



Analysis of the Role of Tourism Policies in Increasing Entrepreneurial Spirit and Motivation in the Villages of Ramsar County

Mohammad Kazem Hallaji Sani¹, Nasrollah Molaeih Hashjin^{2*} & Mohammadbaset Ghoreyshi³

1. Ph.D Student, Department of Geography, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

2. Department of Geography, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

3. Department of Geography, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

* Corresponding author: Email: nmolaeih@iaurasht.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:

Received: 07 March 2021

Received in revised form: 21

February 2022

Accepted: 02 May 2021

Published online: 21 March 2025

Keywords:

Rural tourism, tourism policy, rural development, Entrepreneurship, Ramsar County

Introduction: Rural development plays an important role in achieving national development goals. In such a way that many experts consider rural development as the driving force of development in third world countries, especially in the early stages of development, and consider achieving it as an inevitable necessity. Therefore, in order to overcome the economic-social issues faced by rural communities in the last few decades, the entrepreneurial approach has been considered as one of the important strategies of rural development.

Research Aim: The main purpose of this research is to analyze and identify effective tourism policies on increasing the motivation and spirit of entrepreneurship in the villages of Ramsar County. In the field of continuous indicators, 19 indicators were selected in the four dimensions of foresight, self-confidence, risk-taking and innovation and creativity. The statistical population of the present study was the target villages of tourism in Ramsar County.

Methodology: The descriptive-analytical research method was used to collect the information using the questionnaire technique. One-sample t-test, Pearson's correlation coefficient and multivariate linear regression were used for data analysis.

Results: The findings showed that 5 policies are effective in the field of changes in the foresight variable. In this framework, policies to encourage the private sector to work in the development of rural tourism with a coefficient of 0.637 had the greatest power to predict changes in the future perspective variable. Based on the obtained results, the policies of promotion of public culture in the field of tourism in villages have up to 70% of the changes of self-confidence variable.

Conclusions: The variable of risk taking had the greatest impact on the policies of holding short-term training courses in the field of tourism in villages with a coefficient of 0.637. Finally, regarding the variable of innovation and creativity, the provision of various educational programs in different sectors of rural tourism and policies to encourage the private sector to work in the development of rural tourism had the greatest impact.

Cite this article: Hallaji Sani, M.K., Molaeih Hashjin, N., & Ghoreyshi, M.B. (2025). Analysis of the Role of Tourism Policies in Increasing Entrepreneurial Spirit and Motivation in the Villages of Ramsar County. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 20(1), 1-14.

 <https://doi.org/10.71633/jshsp.2025.1032218>



© The Author(s)

Publisher: Islamic Azad University, Rasht Branch

Extend Abstract

Introduction

Entrepreneurship is a major force in economic development, driving growth in production and services through change and innovation. There are many definitions of this concept. For some, entrepreneurship mainly means innovation, and for others, it means risk-taking. Some see it as a stabilizing and balancing force in the market, while others see it as starting and managing a small business. Rural entrepreneurship is the effort to create value by identifying business opportunities, managing risk appropriately for those opportunities, and mobilizing the human, material, and financial resources necessary to create businesses in rural areas. According to Wert man, rural

entrepreneurship is the creation of a new organization that introduces a new product or service, creates a new market, or uses new technology in a rural environment. Rural entrepreneurship and the new socio-economic system in the village. Today, much attention has been paid to the role of entrepreneurship in rural development at the national level, so that in developing countries, rural development programs are implemented with a focus on improving the lives of villagers and with the aim of increasing the productivity of rural areas in the path of sustainable development, and with the aim of improving the quality of life of villagers, a healthy economy, and protecting the environment.

Methodology

The present study is applied in terms of its purpose and research method, descriptive-analytical. The questionnaire method was used to collect information. The statistical population of the present study was the tourism target villages in Ramsar County. Based on the studies of primary documents, 25 tourism target villages were identified in this city. The whole-count method was used

for sampling and 25 tourism target villages were examined. A total of 150 questionnaires were completed by the council and village heads of the sample villages. After collecting information, the one-sample t-test, Pearson correlation coefficient, and multivariate linear regression methods were used for analysis.

Results and discussion

Based on the results of Pearson's correlation coefficient in examining the relationship between the future-oriented variable and tourism policies, this variable, with a coefficient of 0.657 and a significance level of 0.000, had the highest correlation and relationship with policies encouraging the private sector to engage in rural tourism development. The relationship between the self-confidence variable and tourism policies, with a coefficient of 0.711 and a significance level of 0.000, had the highest correlation and relationship with policies to promote public culture in the field of tourism in villages. Based on the results

obtained, the continuous variable of self-confidence had a statistically significant relationship with policies to promote security in rural tourism attractions, policies to prevent the destruction of natural landscapes and unauthorized construction in villages, providing necessary training for rural tourism professionals and managers, policies to promote the participation of women and girls in rural tourism activities, and finally with policies to increase the ability and motivation of locals to invest in the rural tourism sector.

In examining the relationship between the risk-taking variable and tourism policies,

this variable, with a coefficient of 0.652 and a significance level of 0.000, had the highest correlation and relationship with policies for holding short-term training courses in the field of tourism in villages. Based on the results obtained, the continuous variable of risk-taking had a statistically significant relationship with improving the skills of rural youth through experience, long-term education and learning in villages, policies to promote general culture in the field of tourism in villages, policies to promote the participation of women and girls in rural tourism activities, policies to promote broad social relations between the host and guest communities, and useful and efficient information and advertising to attract and retain tourists in villages. In examining the relationship between the innovation and creativity variable and tourism policies, this variable had the highest correlation and relationship with policies for providing

Conclusion

In the present study, the role of tourism policies in increasing motivation and entrepreneurial spirit in tourism target villages in Ramsar city was examined. The results showed that there is a significant relationship between these policies and entrepreneurship indicators. The results of multivariate linear regression analysis showed that 5 policies are effective in the context of changes in the future-oriented variable. In this framework, policies encouraging the private sector to be active in rural tourism development had the highest predictive power of changes in the future-oriented variable with a coefficient

of 0.637. Based on the results obtained, policies to promote public culture in the field of tourism in villages accounted for about 70 percent of the changes in the self-confidence variable. The risk-taking variable was most affected by policies to hold short-term training courses in the field of tourism in villages with a coefficient of 0.637. Finally, regarding the innovation and creativity variable, providing diverse educational programs in different sectors of rural tourism and policies encouraging the private sector to be active in rural tourism development had the highest impact.

diverse educational programs in different sectors of rural tourism, with a coefficient of 0.745 and a significance level of 0.000. Based on the results obtained, the continuous variable of innovation and creativity had a statistically significant relationship with policies for setting up rural houses with details of rural life, providing necessary training for professionals and managers of rural tourism, improving the skills of rural youth through experience, long-term education and learning in villages, policies for developing rural tourism in various areas of health, sports, food, etc., policies for encouraging the private sector to be active in developing rural tourism, policies for strengthening and creating local markets in the countryside in the agricultural and handicraft sectors, policies for revitalizing and activating rural industries, and holding various rural festivals.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

His article is an excerpt from a doctoral dissertation in Geography and Rural Planning, which was conducted under the guidance of Dr.

Nasrollah Molaei Hashjin and the advice of Dr. Mohammad Baset Qureshi at Islamic Azad University, Rasht Branch.

Conflict of Interest

The authors of this study declare that they have completely avoided publication ethics, including plagiarism, misconduct, data falsification, or dual submission and publication, in relation to

the publication of the presented article, and that there are no commercial interests in this regard, and the authors have not received any payment for presenting their work.

Acknowledgments

This article is an extract from a doctoral dissertation in geography and rural planning conducted at Islamic Azad University, Rasht

Branch, and the efforts of the supervisors and advisors in conducting this research are appreciated.





تحلیل نقش سیاست‌های گردشگری در افزایش روحیه و انگیزه کارآفرینی در روستاهای شهرستان رامسر

محمد کاظم حلاج ثانی، نصرالله مولائی هاشجین^{۲*} و محمد باسط قریشی^۳

۱. دانشجوی دکتری، گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

۲. گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

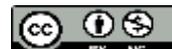
۳. گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

* نویسنده مسئول: Email: nmolaeih@iaurasht.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	مقدمه: توسعه روستایی نقش مهمی در رسیدن به اهداف توسعه ملی دارد. به گونه‌ای که بسیاری از صاحب نظران توسعه روستایی را موتور محرکه توسعه در کشورهای جهان سوم بخصوص در مراحل اولیه توسعه دانسته و دستیابی به آن را ضرورتی اجتناب‌پذیر می‌دانند. از این رو برای غلبه بر مسائل اقتصادی - اجتماعی پیش روی جوامع روستایی در چند دهه اخیر رویکرد کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته است.
تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۷	هدف: هدف اصلی از انجام این پژوهش، تحلیل و شناسایی سیاست‌های گردشگری مؤثر بر افزایش انگیزه و روحیه کارآفرینی در روستاهای شهرستان رامسر است.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۰/۰۲/۰۲	روش پژوهش: پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و ماهیت روش آن توصیفی - تحلیلی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، روستاهای هدف گردشگری در شهرستان رامسر بوده است. براساس مطالعات اسناد فرادست، ۲۵ روستای هدف گردشگری در این شهرستان شناسایی شد. روش انجام پژوهش توصیفی - تحلیلی و برای گردآوری اطلاعات از تکنیک پرسشنامه استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز از آزمون‌های آماری تی تک نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شد.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۱۲	یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد که در زمینه تغییرات متغیر آینده نگری، ۵ سیاست تأثیرگذار هستند. در این چارچوب، سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی با ضریب ۰/۶۳۷ بیشترین قدرت پیش‌بینی تغییرات متغیر آینده‌نگری را داشت. براساس نتایج بدست آمده، سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها تا حدود ۷۰ درصد از تغییرات متغیر اعتماد به نفس را دارد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۰۱	نتایج: متغیر ریسک‌پذیری بیشترین تأثیرپذیری را از سیاست‌های برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها با ضریب ۰/۶۳۷ داشت. نهایتاً در خصوص متغیر نوآوری و خلاقیت، ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی و سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی بیشترین تأثیرگذاری را داشتند.
کلیدواژه‌ها: گردشگری روستایی، سیاست گردشگری، توسعه روستایی، کارآفرینی، شهرستان رامسر	

استناد: حلاجی ثانی، محمد کاظم؛ مولائی هاشجین، نصرالله و قریشی، محمد باسط. (۲۰۲۵). تحلیل نقش سیاست‌های گردشگری در افزایش روحیه و انگیزه کارآفرینی در روستاهای شهرستان رامسر. *مجله مطالعات برنامه‌ریزی سکونتگاه‌های انسانی*، ۲۰(۱)، ۱-۱۴.

