

## تحلیل عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی مطالعه موردی: دهستان زوارم شهرستان شیروان

حسین فراهانی<sup>۱\*</sup>، سیده پروین حسینی<sup>۲</sup> و شادی بایزیدی<sup>۲</sup>

تاریخ پذیرش: ۲۷ تیر ۱۳۹۷

تاریخ دریافت: ۱۲ اردیبهشت ۱۳۹۷

### چکیده

مطالعه ادبیات توسعه و برنامه‌ریزی روستایی نشان می‌دهد که یکی از شناخته شده‌ترین راهبردهای توسعه روستایی کارآفرینی است. از این رو آن چیزی که در این میان مورد توجه است، اهمیت دادن به نقش کارآفرینی روستایی و مقوله کسب‌وکار روستایی است. به همین منظور این پژوهش با هدف تحلیل عوامل مؤثر بر کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی انجام شده که از لحاظ ماهیت و روش توصیفی-تحلیلی و با توجه به اهداف کاربردی است. جامعه آماری در این پژوهش شامل افراد ساکن در روستاهای دهستان زوارم است که بر اساس فرمول اصلاح شده کوکران ۱۳۱ پرسشنامه تهیه شد. جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها در سال ۱۳۹۶ با استفاده از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی (مشاهده و تکمیل پرسشنامه) صورت گرفت. پس از جمع‌آوری اطلاعات از راه پرسشنامه با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده، داده‌های به‌دست‌آمده پس از کدگذاری، از راه نرم‌افزار spss و Amos با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و تحلیلی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که عوامل اقتصادی، اجتماعی، طبیعی-اکولوژیک و سازمانی برای ایجاد فضای گردشگری روستایی تأثیرگذار می‌باشند؛ و ضعف شرایط فردی با کم‌ترین مقدار به‌دست آمده نشان‌دهنده این موضوع است که تأثیر منفی در ایجاد فضای کارآفرینی گردشگری دارد، به گونه‌ای که حتی می‌توان آن را به‌عنوان یک مانع تأثیرگذار تلقی کرد، این در شرایطی است که باوجود مانع پیش‌رو با تقویت ذهنی خلاق و کارآفرین می‌توان آن را به یک فرصت تبدیل کرد و شرایط را بهبود بخشید.

**کلمات کلیدی:** اشتغال‌زایی، توسعه پایدار، کسب‌وکار، گردشگری روستایی

۱ - دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران  
۲ - کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران  
(نویسنده مسئول: farahani1354@gmail.com)

## مقدمه

در عصر حاضر کسب‌وکارهای با رشد سریع نقش مهمی در اشتغال‌زایی، رقابت‌جویی و نوآوری دارند (اندرسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳؛ کاپلراس و هوکسا<sup>۲</sup>، ۲۰۱۰). این در حالی است که امروزه دنیای اقتصاد، از اقتصاد مدیریت محور با مقیاس بزرگ به اقتصاد کارآفرین محور با مقیاس کوچک روی آورده است و کارآفرینی به‌خصوص در کسب و کارهای کوچک و متوسط به‌عنوان راهکاری برای سازگاری با محیط متغیر پیرامون و نیروی محرکه اقتصاد شناخته شده است (ضیایی و گرگی، ۱۳۹۰). به‌گونه‌ای که فرآیند خلاقیت و کارآفرینی که یکی از موضوعات زیربنایی تغییر و تحول و پیشرفت است، نقش کلیدی در رسیدن به آینده‌ای روشن را ایفا می‌کند (ایزدی و عطایی، ۱۳۹۲). 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 (زارع یکتا، ۱۳۹۱). از این رو شواهد محکمی مبنی بر وجود رابطه علی بین کارآفرینی، رشد اقتصادی و کاهش فقر وجود دارد (چاودوری<sup>۳</sup>، ۲۰۰۷). در این ارتباط روستاها هم همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به‌موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد (کریم زاده و همکاران، ۱۳۹۳). در این شرایط است که تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی روستا بر اساس توان‌ها و ظرفیت‌های موجود و فرصت‌های پیش‌رو در آن‌ها تقویت‌کننده توسعه اقتصادی روستاها است (ورهل<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲). به‌طوری‌که توجه به کارآفرینی گردشگری روستایی می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار روستایی گردد (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳). در چنین شرایطی تبیین وضع موجود روستاها به لحاظ جمعیت، زیرساخت‌ها و وجود جاذبه‌ها اعم از طبیعی و مصنوعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). بر این اساس، روستاییان کارآفرین گردشگری، ذهنیت کارآفرینی و ظرفیت‌های موجود را ترکیب کرده و یک فعالیت اقتصادی جدید و یا ارتقاء یافته را تحت عنوان گردشگری روستایی خلق می‌کنند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آن‌ها تولید می‌کند (افتخاری و همکاران، ۱۳۹۰). در این میان کارآفرینی گردشگری روستایی با توجه به ظرفیت‌های طبیعی و فرهنگی موجود در روستاها، می‌تواند در تجدید حیات روستاها، ایجاد اشتغال و درآمد برای روستاییان، حفاظت از میراث طبیعی، تاریخی و فرهنگی و در نهایت توسعه یکپارچه و پایدار روستایی نقش مهمی ایفا کند (کرد و آبتین، ۱۳۹۲)؛ بنابراین با توجه به این‌که شهرستان شیروان و نیز دهستان مورد مطالعه از توانمندی‌ها و پتانسیل‌های بالایی در زمینه طبیعی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی به‌ویژه توان‌های بالقوه طبیعی و مناظر بکر و دست‌نخورده برخوردار است، می‌تواند با پتانسیل‌های موجود به‌عنوان یک هسته خاص گردشگری در منطقه مطرح شود و در راستای شروع کسب‌وکار و اشتغال‌زایی در حوزه گردشگری موفق عمل کند. در این ارتباط می‌توان این پرسش را مطرح کرد که کدام‌یک از عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی، نهادی، فردی بر کارآفرینی گردشگری روستایی مؤثرتر هستند؟

