain]