<https://doi.org/10.71633/jshsp.2025.1032218>



مقدمه

گسترش بی‌رویه شهرنشینی و عدم توجه به روستاها، مسائل و چالش‌های فراوانی را برای فرایند توسعه روستایی ایجاد کرده و شواهد حاکی از سیر نزولی در این فرایند است (Chigbu, 2012: 212). با توجه به نقش‌های متعددی که روستاییان در فرایند توسعه ملی به ویژه در زمینه تأمین مواد غذایی به عهده دارند، توسعه این نواحی اهمیت و ضرورت زیادی دارد (Erjaee et al., 2016). از سوی دیگر باید توجه داشت با روند نزولی وضعیت اقتصاد روستا، جابجایی و مهاجرت‌های گسترده روستاییان به شهرها، گسترش فقر و بیکاری، عدم امنیت غذایی و قرار گرفتن عمده جمعیت در حاشیه، برنامه‌ریزی در جهت دستیابی به توسعه روستایی لازم و ضروری است (Akbarian Ronizi & Shaykh-Baygloo, 2015: 37). به طور کلی، هدف از توسعه، بهبود شرایط کلی زندگی مردم است. در هر کشوری اقشار خاصی از مردم هستند که وضعیت زندگی‌شان به مراتب بهتر از دیگران است، از این رو توسعه باید بیشترین توجه خود را به کسانی معطوف دارد که سطح زندگی‌شان مطلوب نیست (Maleki et al., 2009). توسعه روستایی به معنای عام اشاره به بهبود رفاه مردم روستایی دارد. اما این مفهوم به طور روزافزونی پیچیده تر شده و فراتر از حیط اقتصادی رفته و امروزه مفاهیمی نظیر توسعه پایدار را در بر گرفته است (Karimi et al., 2014). توسعه پایدار روستایی، علاوه بر بهبود نظام کل سکونتگاهی در کشور، می‌تواند توسعه فرهنگی - اجتماعی، کاهش اختلاف شهر و روستا و مهاجرت معکوس از شهر به روستا را رقم زند (Rasul, 2016: 22). توسعه پایدار روستایی رهیافتی برای توسعه است که در آن کارایی، عدالت و پایداری با هم تلفیق شده‌اند به طوری که کارایی متضمن استفاده بهینه از منابع طبیعی است، عدالت متضمن فقرزدایی و کاهش شکاف بین فقرا و ثروتمندان است و هدف از پایداری نیز، پایداری معیشت با حفظ امرار معاش آینده از طریق حفظ منابع طبیعی است (Brouwer et al., 2004). البته باید به این نکته توجه داشت که امروزه تأثیر و اهمیت نقش مؤثر مردم و مشارکت آن‌ها در حرکت به سمت توسعه پایدار روستایی بر کسی پوشیده نیست (Flora et al., 2000).

در این زمینه یکی از رویکردهای اساسی اتخاذ سیاست‌های مناسب در زمینه توسعه گردشگری نواحی روستایی است. امروزه در جوامع بین‌المللی، گردشگری و سیاست‌های توسعه گردشگری راهکار مناسبی برای توسعه و بهبود اقتصاد محلی مطرح است (Wilson et al., 2001: 133). گردشگری اغلب به‌عنوان ابزاری واقع‌بینانه برای کسب ارز خارجی، ایجاد اشتغال و جذب سرمایه‌گذار خارجی دیده می‌شود (Azadeh & Varesi, 2019: 42). از سوی دیگر گردشگری به عنوان ابزاری برای تحریک اقتصادهای بحرانی و تقویت فعالیت‌های توسعه‌ای طریق ایجاد مشاغل و درآمد در نظر گرفته می‌شود (Liu & Wall 2006: 160). مطالعات حاکی از آن است که توسعه گردشگری بر روی فعالیت‌های اقتصادی تأثیرات قابل توجهی داشته و باعث تقویت پایه‌های اقتصادی جوامع می‌شود. در جوامع روستایی، گردشگری و اتخاذ سیاست‌های مناسب گردشگری از طریق توسعه کارآفرینی، بهبود وضعیت اقتصادی و نهایتاً توسعه پایدار روستایی را منجر می‌شود. در شرایط فعلی و در جوامع روستایی سطح درآمدی حاصل از فعالیت‌های کشاورزی بسیار کاهش یافته و افزایش نرخ بیکاری، مهاجرت جوانان روستایی به شهرها، خالی از سکنه شدن روستاها و مسائلی از این قبیل، توسعه روستایی را به مخاطره انداخته است. لذا ضرورت دارد تا با تکیه بر ظرفیت‌های درونی و توسعه قابلیت‌های گردشگری، زمینه را برای توسعه کسب و کارهای جدید، کوچک و متوسط و در مجموع توسعه کارآفرینی فراهم آورد. در مجموع باید گفت نواحی روستایی ایران در زمینه اشتغال با مشکلات عدیده‌ای روبرو بوده و از دیدگاه بسیاری از محققان، کمبود فرصت‌های کارآفرینی یکی از مهم‌ترین موانع دستیابی به توسعه پایدار در این نواحی به شمار می‌رود (Ghadirimasoum et al., 2014: 4). نکته حائز اهمیت این است که علیرغم اهمیت روزافزون پدیده کارآفرینی و نقش آن در اقتصاد جهانی در کشور ما، کمتر به آن پرداخته شده است. مسائلی چون وجود ترکیب جمعیتی جوان و مشکل اشتغال و بیکاری، لزوم توجه هر چه بیشتر کارآفرینی را روشن می‌سازد.

جنبه‌های گوناگون گردشگری با توجه به نیازمندی‌های گردشگران موجب شکل‌گیری اقسام گردشگری شده است. توسعه گردشگری روستایی روندی است که در اکثر کشورهای اروپایی به عنوان فعالیت مکمل بالقوه برای جوامع روستایی مرسوم است (Gamma et al., 2004: 1). در واقع توریسم روستایی به عنوان یک فعالیت چند کارکردی، شبکه‌ها و ارتباطات بین فعالیت‌های متعدد موجود در مناطق روستایی از قبیل کشاورزی، اوقات فراغت، صنایع دستی و محلی، نوآوری‌های فرهنگی و نظایر آن را تقویت می‌کند که این ارتباطات می‌تواند به متنوع سازی اقتصادی و در نهایت توسعه جوامع محلی کمک کند (Figueiredo & Raschi, 2013: 1). توسعه گردشگری روستایی برای ایجاد توازن در برقراری ارتباط روستاییان و سایر مناطق مسکونی مؤثر

است. در واقع یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی به شدت رشد و گسترش می‌یابد صنعت گردشگری است و نقاط روستایی نیز به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های گردشگری و زیبایی طبیعی، می‌تواند یکی از کانون‌های گردشگری و قلمرو سرزمینی باشد. از بین فرصت‌های گردشگری موجود در مناطق روستایی، وجود جاذبه‌های طبیعی (رودخانه‌ها، کوه‌ها، دشت‌ها، کویر و...) چشم‌اندازهای بکر و آب‌وهوای مناسب زمینه را برای انواع اکوتوریسم در روستاها بیش از جنبه‌های دیگر گردشگری تقویت می‌کند (Habibi et al., 2019: 307).

کارآفرینی نیروی اصلی در توسعه اقتصادی به حساب می‌آید، که با استفاده از تغییر و نوآوری، رشد تولید و خدمات را به وجود می‌آورد. تعاریف بسیار زیادی درباره این مفهوم وجود دارد. برای بعضی کارآفرینی عمدتاً معنای نوآوری می‌دهد (Dinis, 2006) و برای بعضی دیگر معنای ریسک‌پذیری می‌دهد. عده‌ای آن را نیروی تثبیت‌کننده و متعادل‌کننده بازار می‌دانند (Polo-Peña et al., 2013) و عده‌ای دیگر هم آن را راه‌اندازی و مدیریت یک کسب و کار کوچک می‌دانند. کارآفرینی به عنوان یک رشته علمی از اهمیت زیادی برخوردار است که نه تنها به عنوان حلقه اتصال بین اختراع، نوآوری و تولید محصولات و خدمات جدید نقش ایفا می‌کند، بلکه به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصادی نیز عمل می‌کند (Dobrev & Branett, 2005: 25). شواهد بسیاری مبنی بر وجود رابطه علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (Chowdhury, 2007: 240). فرایند کارآفرینی از اجزا و عناصری تشکیل شده است که در جدول (۱)، به آن اشاره می‌شود.