1- Anderson  
 2- Capelleras and Hoxha  
 3- Chowdhury  
 4- Verheul

کارآفرینی فرآیندی است که فرصت‌ها، منابع و کارآفرینان را به هم مرتبط کرد (وانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱)؛ و طی آن، تغییرات در نظام اقتصادی رخ می‌دهد (هارلی<sup>۲</sup>، ۲۰۱۱). همچنین، کارآفرینی تلاشی است برای ایجاد ارزش از طریق شناخت فرصت‌های شغلی، مدیریت ریسک مناسب با آن فرصت‌ها و از طریق مهارت‌های مدیریتی و ارتباطی به‌منظور بسیج نمودن منابع انسانی، مالی و جنسی که برای به ثمر رسیدن و تحقق یک پروژه لازم است (حیدری مکرر و سارانی، ۱۳۹۴).

کارآفرینی روستایی مناسب‌ترین راهبرد پاسخ‌گویی به چالش‌ها، به‌ویژه اقتصادی، در مناطق روستایی تشویق روستاییان برای گرایش به «تجارت خانگی» به شیوه کارآفرینی است (هریوت<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲). از طرفی دیگر، کارآفرینی روستایی در اصل هیچ تفاوتی با مفهوم عام کارآفرینی ندارد. فقط شرایط خاص مناطق روستایی، از جمله بالاتر بودن ریسک، کمبود امکانات و ضعف مدیریت، در این نواحی باعث می‌شود که زمینه‌های کارآفرینی در این نواحی متفاوت با سایر نواحی و فعالیت‌ها باشد (زارع احمدآبادی و عربشاهی، ۱۳۹۰).

### گردشگری روستایی

گردشگری روستایی یکی از انواع گردشگری است که شکل پایدار آن در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و محیطی، بسترساز دستیابی به توسعه پایدار جوامع محلی می‌شود. از این‌رو، دستیابی به این مهم، نیازمند طراحی، تدوین و به‌کارگیری الگوی راهبردی، به همراه راهبردهای مناسب و ویژه این نواحی از سوی برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری است (اعظمی و همکاران، ۱۳۹۴). از این‌رو، گردشگری روستایی باید مکملی برای اقتصادهای شکوفا و متنوع باشد نه نقطه‌ای اتکایی برای توسعه روستایی. در ادبیات توسعه‌ی پایدار گردشگری نیز به ابعاد اقتصادی گردشگری توجه شده است به‌این‌ترتیب که موضوعات اصلی پایداری اقتصادی شامل منافع اقتصادی، متنوع‌سازی اقتصاد محلی، رشد اقتصادی کنترل شده، بهبود روابط محلی و منطقه‌ای شامل توزیع عادلانه منافع اقتصادی در اقتصاد محلی می‌باشد (هرناندز، ۲۰۱۶). لذا در عصر حاضر بسیاری از برنامه‌ریزان، گردشگری روستایی را فعالیتی بسیار مهم برای توسعه روستاها معرفی کرده‌اند و اقتصاد دانان صنعت گردشگری را صادرات نامرئی نامیده‌اند. این صنعت، فعالیتی گسترده است که تأثیرات اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و زیست‌محیطی مهمی را با خود به همراه دارد (زر افشانی و همکاران، ۱۳۹۲).

### عوامل مؤثر در موفقیت کارآفرینان روستایی

کارآفرینی به دلیل ماهیت چندبعدی، میان‌رشته‌ای و ماهیت نوآوری و کارآفرینان به دلیل داشتن تفکر واگرا و همگرا، تفکر مثبت، تفکر جانبی، تفکر عمودی و جانبی به‌طور هم‌زمان، اگر به‌صورت مناسب هدایت شوند و زمینه‌های لازم برای فعالیت این‌گونه افراد فراهم شود، می‌تواند آثار مختلفی در زمینه‌های گوناگون زندگی فردی و

1- Wang  
2- Hurley  
3- Heriot

اجتماعی داشته باشد (آلیسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵).

### عوامل اقتصادی

امروزه در راهبردهای توسعه روستایی تجدیدنظر شده است و در بسیاری از مؤسسات ملی و بین‌المللی مجدداً بر کاهش فقر از طریق رشد اقتصادی تأکید می‌شود، به‌همین دلیل، توسعه اقتصادی در مناطق روستایی نیازمند راهبردهای جدیدی است که این امر با توسعه کارآفرینی و تواناسازی سیاست‌های محیطی ممکن می‌باشد (داویس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴)؛ بنابراین امروزه تلاش‌های مردم مناطق روستایی برای دستیابی به پایداری اقتصادی می‌تواند با استفاده از کارآفرینان محلی افزایش یابد؛ زیرا تمرکز بر منابع اقتصادی محلی از طریق توسعه کارآفرینی محلی یکی از شیوه‌های توسعه این مناطق است (هیتون<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵).

### عوامل اجتماعی

یکی دیگر از ابعاد فراموش شده کارآفرینی، عوامل اجتماعی است که ناشی از نگاه تک‌بعدی به کارآفرینی تا به امروز بوده است؛ زیرا فردی که به خلق ایده‌های نو می‌پردازد، دارای زمینه‌های اجتماعی، مانند ویژگی‌های خانوادگی، آداب و رسوم جامعه، میزان مشارکت و همکاری، دوستان و اقوام و همسایگان است که می‌توانند در دستیابی به موفقیت او را یاری کنند. بر همین اساس، امروزه نوع جدیدی از کارآفرینی شکل گرفته است و بر آن تأکید می‌شود که در آن، نگاه اجتماعی به کارآفرینان به‌عنوان موتور توسعه، نقش اساسی دارد و از آن با عنوان «کارآفرینی اجتماعی»، نام می‌برند که می‌تواند در جوامع روستایی هم از این طریق، زمینه توانمندسازی اجتماعی، افزایش میزان مشارکت-پذیری، سواد، پذیرش خطر، گرایش به نوآوری در کنار اعتقاد به سنت‌ها و تجربیات، امنیت و غیره را گسترش دهد (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۹۲).

### عوامل محیطی

با افزایش توجه به منابع زیستی و نیازهای نسل‌های آتی در قالب نظریه توسعه پایدار، از دهه ۱۹۸۰ به بعد، لزوم در نظر گرفتن این بعد از توسعه و عوامل مؤثر آن در فرآیند توسعه اهمیت بالایی یافت. کارآفرینی در محیط‌های روستایی نیز نمی‌تواند مستثنا از این امر باشد؛ زیرا جوامع روستایی به دلیل ماهیت وجودی و کارکردی و ساختاری خود، ارتباط تنگاتنگی با محیط پیرامونی دارند از طرف دیگر، کشاورزی به‌عنوان یکی از فعالیت‌های مهم روستایی در محیط طبیعی و در یک فضای باز و متأثر از عوامل طبیعی، مانند نوع خاک و اقلیم انجام می‌شود؛ در نتیجه، توجه به عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی روستایی و کشاورزی اهمیت بالایی در جهت کاهش مخاطرات محیطی، استفاده مناسب از منابع و غیره دارد (مک<sup>۴</sup>، ۲۰۰۱؛ مایا<sup>۵</sup>، ۲۰۰۲).

1- Alison  
2- Davis  
3- Heaton  
4- Macke  
5- Maia

### عوامل نهادی (سازمانی)

کارآفرینی نمی‌تواند بدون در نظر گرفتن نقش سازمان‌ها نهادهای گوناگون انجام شود؛ زیرا هرگونه فعالیتی به‌نوعی به سازمان‌دهی و تشکیلات در سطوح مختلف، چه ملی و چه محلی، نیاز دارد. دولت، سازمان‌ها و ارگان‌های ذیربط آن یکی از این نهادها هستند و از طرفی دیگر، نهادهای غیردولتی محلی هم که به‌صورت خودجوش شکل گرفته‌اند، دارای تأثیرگذاری بالایی در رشد و گسترش فعالیت‌های کارآفرینی‌اند. به همین علت از دیدگاه مایا ارتباط پیچیده‌ای بین عناصر بخش عمومی و خصوصی و فعالیت‌هایی که همگی با هم به کارآفرینی منجر می‌شوند وجود دارد (مایا، ۲۰۰۲)؛ اما در خصوص کارآفرینی روستایی باید گفت برخی از این عوامل در کارآفرینی بعد مثبت و تقویتی و بعضی دیگر بعد منفی دارند و موانع محسوب می‌شوند. در این میان برای ایجاد کارآفرینی مؤثر روستایی باید به ترکیبی از عوامل مؤثر توجه کرد تا تأثیرگذاری آن در محیط روستا بیش‌تر نمود یابد. به همین علت امروزه، نگاه کل‌گرا و یکپارچه در برنامه‌ریزی‌ها نشان می‌دهد که نگاه چرخشی در توسعه کارآفرینی روستایی بیش از نگاه خطی تک‌بعدی مؤثر است (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۹۲).