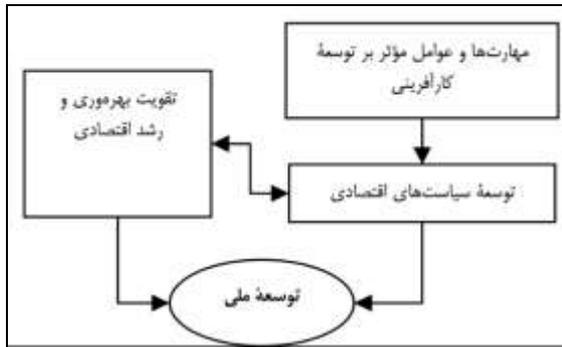
جدول ۱. عناصر تشکیل دهنده کارآفرینی

اجزا	تعریف
کارآفرین	فردی که تصمیم آگاهانه می‌گیرد تا کار جدیدی را شروع کند.
فرصت	فرصت‌های موجود در بازار را شناسایی کرده و به آنالیز آن می‌پردازد
ساختار	کارآفرین تصمیم می‌گیرد به طور فردی یا تضامنی یا شرکت سهامی کار را آغاز کند.
منابع	شامل شناسایی منابع حمایت‌کننده برای سرمایه‌گذاری (مانند دولت) و جلب نظر آن‌ها می‌باشد.
استراتژی	هدف‌های کلی کار، استراتژی‌ها و برنامه‌های اجرایی معین و اجرا می‌شوند.

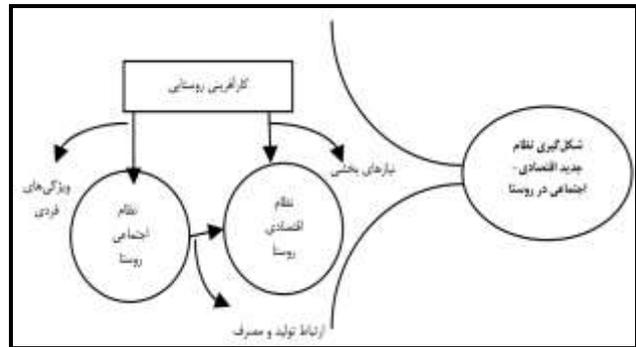
Source: Peak & Marshall, 2006: Kfu

کارآفرینی روستایی عبارت است از تلاش برای خلق ارزش از طریق شناسایی فرصت کسب‌وکار، مدیریت خطرپذیری متناسب با آن فرصت، و بسیج کردن منابع انسانی، مادی و مالی لازم برای ایجاد کسب و کار در نواحی روستایی (Saxena, 2012). از نظر ورتمن، کارآفرینی روستایی عبارت است از ایجاد سازمانی جدید که یک تولید یا خدمت جدید را معرفی یا بازار جدیدی را ایجاد می‌کند و یا از فناوری جدید در محیط روستایی استفاده می‌نماید (Heriot & Campbell, 2002: 2). امروزه در بیشتر کشورها، نسبت به کارآفرینی و کارآفرینان توجهی خاص صورت می‌گیرد. همچنین، تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه کشورهای درحال توسعه به شمار می‌رود؛ زیرا یک فعالیت کارآفرینی با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی (از جمله ایجاد اشتغال، نوآوری در فعالیت‌ها، و رقابت‌پذیری) می‌انجامد. بنابراین، امروزه، در نظریه‌های اقتصادی، به فعالیت‌های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می‌شود (Verheul, 2001: 4). نقش کارآفرینی در توسعه روستایی به دلیل ترکیب سه نیروی اصلی بسیج منابع، خلاقیت، و استفاده از فرصت‌های منحصربه‌فرد درخور توجه است (Izadi & Barzegar, 2013: 904). کارآفرینی می‌تواند با ایجاد جو رقابتی در بین روستاییان، عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری در روستاها شود و از این رهگذر باعث اشتغال‌زایی و تشویق به کسب‌وکارهای جدید در مناطق روستایی گردد و کیفیت زندگی روستاییان را بهبود بخشد. ضمن این که کارآفرینی می‌تواند منجر به توزیع مناسب درآمد و ایجاد تعادل منطقه‌ای شود و توسعه اقتصادی، اجتماعی و رفاه در روستاها را به همراه داشته باشد که یکی از نتایج آن کاهش پدیده مهاجرت به شهرها است (Fallah Haghghi, 2017: 118). کارآفرینی روستایی، کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع، افزایش درآمد، بهبود وضعیت اقتصادی و توانمندی جامعه روستایی را در پی دارد و بدین سان از آن به عنوان راهکاری مناسب و مؤثر در تسریع جریان توسعه روستایی نام می‌برند. شکل (۱)، کارآفرینی روستایی و نظام جدید اقتصادی - اجتماعی را در روستا نشان می‌دهد. امروزه، به نقش کارآفرینی در توسعه روستایی در سطح ملی توجه زیادی شده است، به طوری که در کشورهای درحال توسعه، برنامه‌های توسعه روستایی با تمرکز بر بهبود زندگی روستاییان و با هدف افزایش بهره‌وری مناطق روستایی در مسیر توسعه

پایدار، و با هدف بهبود کیفیت زندگی روستاییان، اقتصاد سالم، و حفظ محیط زیست اجرا می‌شود (Izadi & Barzegar, 2013: 906). در شکل (۲) ارتباط کارآفرینی و سطوح مختلف برنامه‌ریزی و تأثیر آن بر توسعه ملی نشان داده شده است.



شکل ۲. ارتباط کارآفرینی با توسعه ملی (منبع: Sharma et al., 2010: 33)



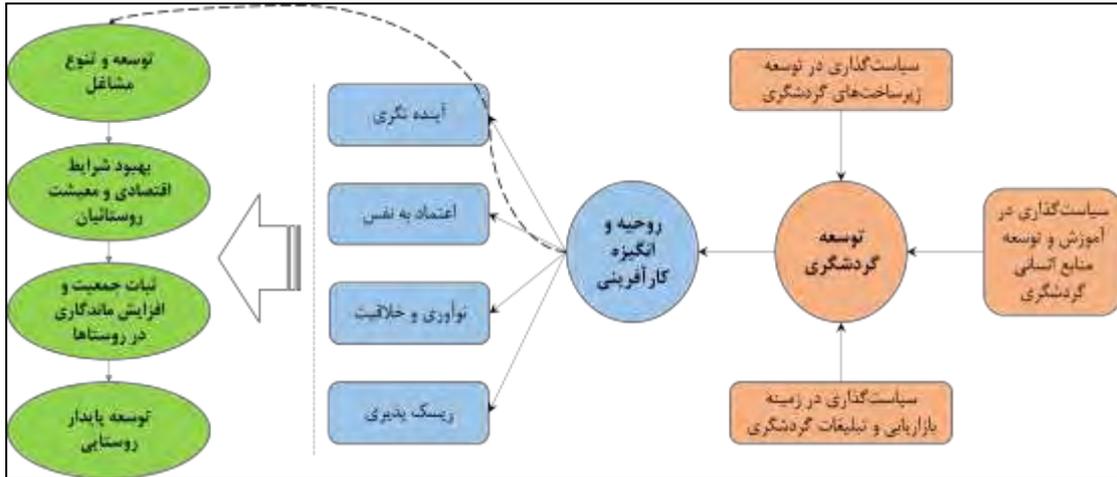
شکل ۱. کارآفرینی روستایی و نظام جدید اقتصادی - اجتماعی روستا (منبع: Gulumsfer et al., 2009: 5)

در خصوص توسعه گردشگری و اثرات آن در توسعه کارآفرینی روستایی پژوهش‌های گوناگونی انجام شده است. در ادامه به تعدادی از این پژوهش‌ها اشاره شده است:

جدول ۲. خلاصه نتایج و یافته‌های پژوهش‌های پیشین

عنوان پژوهش	خلاصه نتایج و یافته‌ها	مآخذ
تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌های توسعه کارآفرینی روستایی	این پژوهش با هدف تدوین و اعتبارسنجی شاخص‌های بومی‌سازی شده توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی ایران انجام شده است. از این رو ۳۶ شاخص از ادبیات نظری استخراج و از طریق پرسشنامه در معرض قضاوت و داوری قرار گرفت. نتایج نشان می‌دهد که به لحاظ میانگینی همه شاخص‌ها بالاتر از حد متوسط می‌باشند و در بین ابعاد مختلف، بعد مربوط به سیاست‌ها و رویه‌های قانونی از اهمیت بالاتری نسبت به ابعاد دیگر در زمینه کارآفرینی اکوتوریستی برخوردار هستند.	Sajasi gheydari et al., 2014
تحلیل فرصت‌های کارآفرینی در گردشگری روستایی استان البرز	پژوهش حاکی از آن است که در روستاهای البرز فرصت‌های کارآفرینی در راستای جاذبه‌های طبیعی و تفریحی در اولویت قرار دارد و بعد از آن گردشگری بومی و سوغات و صنایع دستی قرار دارد. و اینکه راه اندازی جاذبه‌های طبیعی گردی و راه اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی از مهم ترین فرصت‌های شناسایی شده جهت راه اندازی کسب و کار در حوزه گردشگری روستایی است	Nik Raftar & Nosratifar, 2017
تبیین نقش گردشگری در کارآفرینی نواحی روستایی	بین گردشگری و کارآفرینی روستایی رابطه مستقیم وجود دارد. نتایج پژوهش با توجه به بررسی‌های صورت گرفته بیان کننده اهمیت گردشگری در روند افزایش اشتغال و رشد کارآفرینی می‌باشد و افزایش توان گردشگری روستایی باعث رونق کسب و کار و افزایش فرصت‌های کارآفرینی و رشد اشتغال در مناطق روستایی می‌گردد.	Habibi et al., 2019
عامل کارآفرینی در توسعه گردشگری پایدار	کارآفرینی یک نیروی مرکزی در توسعه اقتصادی بوده و این نیرو رشد و توسعه را به همراه دارد. در واقع می‌توان گفت کارآفرینی به عنوان ابزاری برای ایجاد تحولات اقتصادی می‌باشد. گردشگری یکی از بخش‌های اقتصاد است که با کارآفرینی ارتباط زیادی دارد.	Lordkipanidze et al, 2005
کارآفرینی در صنعت توریسم با تأکید بر کشورهای در حال توسعه	ضعف مدیران در کسب مهارت و دانش، به عنوان مانعی برای رسیدن به کارآفرینی و در مقابل نقش دولت به عنوان ابزاری مؤثر در این زمینه مطرح شده است.	Jaafar, 2011
بررسی شیوه زندگی کارآفرینان و عوامل مؤثر بر شکل گیری هویت آنان در راستای توسعه گردشگری	در این پژوهش هویت کارآفرینان را متأثر از سبک زندگی آنان دانسته و بر اساس هویت کارآفرینان آن را به ۴ دسته تقسیم کرده است: کارآفرین مدرن، کارآفرین وفادار، کارآفرین آزادی طلب و کارآفرین پست مدرن.	Bredvold & Skålen, 2016

با توجه به ساختار اقتصادی ایران، برای ایجاد توسعه‌ای همه جانبه و پایدار و همچنین جایگزینی منابع درآمدی جدید، نیازمند استفاده از تمامی امکانات و قابلیت‌ها هستیم (Hoseyni & sazvar, 2012: 120). از این رو در جامعه روستایی شهرستان رامسر نیز، ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری فراوانی وجود دارد که شواهد نشان از آن دارد که اتخاذ سیاست‌ها مناسب گردشگری در روستاهای هدف گردشگری این شهرستان، باعث بهبود روحیه و انگیزه کارآفرینی شده است. از این رو در پژوهش حاضر، از طریق پیمایش محیطی و با تحلیل نقش سیاست‌های گردشگری در توسعه کارآفرینی روستاهای شهرستان رودسر است، تلاش می‌گردد تا بدین منظور نائل شویم که کدام سیاست‌ها بیشترین تأثیرگذاری را بر بهبود اقتصاد و کارآفرینی روستاهای محدوده مورد مطالعه داشته‌اند.



شکل ۳. مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و روش انجام پژوهش، توصیفی - تحلیلی است. برای گردآوری اطلاعات نیز از روش پرسشنامه استفاده شد. جامعه آماری پژوهش حاضر، روستاهای هدف گردشگری در شهرستان رامسر بود. براساس مطالعات اسناد فرادست، ۲۵ روستای هدف گردشگری در این شهرستان شناسایی شد. برای نمونه‌گیری نیز از روش تمام شماری استفاده شد و ۲۵ روستای هدف گردشگری، مورد بررسی قرار گرفت. در مجموع تعداد ۱۵۰ پرسشنامه توسط شورا و دهیاران روستاهای نمونه تکمیل شد. پس از گردآوری اطلاعات، برای تجزیه و تحلیل، از روش‌های آزمون تی تک نمونه‌ای، ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شده است. در این پژوهش ۲۸ نوع سیاست گردشگری در سه بعد زیرساخت‌های گردشگری، آموزش و توسعه منابع انسانی و بازاریابی و تبلیغات گردشگری، به عنوان شاخص‌های مستقل انتخاب شدند. در زمینه شاخص‌های پیوسته نیز، ۱۹ شاخص در چهار بعد آینده نگری، اعتماد به نفس، ریسک پذیری و نوآوری و خلاقیت انتخاب گردید (جدول ۳).

جدول ۳. متغیرها و شاخص‌های پژوهش

وابسته		مستقل	
شاخص	متغیر	شاخص	متغیر
		سیاست‌های ارتقاء امنیت درجاذبه‌های گردشگری روستایی	
		سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی	
		سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی	
میزان انگیزه تغییر در کیفیت زندگی در بین جوانان و اهالی روستا		سیاست‌های بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلا‌تی به روستاها	زیرساخت‌های گردشگری
میزان توجه والدین به آینده خانواده و فرزندان خود		سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها	
میزان برنامه‌ریزی و مناسبت برنامه اهالی روستا برای انجام فعالیت‌های خود	آینده نگری	سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها	
میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا، از پشتکار و ایستادگی		سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجازدر روستاها	
		راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی	
		ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	
میزان برخورداری اهالی روستا از استقلال فردی در تصمیم‌گیری‌ها و انجام فعالیت‌ها		برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	آموزش و توسعه منابع انسانی گردشگری
میزان عدم برخورداری اهالی روستا از استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل	اعتماد به نفس	ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	
میزان علاقه اهالی روستا به خود اشتغالی		ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی	
میزان اطمینان اهالی روستا به انجام موفقیت‌آمیز در موقع روپارویی با طرح‌ها یا پروژه‌های جدید			

<ul style="list-style-type: none"> - میزان حاضر بودن اهالی روستا به مواجه شدن با چالش‌ها و سختی‌ها - میزان علاقه جوانان و اهالی روستا به انجام کارهای سخت و جدید - میزان عدم ترس جوانان و اهالی روستا از پیشگام بودن و ابتکار - میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا از روحیه بلند پروازانه 	ریسک پذیری	<ul style="list-style-type: none"> - سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها - تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها - سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های گردشگری روستاها - سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستائیان؛ - سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان
<ul style="list-style-type: none"> - میزان وجود انگیزه زیاد نواحی و به‌روز شدن در بین جوانان روستا - میزان برخورداری اهالی روستا و جوانان انگیزه تنوع بخشی به محصولات روستا - میزان استفاده اهالی روستا و جوانان از شیوه‌های نو در انجام فعالیت‌ها - میزان برخورداری جوانان روستا، همواره از کنجکاو ی و فکر کشف موارد جدید - میزان توانایی جوانان روستا به کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل - میزان تلاش جوانان روستا، برای آغاز پروژه‌های ناشناخته و جدید - میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا از ایده‌های جدید و متنوع برای فعالیت در روستا 	نوآوری و خلاقیت	<ul style="list-style-type: none"> - سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع همچون سلامت، ورزش غذا و ... - سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی - عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها - سیاست‌های طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای روستاهای گردشگر پذیر - ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها - اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی - اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها - سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی روستاها - سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها - سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها - برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی
		بازاریابی و تبلیغات گردشگری

قلمرو و جغرافیایی پژوهش

شهرستان رامسر باختری‌ترین استان مازندران و دروازه ورودی به گیلان بوده و مرکز آن از نظر جغرافیایی در ۳۹ درجه و ۵۰ دقیقه درازای خاوری و ۵۵ درجه و ۳۶ دقیقه‌ی پهنای شمالی قرار دارد. رامسر که در منتهی‌الیه باختر استان مازندران واقع است از شمال به دریای مازندران، از جنوب به بلندی‌های البرز میانی، از باختر به شهرستان رودسر (گیلان) و از خاور به شهرستان تنکابن محدود می‌شود و در مسیر راه اصلی چالوس - رشت قرار دارد. شهرستان رامسر با زیبایی وصف ناپذیر در انتهای غربی استان مازندران در دامنه جنگلی و زیبای البرز و سواحل رویایی دریای خزر آرمیده و با برخورداری از جاذبه‌های گردشگری و امکانات اقامتی، پذیرایی و تفریحی و کوتاهترین فاصله بین کوه و دریا با لقب عروس شهرهای ایران به عنوان قطب مهم گردشگری در کشور و حتی جهان مطرح است.



شکل ۴. موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه

یافته‌ها و بحث

یافته‌های توصیفی

گام اول از یافته‌های پژوهش به توصیف وضعیت روستاها براساس متغیرهای مستقل و وابسته اختصاص دارد. در این زمینه از روش آزمون تی استفاده شد. با استفاده از این آزمون، می‌توان از لحاظ آماری ثابت کرد که آیا وضعیت شاخص در سطح متوسطی قرار دارد یا اینکه در سطح پایین‌تر و یا بالاتر از حد متوسط است.

با توجه به جدول (۴) که از نرم‌افزار SPSS استخراج شده‌است، باید سطح معنی‌داری تفسیر شود. در صورتی که سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵ باشد، وضعیت شاخص در حد متوسط (نسبتاً مطلوب) بوده و فرضیه صفر تأیید می‌شود. در طرف مقابل اگر، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه صفر تأیید نشده و براساس نمره میانگین باید در مورد وضعیت شاخص تصمیم‌گیری نمود. در این چارچوب، لازم به ذکر است، از آنجا که پاسخ‌ها در قالب طیف لیکرت و از ۱ تا ۵ بودند، آماره آزمون برابر با عدد ۳ در نظر گرفته شد و براساس نمره میانگین وضعیت شاخص‌ها در پنج گروه بسیار نامطلوب (۱-۱/۸)، نامطلوب (۲/۶-۱/۸)، نسبتاً مطلوب (۳/۴-۲/۶)، مطلوب (۴/۲-۳/۴) و بسیارمطلوب (۵-۴/۲) تعیین شدند.

اولین گروه از شاخص‌های مستقل، سیاست‌های مرتبط با زیرساخت‌های گردشگری بودند. در این زمینه نتایج نشان داد، دو سیاست ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی و سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی با سطح معنی‌داری بالاتر از ۰/۰۵ در سطح نسبتاً زیاد در کارآفرینی روستائیان تأثیرگذار هستند. در زمینه شش سیاست دیگر، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ بود. براساس مقایسه نمرات میانگین، میزان تأثیرگذاری سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها، سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها و راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی در سطح زیاد و سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی، بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلاتی به روستاها و سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها در سطح کم بودند. دومین گروه از شاخص‌های مستقل، سیاست‌های مرتبط با آموزش و توسعه منابع انسانی گردشگری بودند. در این زمینه نتایج نشان داد، چهار سیاست ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی، سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها، سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیتهای گردشگری روستاها و سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستائیان با سطح معنی‌داری بالاتر از ۰/۰۵ در سطح نسبتاً زیاد تأثیرگذار هستند.

در زمینه پنج سیاست دیگر، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ بود. براساس مقایسه نمرات میانگین، میزان تأثیرگذاری سایر سیاست‌های آموزش و توسعه منابع انسانی عمدتاً در سطح زیاد و بسیار زیاد بود. سومین گروه از شاخص‌های مستقل، سیاست‌های مرتبط با بازاریابی و تبلیغات گردشگری بودند. در این زمینه نتایج نشان داد، هفت سیاست شامل توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع سلامت، ورزش غذا و ...، عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها، سیاست طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای روستاهای گردشگری، اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی، اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها، سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی و برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی با سطح معنی‌داری بالاتر از ۰/۰۵ در سطح نسبتاً زیاد تأثیرگذار هستند. در زمینه چهار سیاست دیگر، سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ بود. براساس مقایسه نمرات میانگین، میزان تأثیرگذاری سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی، در سطح بسیار زیاد و همچنین سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها و سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها در سطح و سیاست ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها در سطح زیاد تأثیرگذار هستند.

جدول ۴. خلاصه نتایج آزمون تی برای بررسی میزان تأثیرگذاری سیاست‌های گردشگری در افزایش انگیزه و روحیه کارآفرینی

متغیر	شاخص	سطح معنی‌داری	نمره میانگین	میزان تأثیرگذاری
زیرساخت‌های گردشگری	سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی	۰/۰۶۵	۳/۲۹	نسبتاً زیاد
	سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی	۰/۵۶۸	۳/۰۱	نسبتاً زیاد
سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی	سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی	۰/۰۰۵	۲/۵۶	کم
	سیاست‌های بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلاتی به روستاها	۰/۰۱۱	۲/۴۸	کم
	سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های اقامتی در روستاها	۰/۰۰۰	۳/۴۷	زیاد

زیاد	۳/۵۶	۰/۰۲۵	سیاست‌های ارتقا زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها	
کم	۲/۲۱	۰/۰۰۰	سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها	
زیاد	۳/۴۵	۰/۰۰۰	راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی	
بسیار زیاد	۴/۳۶	۰/۰۰۰	ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	
زیاد	۳/۵۱	۰/۰۰۰	برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	
زیاد	۴/۲۱	۰/۰۰۱	ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	
نسبتاً زیاد	۳/۱۲	۰/۰۶۹	ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی	آموزش و توسعه منابع انسانی گردشگری
نسبتاً زیاد	۳/۰۵	۰/۱۱۲	سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها	
بسیار زیاد	۴/۱۱	۰/۰۰۰	تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها	
نسبتاً زیاد	۳/۰۸	۰/۴۱۱	سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های گردشگری روستاها	
نسبتاً زیاد	۳/۲۶	۰/۰۷۷	سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستاییان	
زیاد	۳/۵۷	۰/۰۰۰	سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و مهمان	
نسبتاً زیاد	۳/۰۳	۰/۰۸۷	سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع سلامت، ورزش غذا و ...	
بسیار زیاد	۴/۲۶	۰/۰۰۰	سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی	
نسبتاً زیاد	۳/۲۷	۰/۴۱۱	عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها	
نسبتاً زیاد	۳/۲۱	۰/۰۶۸	سیاست طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای روستاهای گردشگری پذیر	
زیاد	۳/۵۴	۰/۰۰۲	ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها	
نسبتاً زیاد	۳/۰۶	۰/۳۲۲	اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی	بازاریابی و تبلیغات گردشگری
نسبتاً زیاد	۳/۰۸	۰/۰۸۹	اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها	
نسبتاً زیاد	۳/۰۱	۰/۵۵۲	سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی	
زیاد	۳/۵۶	۰/۰۰۰	سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها	
زیاد	۳/۶۸	۰/۰۱۲	سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها	
نسبتاً زیاد	۳/۱۲	۰/۰۶۶	برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی	

اولین متغیر پیوسته در زمینه کارآفرینی، متغیر آینده نگری بود. نتایج نشان داد، وضعیت شاخص میزان برنامه‌ریزی و مناسبت برنامه اهالی روستا برای انجام فعالیت‌های خود با سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵، در سطح نسبتاً مطلوب است. سه شاخص دیگر در زمینه آینده نگری، یعنی شاخص‌های میزان انگیزه تغییر در کیفیت زندگی در بین جوانان و اهالی روستا، میزان توجه والدین به آینده خانواده و فرزندان خود و میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا، از پشتکار و ایستادگی با سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ در سطح مطلوب بودند. دومین متغیر پیوسته در زمینه کارآفرینی، متغیر اعتماد به نفس بود. نتایج نشان داد، وضعیت دو شاخص میزان برخورداری اهالی روستا از استقلال فردی در تصمیم‌گیری‌ها و انجام فعالیت‌ها و میزان علاقه اهالی روستا به خود اشتغالی با سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵، در سطح نسبتاً مطلوب است. دو شاخص دیگر در زمینه اعتماد به نفس، یعنی شاخص‌های میزان عدم برخورداری اهالی روستا از استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل و اطمینان اهالی روستا به انجام موفقیت‌آمیز در موقع رویارویی با طرح‌ها یا پروژه‌های جدید با سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ در سطح نامطلوب بودند. سومین متغیر پیوسته در زمینه کارآفرینی، متغیر ریسک‌پذیری بود. نتایج نشان داد، وضعیت دو شاخص میزان عدم ترس جوانان و اهالی روستا از پیشگام بودن و ابتکار و میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا از روحیه بلند پروازانه با سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵، در سطح نسبتاً مطلوب است. دو شاخص دیگر در زمینه ریسک‌پذیری، یعنی شاخص‌های میزان حاضر بودن اهالی روستا به مواجه شدن با چالش‌ها و سختی‌ها و میزان علاقه جوانان و اهالی روستا به انجام کارهای سخت و جدید با سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ در سطح نامطلوب بودند. چهارمین متغیر پیوسته در زمینه کارآفرینی، متغیر نوآوری و خلاقیت بود. نتایج نشان داد، وضعیت شاخص میزان وجود انگیزه زیاد نوجوانی و به‌روز شدن در بین جوانان روستا با سطح معنی‌داری بیشتر از ۰/۰۵، در سطح نسبتاً مطلوب است. شش شاخص دیگر در زمینه نوآوری و خلاقیت، یعنی شاخص‌های میزان برخورداری اهالی روستا و جوانان از انگیزه تنوع بخشی به محصولات روستا میزان استفاده اهالی روستا و جوانان از شیوه‌های نو در انجام فعالیت‌ها، میزان برخورداری جوانان روستا از کنجکاوی و فکر کشف موارد جدید، میزان توانایی جوانان روستا به کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل، میزان تلاش جوانان روستا، برای آغاز پروژه‌های ناشناخته و جدید، میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا از ایده‌های جدید و متنوع برای فعالیت در روستا با سطح معنی‌داری کمتر از ۰/۰۵ در سطح نامطلوب بودند.