### عوامل فردی

از دید اقتصادی، تمایل فردی، از راه محرک‌های بازار که در دسترس کارآفرین هستند، از جمله سود و منافع اقتصادی تأثیر پذیرفته است؛ بنابراین، کارآفرین به عوامل فردی و شرایط اقتصادی عمومی وابسته است. یکی از تعابیر قدیمی درباره محرک‌های کارآفرینی، نیاز به موفقیت است. مک کله لند<sup>۱</sup> (۱۹۳۵) به این نکته پی برد که افراد نیازمند به موفقیت بیشتر، نسبت به آن‌هایی که نیاز به موفقیت در آن‌ها کمتر است، بسیار حساس هستند تا فرصت‌های اقتصادی را تغییر دهند. این حساسیت به آن‌ها کمک می‌کند تا فرصت‌ها را بشناسند و کسب و کارهایی را شروع کنند. از دیگر محرک‌های کارآفرینی، میل به استقلال است. طبق گفته‌های هاگن<sup>۲</sup> (۱۹۶۲)، کارآفرینان تحمل قدرت بالاسری ندارند و به دنبال استقلال هستند. بسیاری از مطالعات گذشته اشاره می‌کنند که عدم رضایت شغلی از جمله محرک‌هایی است که باعث می‌شود کارآفرینان کسب و کار جدیدی را شروع کنند. وجود نقش کارآفرینانه نیز از عوامل دیگری است که کارآفرینان را به شروع کسب و کاری ترغیب می‌کند. هم‌چنین، عموماً درصد زیادی از کارآفرینان، پدران کارآفرین داشتند. از جمله محرک‌های دیگر، میل به ریسک‌پذیری است، میل به ریسک‌پذیری اساس کارآفرینی است (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۹۲).

تحلیل و بررسی اسناد و تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که تاکنون مطالعات متعددی به‌صورت جداگانه در زمینه کارآفرینی، گردشگری، کارآفرینی گردشگری، عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری در ادبیات داخلی و جهانی صورت پذیرفته است که مهم‌ترین تحقیقات انجام‌شده در این زمینه به شرح زیر می‌باشد:

افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهش خود در زمینه تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری

1- Macceleland

2- Hagen

روستایی با استفاده از روش تحلیل واریانس یک طرفه و آزمون تعقیبی توکی و تکمیل پرسشنامه از دیدگاه هر دو گروه (صاحبان کسب و کار و مسئولان) بیان داشتند که عامل اقتصادی با میانگین بالا از اهمیت بیش تری در توسعه کارآفرینی گردشگری برخوردار است. کریمزاده و همکاران (۱۳۹۳) در تحقیق خود در راستای شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد فرصت های کارآفرینی در بخش گردشگری با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SEM) بیان داشتند با استفاده از روش تحلیل عاملی اکتشافی و رگرسیون خطی مهم ترین عوامل در زمینه کارآفرینی گردشگری عوامل قانونی و سیاسی است. کرد و آبتین (۱۳۹۲)، در پژوهشی که در زمینه بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی در استان سیستان و بلوچستان با استفاده از روش رگرسیون چندگانه و مدل معادلات ساختاری انجام داده اند بیان داشتند که در هر دو روش به اعتقاد مشارکت کنندگان متغیرهای توانمندسازی زنان و دختران روستایی استان و توسعه فناوری های اطلاعات و ارتباطات در روستاهای استان با توسعه کارآفرینی روستایی ارتباط معنی داری ندارند اما متغیر ایجاد مراکز رشد روستایی در روستاهای استان با توسعه کارآفرینی روستایی رابطه معنی داری دارد. اختر و سومی<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) در مقاله خود تحت عنوان عوامل اجتماعی- فرهنگی مؤثر بر فعالیت های کارآفرینی بیان داشتند برای توسعه تحقیقات آینده، عوامل اجتماعی- فرهنگی را که تصمیم گیری برای ایجاد کسب و کار جدید را تحت تأثیر قرار می دهند، لازم و ضروری می باشد. اوسیلکای و میهای ناکو<sup>۲</sup> (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان عوامل محیطی مؤثر بر کارآفرینی (چارچوب تحقیق و نتایج) بیان داشتند که، تجزیه و تحلیل و بررسی تأثیرگذاری عوامل مختلف زیست محیطی، تحلیل روابط شخصی و حرفه ای ویژگی های (بالقوه) کارآفرین که پس از سرمایه گذاری در زمینه کسب و کار کارآفرینی فناورانه موفقیت به بار آوردند، می تواند برای ارزیابی پتانسیل موفقیت در راستای سرمایه گذاری کسب و کار کارآفرینی فن آوری استفاده شود.

فیروزی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی (مطالعه موردی؛ روستای خارستان شهرستان بهبهان) بیان داشتند که کم تر از ۱۰ درصد اهالی روستا با مهارت های کارآفرینی آشنایی دارند. هم چنین با توجه به خروجی های نهایی تحلیل فرآیند سلسله مراتبی، میزان آشنایی با کارآفرینی و ایجاد زیرساخت های کارآفرینی، دو عامل مهم و تأثیرگذار در توسعه کارآفرینی در روستای خارستان می باشد.

همان گونه که در ابتدای این مبحث اشاره شد، تحقیقات بررسی شده در این بخش به نحوی عوامل مؤثر بر کارآفرینی گردشگری روستایی را مورد بررسی قرار داده بودند. با مطالعه تطبیقی که انجام شد، آنچه پژوهش حاضر را از تحقیقات پیشین متمایز می کند، تأکید این تحقیق بر بررسی تأثیرگذاری هر یک از عوامل مختلف اقتصادی، اجتماعی، طبیعی، سازمانی و فردی بر فعالیت های کارآفرینانه در حوزه گردشگری روستایی است.

1- Akhter and Sumi

2- Avasilcāi and Mihai Nacu

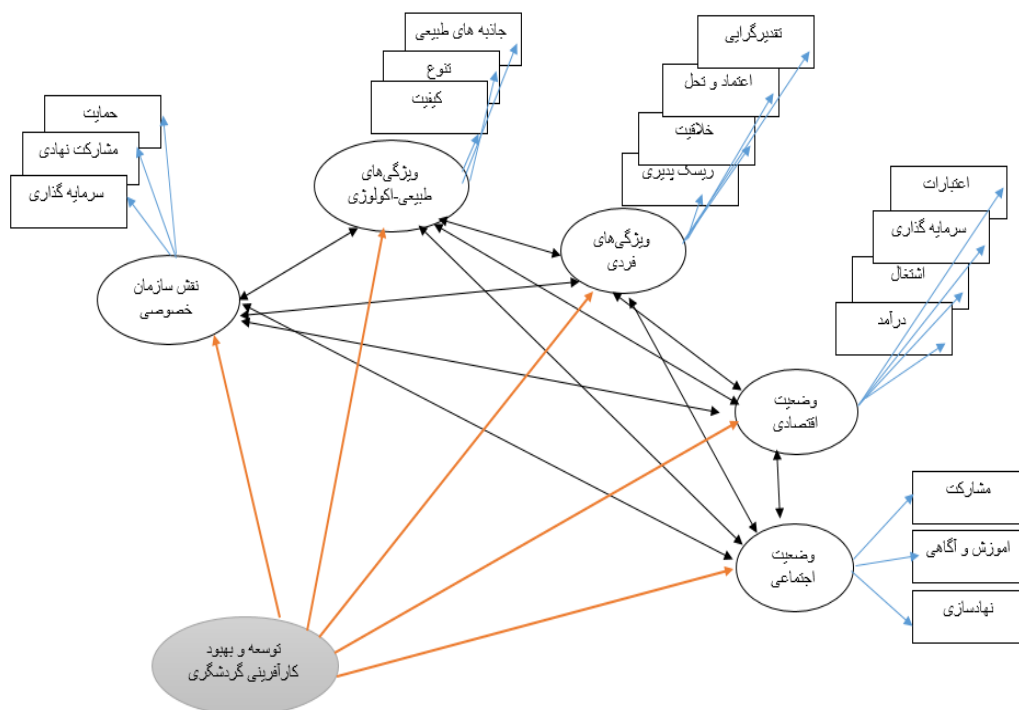
## مواد و روش‌ها

نوع پژوهش کاربردی و روش‌شناسی مورد استفاده توصیفی-تحلیلی است. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی (مشاهده و تکمیل پرسشنامه) استفاده شده است. در ادامه برای عملیاتی ساختن مطالعه به‌منظور تحلیل عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی (با رویکرد توسعه پایدار) از دیدگاه ساکنین در روستاهای نمونه، با اتکا به مبانی نظری تحقیق ابتدا شاخص‌ها و متغیرهایی در پنج بعد اقتصادی، اجتماعی، محیطی (طبیعی اکولوژیکی)، نهادی (سازمانی) و فردی به شرح جدول ۱ تهیه و سپس بر اساس آن به تدوین پرسشنامه‌ای به‌منظور شناسایی و جمع‌آوری اطلاعات کارآفرینی در بخش گردشگری دهستان با توجه به اهداف و سؤال تحقیق تدوین که بر اساس طیف لیکرت در پنج طیف (خیلی زیاد (پنج) تا خیلی کم (یک)) دسته‌بندی شد. تعداد پرسشنامه بر اساس فرمول اصلاح شده کوکران ۱۳۱ پرسشنامه بود که روایی آن توسط گروهی از متخصصین مورد تأیید قرار گرفته و برای تعیین ضریب اعتبار یا پایایی تعداد ۳۰ عدد پرسشنامه (حدود ۲۰ درصد تعداد پرسشنامه) در بین سرپرستان خانوار روستاهای مورد مطالعه توزیع شد. پس از جمع‌آوری داده‌های پرسشنامه‌ها، داده‌ها وارد رایانه شد و با استفاده از نرم‌افزار spss16 برای همبستگی درونی بین سؤالات پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که برای همگنی سؤالات پرسشنامه غالباً ضریب آلفای بالای ۰/۷ مطلوب تلقی می‌گردد (کلانتری، ۱۳۹۱). لذا با توجه به مقدار به‌دست‌آمده ۰/۸۳ پرسشنامه دارای پایایی و انسجام درونی می‌باشد. پس از جمع‌آوری اطلاعات از راه پرسشنامه، داده‌های به‌دست‌آمده پس از کدگذاری، از طریق نرم‌افزار Apss<sup>۱</sup> و Amos<sup>۲</sup> با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و تحلیلی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