جدول ۵. خلاصه نتایج آزمون تی برای بررسی وضعیت شاخص‌های انگیزه و روحیه کارآفرینی

متغیر	شاخص	سطح معنی داری	نمره میانگین	وضعیت شاخص
	میزان انگیزه تغییر در کیفیت زندگی در بین جوانان و اهالی روستا	۰/۰۰۰	۳/۴۷	مطلوب
آینده	میزان توجه والدین به آینده خانواده و فرزندان خود	۰/۰۰۰	۲/۵۳	مطلوب
نگری	میزان برنامه‌ریزی و مناسبت برنامه اهالی روستا برای انجام فعالیت‌های خود	۰/۰۷۹	۲/۸۶	نسبتاً مطلوب
	میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا، از پشتکار و ایستادگی	۰/۰۱۱	۳/۶۱	مطلوب
	میزان برخورداری اهالی روستا از استقلال فردی در تصمیم‌گیری‌ها و انجام فعالیت‌ها	۰/۱۴۴	۳/۳۳	نسبتاً مطلوب
اعتماد به نفس	میزان عدم برخورداری اهالی روستا از استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل	۰/۰۰۰	۲/۴۱	نامطلوب
	میزان علاقه اهالی روستا به خود اشتغالی	۰/۰۵۹	۲/۸۳	نسبتاً مطلوب
	اطمینان اهالی روستا به انجام موفقیت‌آمیز در رویارویی با طرح‌ها یا پروژه‌های جدید	۰/۰۰۰	۲/۵۱	نامطلوب
	میزان حاضر بودن اهالی روستا به مواجه شدن با چالش‌ها و سختی‌ها	۰/۰۲۳	۲/۱۱	نامطلوب
ریسک پذیری	میزان علاقه جوانان و اهالی روستا به انجام کارهای سخت و جدید	۰/۰۰۰	۲/۱۹	نامطلوب
	میزان عدم ترس جوانان و اهالی روستا از پیشگام بودن و ابتکار	۰/۰۹۹	۲/۹۳	نسبتاً مطلوب
	میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا از روحیه بلند پروازانه	۰/۲۳۲	۲/۹۵	نسبتاً مطلوب
	میزان وجود انگیزه زیاد نخواستگی و به‌روز شدن در بین جوانان روستا	۰/۱۵۸	۳/۰۷	نسبتاً مطلوب
	میزان برخورداری اهالی روستا و جوانان از انگیزه تنوع بخشی به محصولات روستا	۰/۰۱۸	۲/۵۱	نامطلوب
نوآوری و خلاقیت	میزان استفاده اهالی روستا و جوانان از شیوه‌های نو در انجام فعالیت‌ها	۰/۰۰۰	۲/۴۳	نامطلوب
	میزان برخورداری جوانان روستا از کنجکاو ی و فکر کشف موارد جدید	۰/۰۰۰	۲/۳۳	نامطلوب
	توانایی جوانان روستا به کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل	۰/۰۰۰	۲/۱۵	نامطلوب
	میزان تلاش جوانان روستا، برای آغاز پروژه‌های ناشناخته و جدید	۰/۰۰۵	۲/۰۵	نامطلوب
	میزان برخورداری جوانان و اهالی روستا از ایده‌های جدید و متنوع برای فعالیت در روستا	۰/۰۱۲	۲/۲۶	نامطلوب

یافته‌های تحلیلی

در بخش تحلیل یافته‌های پژوهش، با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون، ابتدا رابطه و شدت رابطه میان متغیرهای مستقل و وابسته تبیین شد. در ادامه نیز با استفاده از ضریب همبستگی رگرسیون، سیاست‌های گردشگری تأثیرگذار بر هر یک از متغیرهای پیوسته کارآفرینی بررسی شد.

براساس نتایج ضریب همبستگی پیرسون در بررسی رابطه میان متغیر آینده‌نگری و سیاست‌های گردشگری، این متغیر با ضریب ۰/۶۵۷ و در سطح معنی داری ۰/۰۰۰، بیشترین همبستگی و رابطه را با سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی داشت. براساس نتایج بدست آمده، متغیر پیوسته آینده‌نگری با سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی، سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها، راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی، ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها، برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها، ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلندمدت در روستاها، ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی، سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی روستاییان، عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها، ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها، سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها و نهایتاً با سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها از لحاظ آماری رابطه معنادار داشت.

براساس نتایج ضریب همبستگی پیرسون در بررسی رابطه میان متغیر اعتماد به نفس و سیاست‌های گردشگری، این متغیر با ضریب ۰/۷۱۱ و در سطح معنی داری ۰/۰۰۰، بیشترین همبستگی و رابطه را با سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها داشت. براساس نتایج بدست آمده، متغیر پیوسته اعتماد به نفس با سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی، سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها، ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها، سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیت‌های گردشگری روستاها و نهایتاً با سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها از لحاظ آماری رابطه معنادار داشت.

براساس نتایج ضریب همبستگی پیرسون در بررسی رابطه میان متغیر ریسک‌پذیری و سیاست‌های گردشگری، این متغیر با ضریب ۰/۶۵۲ و در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰، بیشترین همبستگی و رابطه را با سیاست‌های برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها داشت. براساس نتایج بدست آمده، متغیر پیوسته ریسک‌پذیری با ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها، سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها، سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیتهای گردشگری روستاها، سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان، اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها از لحاظ آماری رابطه معنادار داشت.

براساس نتایج ضریب همبستگی پیرسون در بررسی رابطه میان متغیر نوآوری و خلاقیت و سیاست‌های گردشگری، این متغیر با ضریب ۰/۷۴۵ و در سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰، بیشترین همبستگی و رابطه را با سیاست‌های ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی داشت. براساس نتایج بدست آمده، متغیر پیوسته نوآوری و خلاقیت با سیاست‌های راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی، ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها، ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها، سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع سلامت، ورزش غذا و غیره، سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی، سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی، سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها، برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی از لحاظ آماری رابطه معنادار داشت.

جدول ۵. خلاصه نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون

متغیرهای مستقل	شاخص‌های مستقل		آینده نگری		اعتماد به نفس		ریسک پذیری		نوآوری و خلاقیت	
	R	Sig.	R	Sig.	R	Sig.	R	Sig.	R	Sig.
زیرساخت‌های گردشگری	سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی	۰/۵۲۴	۰/۰۱۱	۰/۰۲۲	۰/۵۱۱	۰/۰۶۵	۰/۵۵۲	۰/۵۶۹	۰/۰۱۷	۰/۵۲۴
	سیاست‌های ارتقاء امنیت در شبکه‌های ارتباطی روستایی	۰/۵۸۷	۰/۰۲۸	۰/۰۶۹	۰/۱۸۴	۰/۰۲۸	۰/۵۴۱	۰/۰۷۹	۰/۱۲۵	۰/۵۸۷
	سیاست‌های ارتقاء بهداشت محیط در فضاهای گردشگری روستایی	۰/۰۳۲	۰/۴۳۲	۰/۰۸۱	۰/۱۲۲	۰/۰۹۸	۰/۰۲۷	۰/۵۵۵	۰/۰۱۱	۰/۰۳۲
	سیاست‌های بهبود وضعیت شبکه‌های ارتباطی و جاده‌های مواصلاتی به روستاها	۰/۴۱۱	۰/۰۳۲	۰/۱۶۹	۰/۰۵۵	۰/۰۸۸	۰/۰۴۱	۰/۲۵۸	۰/۰۱۴	۰/۴۱۱
	سیاست‌های ارتقاء زیرساخت‌های اقامتی در روستاها	۰/۵۵۶	۰/۰۲۲	۰/۵۵۸	۰/۰۱۸	۰/۱۱۱	۰/۰۵۵	۰/۲۶۵	۰/۰۲۴	۰/۵۵۶
	سیاست‌های ارتقاء زیرساخت‌های پذیرایی در روستاها	۰/۸۵۴	۰/۰۱۳	۰/۵۴۱	۰/۰۳۶	۰/۲۵۸	۰/۰۱۹	۰/۲۳۱	۰/۰۳۸	۰/۸۵۴
	سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وسازهای غیر مجاز در روستاها	۰/۰۲۱	۰/۴۵۱	۰/۰۰۰	۰/۶۵۲	۰/۰۱۶	۰/۳۲۴	۰/۴۳۸	۰/۱۵۸	۰/۰۲۱
	راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی	۰/۰۰۰	۰/۶۵۱	۰/۷۱۱	۰/۰۲۳	۰/۵۴۴	۰/۰۹۷	۰/۰۰۰	۰/۶۸۹	۰/۰۰۰
	ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	۰/۰۰۰	۰/۵۶۸	۰/۰۰۲	۰/۴۵۲	۰/۸۷۴	۰/۰۱۱	۰/۰۰۰	۰/۵۶۶	۰/۰۰۰
	برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	۰/۰۲	۰/۶۲۱	۰/۰۶۷	۰/۱۲۴	۰/۰۰۰	۰/۶۵۲	۰/۲۱۷	۰/۰۲۶	۰/۰۲
آموزش و توسعه منابع انسانی گردشگری	ارتقاء مهارت جوانان روستایی از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	۰/۰۰۰	۰/۶۱۴	۰/۵۱۱	۰/۰۲۸	۰/۰۰۰	۰/۵۴۴	۰/۰۰۰	۰/۴۵۸	۰/۰۰۰
	ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی	۰/۰۰۱	۰/۵۵۳	۰/۲۵۶	۰/۰۱۳	۰/۱۷۹	۰/۰۵۸	۰/۰۰۰	۰/۷۴۵	۰/۰۰۱
	سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها	۰/۱۱۲	۰/۰۲۵	۰/۰۰۰	۰/۷۱۱	۰/۰۰۰	۰/۵۶۸	۰/۰۸۸	۰/۱۱۷	۰/۱۱۲
	تربیت راهنمایان تور از بین جوانان روستاها	۰/۰۹۸	۰/۱۲۲	۰/۰۹۹	۰/۱۲۷	۰/۱۲۵	۰/۰۲۱	۰/۵۱۶	۰/۰۲۸	۰/۰۹۸
سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیتهای گردشگری روستاها	سیاست‌های ارتقاء مشارکت زنان و دختران در فعالیتهای گردشگری روستاها	۰/۰۸۷	۰/۱۵۴	۰/۰۰۲	۰/۴۸۹	۰/۰۰۲	۰/۵۶۲	۰/۱۴۵	۰/۰۲۳	۰/۰۸۷
	سیاست‌های افزایش سطح آگاهی‌های عمومی	۰/۰۰۰	۰/۴۸۷	۰/۱۴۷	۰/۰۲۵	۰/۵۲۶	۰/۰۷۸	۰/۱۱۴	۰/۰۵۶	۰/۰۰۰