مدل‌های عاملی، از دو جهت مورد توجه پژوهشگران هستند. از یک سو با استفاده از این نوع مدل‌ها و آزمون آن‌ها بر مبنای داده‌های تجربی می‌توان شواهدی برای اعتبار مقیاس‌های تعریف شده توسط محقق به دست آورد. بنابراین یکی از اهداف اصلی کاربرد آن‌ها ساخت مقیاس‌های استاندارد به لحاظ علمی است. از طرف دیگر مدل‌های عاملی به‌عنوان جزئی از مدل‌های معادله ساختاری در نقش مدل‌های اندازه‌گیری عمل می‌کند. در تحلیل عاملی تأییدی محقق مطالعه خود را بر مبنای ساختار عاملی از پیش تعیین شده دنبال می‌کند و درصدد است تا صحت و سقم ساختار عاملی مجموعه‌ای از متغیرهای مشاهده شده را مورد آزمون قرار دهد. این تکنیک به محقق اجازه می‌دهد تا به آزمون این فرضیه که بین متغیرهای آشکار<sup>۳</sup> و سازه‌های نهفته رابطه‌ای وجود دارد را مورد بررسی قرار دهد؛ بنابراین، بر اساس این تکنیک محقق ابتدا باید از طریق بررسی تئوری‌ها و مطالعات قبلی و با بهره‌گیری از دیدگاه‌های از دیدگاه-های خود ابتدا به تدوین مدل نظری اقدام کند تا در عمل بتواند آن را به محک تجربه زند (شکل ۱). از این‌رو تحلیل عاملی تأییدی مورد ویژه‌ای از مدل معادلات ساختاری<sup>۴</sup> (SEM) است، که به ساختار کوواریانس<sup>۵</sup> یا مدل روابط

1- Statistical package for social science  
 2- Analysis of moment structures  
 3- Manifest Variables  
 4- Structural Equation Model  
 5- Covariance

ساختاری خطی<sup>۱</sup> (LISREL) نیز معروف است.



شکل ۱. مدل نظری تحقیق

منبع: نگارندگان، با استفاده از منابع در دسترس

در همین راستا برای تحلیل عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی دهستان زوارم به تحلیل عاملی پرداخته شده است. در این راستا بر اساس مدل نظری تحقیق ۲۰ متغیر آشکار (شاخص) در قالب پنج متغیر نهفته (عامل) شامل (۱) شرایط فردی (۲) وضعیت اقتصادی (۳) شرایط اجتماعی (۴) وضعیت طبیعی-اکولوژیکی (۵) شرایط سازمانی (خصوصی و دولتی) مدنظر قرار گرفته‌اند.

جامعه آماری تحقیق حاضر شامل افراد ساکن در دهستان زوارم می‌باشد، که بر اساس سرشماری نفوس و مسکن سال ۹۰، ۲۰۹۵ خانوار با جمعیت ۷۵۸۶ در ۱۰ روستا ساکن می‌باشند. روستاها به صورت تمام شماری و با استفاده از فرمول اصلاح شده کوکران به تعیین حجم نمونه برای روستاها پرداخته شده است که نمونه انتخاب شده ۱۳۱ نمونه می‌باشد (فرمول ۱ و ۲).

## 1- Linear Structural Relations



جدول ۱: تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

ابعاد	مؤلفه	شاخص
اقتصادی	اشتغال	بسترسازی اشتغال در منطقه توسط گردشگری بوجود آمدن تقاضا برای محصولات بومی از سوی گردشگران در راستای کسب درآمد و اشتغال‌زایی
	درآمد	فزونی درآمد فعالیت‌های وابسته به بخش گردشگری نسبت به سایر بخش‌ها، متنوع شدن محصولات داخلی روستا.
	اعتبارات سرمایه‌گذاری	امکان دریافت وام در زمینه کسب و کارهای مختلف در ارتباط با گردشگری. سرمایه‌گذاری‌های غیردولتی در روستا به واسطه کارآفرینی در حوزه گردشگری.
اجتماعی	مشارکت	مشارکت زنان و دختران روستایی در فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی، مشارکت دادن مردم بومی در فعالیت‌های گردشگری با تأکید بر مکانیسم آموزش.
	آگاهی	آشنایی با زمینه‌های کارآفرینی و کسب و کارهای جدید، دانش و مهارت کافی مردم برای انجام فعالیت تولیدی - خدماتی مرتبط با گردشگری.
	آموزش	طراحی دوره‌های آموزشی مرتبط با کارآفرینی در منطقه، آموزش جهت راه‌اندازی و اداره کسب و کارهای مرتبط با گردشگری.
اکولوژیکی (طبیعی - محیطی)	نهادسازی	اشاعه فرهنگ کارآفرینی در روستا از طریق رسانه‌های محلی، نگرش مثبت نسبت به سیاست‌های کارآفرینی و گردشگری در روستا.
	کیفیت	سلامت و کیفیت مکانی مناطق گردشگری از آلودگی، کیفیت اکوسیستم‌ها و منابع طبیعی گردشگری (تنوع زیستی، وضعیت ایستگاه).
	تنوع	تنوع جاذبه‌های گردشگری طبیعی و مصنوعی.
سازمانی	جاذبه‌های طبیعی	اقلیم مناسب گردشگری، وجود چشم‌اندازهای زیبا، شگفت‌انگیز و منحصر به فرد.
	سیاست‌گذاری	تصویب طرح‌های حمایتی از کارآفرینی در بخش گردشگری، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی متناسب با پتانسیل‌های منطقه.
	حمایت	وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان در راستای گردشگری روستایی.
فردی	مشارکت	افزایش تمایل بخش خصوصی برای مشارکت در طرح‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری به منظور کارآفرینی و اشتغال‌زایی، همکاری سازمان‌ها در بهبود مدیریت جاذبه‌ها.
	ریسک‌پذیری	حاضر شدن در مواجهه با چالش‌ها و سختی‌ها داشتن ترس در ابتکار و پیشگام بودن، داشتن علاقه نسبت به انجام کارهای جدید و غیرمعمول.
	خلاقیت	کنجکاو بودن نسبت به کشف چیزهای جدید، توانایی کشف و تلفیق راه و روش‌های جدید برای حل یک مشکل.
	اعتماد و تحمل	اطمینان به انجام موفقیت‌آمیز در موقع روبه‌رویی با طرح یا پروژه، مدیریت مناسب فشار و استرس در شرایط مبهم و نامعلوم.
	سرنوشت	موفقیت حاصل سخت‌کوشی است و ارتباطی با شانس و اقبال ندارد.

منبع: نگارندگان، با استفاده از منابع در دسترس

(۱) فرمول کوکران

$$n = \frac{\frac{t^2 pq}{d^2}}{1 + \frac{1}{N} \left( \frac{t^2 pq}{d^2} - 1 \right)}$$

$$n = \frac{\frac{(1.96)^2 (0.7)(0.3)}{(0.05)^2}}{1 + \frac{1}{2095} \left( \frac{(1.96)^2 (0.7)(0.3)}{(0.05)^2} - 1 \right)}$$

$$= 247$$

$$P = 0/7 \quad q = 0/3 \quad t = 1/96 \quad N = 2095 \quad d = 0/5$$

P = احتمال وجود صفت در جامعه ۷۰٪

q = احتمال عدم وجود صفت در جامعه ۳۰٪

d = تفاضل بین سطح اطمینان باوجود یا عدم وجود کامل صفت در جامعه ۵٪

t = ضریب اطمینان ۱/۹۶

n = تعداد حجم نمونه

n' = تعداد خانوار برآورد شده بر اساس فرمول کوکران اصلاح شده

(۲) فرمول اصلاح شده کوکران

$$n = n' / [2 + n' / N]$$

$$247 = 247 / [2 + 247 / 2095] = 131$$

برای انتخاب حجم نمونه در داخل هریک از روستاها از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌بندی شده استفاده شد، بدین معنا که هر یک از روستاها بر اساس تعداد خانوارهای ساکن در یک طبقه قرار گرفته است و بدین ترتیب با استفاده از روش حجم در داخل هر یک از این طبقات (روستاها) انتخاب شده است؛ که در جدول ۲ نمایش داده شده است.