روستائیان								
سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان	۰/۴۳۱	۰/۰۲۶	۰/۱۵۸	۰/۰۲۳	۰/۰۰۰	۰/۵۱۱	۰/۲۴۸	۰/۰۳۵
سیاست‌های توسعه گردشگری روستایی در حوزه‌های متنوع سلامت، ورزش غذا و ...	۰/۹۵۴	۰/۰۲۸	۰/۱۴۶	۰/۰۵۹	۰/۵۴۱	۰/۰۶۶	۰/۰۰۱	۰/۴۴۳
سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی	۰/۰۰۰	۰/۶۵۷	۰/۱۲۴	۰/۰۱۴	۰/۵۶۲	۰/۰۲۵	۰/۰۶۱	۰/۶۷۴
عرضه طیف گسترده‌ای از محصولات با کیفیت در روستاها	۰/۰۰۰	۰/۵۵۱	۰/۲۴۹	۰/۰۲۶	۰/۴۷۹	۰/۰۱۴	۰/۰۸۹	۰/۱۱۳
سیاست طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای روستاهای گردشگری پذیر	۰/۰۶۹	۰/۱۲۸	۰/۰۹۸	۰/۰۴۷	۰/۴۱۵	۰/۰۵۴	۰/۰۹۶	۰/۱۱۶
ایجاد مراکز فروش جهت تولیدات صنایع دستی در محدوده روستاها	۰/۰۰۲	۰/۳۵۹	۰/۳۲۸	۰/۰۶۵	۰/۳۵۹	۰/۰۶۴	۰/۰۷۸	۰/۱۱۳
اطلاع رسانی و طراحی سایت‌های گردشگری روستایی	۰/۱۶۷	۰/۰۵۹	۰/۲۶۴	۰/۰۴۷	۰/۲۷۸	۰/۰۲۷	۰/۴۲۱	۰/۱۱۷
اطلاع رسانی و تبلیغات مفید و کارآمد در جهت جذب و ماندگاری گردشگران در روستاها	۰/۴۱۱	۰/۰۴۷	۰/۳۱۴	۰/۰۲۵	۰/۰۰۰	۰/۶۱۱	۰/۴۲۸	۰/۰۱۷
سیاست‌های تقویت و ایجاد بازار محلی در روستا در بخش کشاورزی و صنایع دستی	۰/۵۶۶	۰/۰۹۳	۰/۱۴۷	۰/۰۴۷	۰/۵۶۷	۰/۰۵۹	۰/۰۰۰	۰/۵۴۲
سیاست‌های احیاء و فعال شدن صنایع روستاها	۰/۰۱۲	۰/۶۲۱	۰/۲۵۷	۰/۰۶۸	۰/۵۶۲	۰/۰۱۹	۰/۰۰۰	۰/۶۲۴
سیاست‌های افزایش توان و انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها	۰/۰۰۰	۰/۵۷۱	۰/۰۰۰	۰/۵۴۱	۰/۶۱۸	۰/۰۱۶	۰/۳۲۱	۰/۰۶۶
برگزاری جشنواره‌های متنوع روستایی	۰/۰۷۳	۰/۱۵۹	۰/۱۸۷	۰/۰۶۱	۰/۳۵۷	۰/۰۲۴	۰/۰۰۰	۰/۵۱۹

بازاریابی و
تبلیغات
گردشگری

در این مرحله برای بررسی این موضوع که کدام یک از سیاست‌های گردشگری در افزایش انگیزه و روحیه کارآفرینی روستائیان تأثیر بیشتری دارد، از طریق روش رگرسیون خطی چند متغیره، به مدل‌سازی تغییرات متغیرهای کارآفرینی براساس سیاست‌های گردشگری پرداخته شد. ابتدا به تشریح اجزای مدل پرداخته شده است. آماره F که از تحلیل ANOVA، استخراج شده است، مقبولیت مدل را از نظر آماری بررسی می‌کند. تشخیص این موضوع با معنی‌داری این آماره در سطح خطای کوچکتر یا بزرگتر از ۰/۰۵ امکان‌پذیر است. در واقع سطح معنی‌داری کوچکتر از ۰/۰۵ به معنای مقبولیت مدل است. از آنجا که تحلیل ANOVA، یک آزمون سودمند از توانایی مدل در توضیح تأثیر هر متغیر مستقل در متغیر وابسته است، مستقیماً به شدت رابطه توجه ندارد. در مدل‌های پیشنهادی دو نوع ضریب تأثیر رگرسیونی استاندارد شده و نشده داریم. اما از آنجا که در تحلیل رگرسیون مقیاس اغلب متغیرهای مستقل، از واحدهای متفاوتی تشکیل یافته، بنابراین به راحتی نمی‌توان به مقایسه سهم هر متغیر مستقل در تبیین تغییرات متغیر وابسته پرداخت. به همین دلیل ضرایب رگرسیونی استاندارد شده (Beta) برای تعیین سهم متغیرهای مستقل مشخص شده است. در این زمینه، هر چه مقدار ضریب بتای یک متغیر بزرگتر باشد، نقش آن در پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته بیشتر است. نتایج تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره نشان داد که در زمینه تغییرات متغیر آینده نگری، ۵ سیاست تأثیرگذار هستند. در این چارچوب، سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی با ضریب ۰/۶۳۷ بیشترین قدرت پیش‌بینی تغییرات متغیر آینده نگری را داشت. براساس نتایج بدست آمده، سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها تا حدود ۷۰ درصد از تغییرات متغیر اعتماد به نفس را دارد. متغیر ریسک‌پذیری بیشترین تأثیرپذیری را از سیاست‌های برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها با ضریب ۰/۶۳۷ داشت. نهایتاً در خصوص متغیر نوآوری و خلاقیت، ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی و سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی بیشترین تأثیرگذاری را داشتند.

جدول ۶. خلاصه نتایج تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره

متغیر وابسته	آماره F	سطح معنی‌داری آماره F	سیاست‌های تأثیرگذار	Sig.	ضریب استاندارد	جزئیات مدل
آینده نگری	۵۷/۲۹	۰/۰۰۰	- ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	۰/۰۰۰	۰/۵۴۸	R= 0.617 R ² = 0.517 Adjust R ² = 0.452
			- برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	۰/۰۰۲	۰/۶۱۱	
			- ارتقاء مهارت جوانان از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	۰/۰۱۲	۰/۶۰۱	
			- سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی	۰/۰۰۰	۰/۶۳۷	
اعتماد به نفس	۴۹/۳۱	۰/۰۰۰	- سیاست‌های ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی	۰/۰۱۳	۰/۵۰۱	R= 0.621 R ² = 0.514 Adjust R ² = 0.453
			- سیاست‌های جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وساز غیر مجاز در روستا	۰/۰۰۰	۰/۶۳۲	
			- ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	۰/۰۲۳	۰/۴۵۱	
			- سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها	۰/۰۰۰	۰/۷۰۸	
ریسک پذیری	۴۴/۲۹	۰/۰۰۰	- برگزاری دوره‌های آموزشی کوتاه مدت در زمینه گردشگری در روستاها	۰/۰۱۷	۰/۶۳۷	R= 0.587 R ² = 0.511 Adjust R ² = 0.457
			- ارتقاء مهارت جوانان از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها	۰/۰۰۰	۰/۵۳۱	
			- سیاست‌های ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری در روستاها	۰/۰۰۰	۰/۵۰۹	
			- سیاست‌های ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان	۰/۰۲۸	۰/۴۷۸	
نوآوری و خلاقیت	۸۴/۰۹	۰/۰۰۰	- راه‌اندازی خانه‌های روستایی با جزئیات زندگی روستایی	۰/۰۰۰	۰/۶۳۸	R= 0.687 R ² = 0.546 Adjust R ² = 0.496
			- ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها	۰/۰۰۲	۰/۵۴۱	
			- ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی	۰/۰۰۰	۰/۷۱۴	
			- سیاست‌های ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی	۰/۰۱۸	۰/۶۶۴	
			- سیاست طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای این محصولات	۰/۰۰۰	۰/۶۰۲	

نتیجه‌گیری

روستا و جامعه روستایی بخش مهمی از جوامع در حال توسعه را تشکیل می‌دهند. تجربه توسعه در این گروه از جوامع نشان می‌دهد که توسعه روستایی نقش مهمی در رسیدن به اهداف توسعه ملی دارد. به گونه‌ای که بسیاری از صاحب نظران توسعه روستایی را موتور محرکه توسعه در کشورهای جهان سوم بخصوص در مراحل اولیه توسعه دانسته و دستیابی به آن را ضرورتی اجتناب‌پذیر می‌دانند. از این رو برای غلبه بر مسائل اقتصادی - اجتماعی پیش روی جوامع روستایی در چند دهه اخیر رویکرد کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی مورد توجه قرار گرفته است. به طوری که اقتصاددانان، کارآفرینان را موتور رشد و توسعه اقتصادی جامعه می‌دانند. کارآفرینی باعث کاهش بیکاری، افزایش بهره‌وری افراد و منابع و در نهایت افزایش درآمد مردم جامعه می‌شود. بنابراین حفظ جمعیت روستایی و رونق بخشیدن به رشد آن به منظور رسیدن به ابعاد مختلف توسعه اقتصادی نیازمند کارآفرینی کوچک و متوسط مقیاس است. با این رویکرد، در پژوهش حاضر نقش سیاست‌های گردشگری در افزایش انگیزه و روحیه کارآفرینی در روستاهای هدف گردشگری شهرستان رامسر بررسی شد. نتایج نشان داد که ارتباط قابل توجهی میان این سیاست‌ها و شاخص‌های کارآفرینی وجود دارد. براساس نتایج مطالعات انجام شده پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه می‌شود:

- ارائه آموزش‌های لازم برای حرفه‌ای‌ها و مدیران گردشگری روستاها.
- ارتقاء مهارت جوانان از طریق تجربه، آموزش و یادگیری بلند مدت در روستاها.
- ترغیب بخش خصوصی به فعالیت در توسعه گردشگری روستایی.
- افزایش انگیزه بومیان به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری روستاها.
- ارتقاء امنیت در جاذبه‌های گردشگری روستایی شهرستان رامسر.
- ارتقاء فرهنگ عمومی در عرصه گردشگری و جلوگیری از تخریب مناظر طبیعی و ساخت‌وساز غیر مجاز در روستاها.
- ارتقاء روابط اجتماعی گسترده بین جامعه میزبان و میهمان در روستاهای گردشگر پذیر شهرستان رامسر.
- ارائه برنامه‌های متنوع آموزشی در بخش‌های مختلف گردشگری روستایی.
- طراحی محصولات متنوع گردشگری و یافتن بازار برای عرضه این محصولات.

منابع

- Akbarian Ronizi, S., Shaykh-Baygloo, R. (2016). The Analysis and Prioritization of Social Sustainability of Rural Environments (Case Study: Ghal'eh Biaban District Darab Sub-Province). *Geography and Sustainability of Environment*, 5(4), 35-47. https://ges.razi.ac.ir/article_492.html.
- Azadeh, S., & Varesi, H. (2019). Analysis on the Quality of Urban Tourism Spaces in the Yazd City in Order to Urban Tourism Development. *Urban tourism*, 6(3), 41-57. [doi:10.22059/JUT.2019.242274.389](https://doi.org/10.22059/JUT.2019.242274.389).
- Bredvold, R., Skålen, P. (2016). Lifestyle entrepreneurs and their identity construction: A study of the tourism industry. *Tourism Management*, 56, 96-105. [doi:10.1016/j.tourman.2016.03.02](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.02).
- Brouwer, C. (2004). *Sustainable Development*. Exploring the contradictions Newyork: Methuen, PP: 47.
- Chigbu, U.E. (2012). Village Renewal as an Instrument of Rural Development: Evidence from Weyarn, Germany. *Community Development*, 43(2), 209-224. [doi:10.1080/15575330.2011.575231](https://doi.org/10.1080/15575330.2011.575231).
- Chowdhury, M.S. (2007). Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: the Case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 1(3), 240-251. [doi:10.1108/17506200710779549](https://doi.org/10.1108/17506200710779549).
- Dinis, A. (2006). Marketing and innovation: Useful tools for competitiveness in rural and peripheral areas. *European Planning Studies*, 14(1), 9-22. doi.org/10.1080/09654310500339083.
- Dobrev, S., & Barnett, W. (2005). Organizational Roles and Transition to Entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 48 (3), 433- 449. [doi:10.5465/AMJ.2005.17407910](https://doi.org/10.5465/AMJ.2005.17407910).
- Erjaee, M., Moradnezehadi, H., Salvarzi, M., & Ghasemi, Y. (2016). Identifying and Prioritizing Effective Factors in Creating Rural Enterprises Clusters in Choram Township. *Journal of Rural Research*, 7(3), 504-515. [dor: 20.1001.1.20087373.1395.7.3.6.1](https://doi.org/10.1001.1.20087373.1395.7.3.6.1).
- Flora C. B. (2000). Market, state and civil society: creating advocacy action coalitions for rural development. *Rural Development News*.
- Figueiredo, E., & Raschi, A. (2013). Trekking out of the crisis: is there a role for rural tourism? Working group number: 17, XXV ESRS Congress, Florence, Italy, and 29 July- 1 August, 2013. <http://www.florenceesrs2013.com>.
- Fallah Haghighi, N. (2017). Rural Entrepreneurship Development Pyramid based on the principles of EU Rural Development Policies. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 4(1), 115-131. [doi:10.22069/JEAD.2017.13002.1250](https://doi.org/10.22069/JEAD.2017.13002.1250).
- Gamma C., Montserrat V., Gerda K., & Asuncion, B. (2004). Rural tourism in Spain: an Analyses of Recent Evolution. *Geoforum*, 35(6), 755-769. [doi:10.1016/j.geoforum.2004.03.005](https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2004.03.005).
- Gulumser, A., Nijkamp, P., Baycan, T., & Brons, M. (2009). Embeddedness of Entrepreneurs in Rural Areas: A Comparative Rough Set Data Analysis. *Tinbergen Institute Discussion Papers*, 09-058/3, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1447799> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1447799>.
- Ghadirimasoum, M., Cheraghi, M., Kazemi, N., & Zaree, Z. (2014). Analysis of barriers to entrepreneurial development in rural areas: Bigelow Ghani district, city of Zanjan. *Journal Space Economy & Rural Development*, 3(7), 3-17. [URL: http://serd.khu.ac.ir/article-1-1949-fa.html](http://serd.khu.ac.ir/article-1-1949-fa.html).
- Heriot, Kirk C., & Campbell, Noel D. (2002). A new approach to rural entrepreneurship: a case study of two rural electric cooperatives.
- Hoseyni, M.H., H., & Sazvar, A. (2012). Improvement of the quality of Yazd's tourism services, from foreign tourists' viewpoints. *Tourism Management Studies*, 6(16), 116-142. doi.org/10.22054/tms.2012.5093.
- Habibi Kaveshkouhi, H., Monshizadeh, R., & Razavian, M. (2019). Explaining the Role of Tourism in Rural Areas Entrepreneurship (Case Study: The Villages of Amlash and Rudsar). *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 14(2), 305-319. <https://sanad.iau.ir/Journal/jshsp/Article/1031459>.
- Izadi, H., & Barzegar, S. (2013). Entrepreneurship and Rural Development, Lessons from the Experiences of China. *Journal of Rural Research*, 4(4), 901-918. [doi:10.22059/JRUR.2013.50423](https://doi.org/10.22059/JRUR.2013.50423).
- Jaafar, M., Abdul-Aziz, A. R., Maideen, S. A., & Mohd, S. Z. (2011). Entrepreneurship in the Tourism Industry: Issues in Developing Countries. *International Journal of Hospitality Management*, 30(4), 827-835. [doi:10.1016/j.ijhm.2011.01.003](https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.01.003).
- Karimi, M. H., Safdarinahad, M., & Amjadipour, M. (2014). Agricultural Development and Resistive Economy, as A Alternative to Oil Revenue. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 2(6), 103-127. https://www.jmsp.ir/article_7371.html.
- Liu, A., & Wall, G. (2006). Planning tourism employment: a developing country perspective. *Tourism management*, 27(1), 159-170. [doi:10.1016/j.tourman.2004.08.004](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.08.004).

- Lordkipanidze, M., Brezet, H., & Backman, M. (2005). The entrepreneurship factor in sustainable tourism development. *Journal of Cleaner Production*, 13(8), 787-798. doi:10.1016/j.jclepro.2004.02.043.
- Maleki, S., & Sheykhi, H. (2009). *Analysis and classification indicators and determine development priorities in the region using factor analysis and cluster analysis method. Geography and Planning*, 14(29), 61-85. <https://www.magiran.com/paper/918313>.
- Nik Raftar, T., & Nosratifar, Z. (2017). Analysis of Entrepreneurship Opportunities in Rural Tourism of Alborz. *Journal Space Economy & Rural Development*, 6(6), 45-58. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-2975-fa.html>.
- Polo-Peña, A.I., Frías-Jamilena, D.M., & Rodríguez-Molina, M.Á. (2013). Market Orientation as a Strategy for the Rural Tourism Sector Its Effect on Tourist Behavior and the Performance of Enterprises. *Journal of Travel Research*, 52(2), 225-239. doi:10.1177/0047287512459108.
- Rasul, G. (2016). Managing the food, water, and energy nexus for achieving the Sustainable Development Goals in South Asia. *Environmental Development*, 18(2), 14-25. doi:10.1016/j.envdev.2015.12.001.
- Saxena, S. (2012). Problems Faced By Rural Entrepreneurs and Remedies to Solve. *Journal of Business and Management*, 3(1), 23-29. doi:10.9790/487X-0312329.
- Sharma, V., Seth, P., & Niyazi, S. (2010). Blue Ocean Strategy - a Vehicle for Entrepreneurship Development and Economic Growth in Rural Areas. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 1(1), 32-41. doi: 10.4018/jabim.2010010104.
- Sajasi gheydari, H., Eftekhari, R., & Pourtaheri, M. (2014). Codifying and reliability measuring of Ecotourism Entrepreneurship Development indexes in Rural Region. *Journal of Studies of Human Settlements Planning*, 9(26), 45-70. <https://sanad.iau.ir/Journal/jshsp/Article/1032604>.
- Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138. doi:10.1177/004728750104000203.