محدوده مورد مطالعه دهستان زوارم از توابع بخش مرکزی شهرستان شیروان می‌باشد که حدود ۱۲ کیلومتر با شهرستان فاصله دارد. این دهستان در جنوب غربی شهرستان قرار گرفته است، همچنین از شمال به دهستان زیارت، از شمال شرق به دهستان حومه، از جنوب شرق و از جنوب به دهستان گلپان و از غرب و جنوب غربی به ارتفاعات متصل است

جدول ۲. تعیین حجم نمونه در روستاها

ردیف	نام روستا	تعداد خانوار	جمعیت	تعداد نمونه
۱	حسین آباد	۸۶۶	۳۶۶۵	۵۴
۲	زوارم	۴۴۷	۱۳۲۰	۲۷
۳	عبدآباد	۲۵۹	۹۱۰	۱۶
۴	فجرآباد	۲۰۲	۶۲۰	۱۲
۵	باداملق	۸۲	۲۶۱	۵
۶	ورقی	۷۳	۲۴۲	۵
۷	شوریک عبدآباد	۶۱	۱۹۳	۴
۸	خادمی فجرآباد	۴۹	۱۶۰	۳
۹	قزل حصار	۳۴	۱۴۰	۳
۱۰	شیرآباد	۲۲	۷۵	۲

منبع: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰

## نتایج و بحث

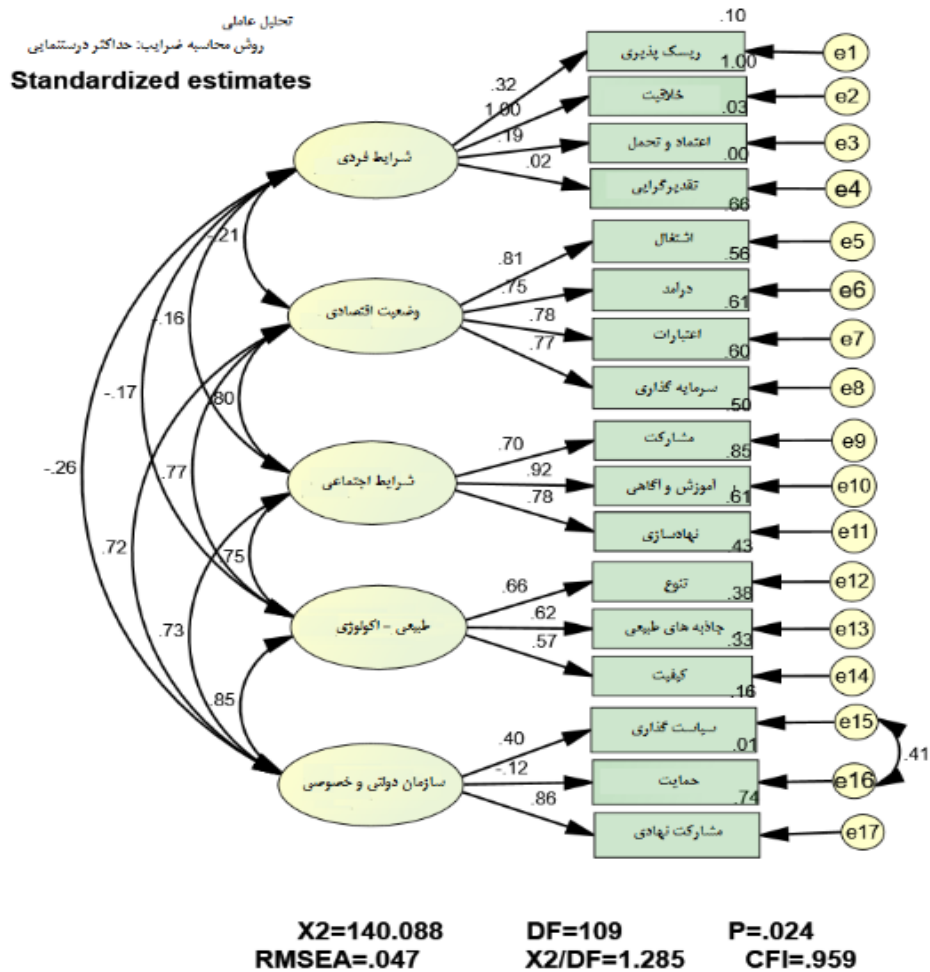
این بخش به دو قسمت یافته‌های توصیفی و یافته‌های تحلیلی تقسیم می‌شود که در ادامه به تشریح آن اقدام می‌گردد.

### یافته‌های توصیفی

در این پژوهش ۱۳۱ پرسشنامه مورد ارزیابی قرار گرفت، که از میان پاسخ‌دهندگان ۶۱/۸ درصد را مردان و ۳۸/۲ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. افراد پاسخگو در محدوده سنی ۲۰-۵۰ سال قرار داشتند. بیش‌ترین درصد سنی در میان افراد پاسخگو در دهستان مربوطه به دو گروه سنی ۴۰-۳۰ و ۵۰-۴۰ ساله است که هر گروه به ترتیب ۳۴/۴ و ۳۶/۶ درصد پاسخگویان را شامل می‌شود. ۷۹/۴ درصد از آن‌ها متأهل و ۲۰/۶ درصد مجرد هستند. از نظر وضعیت سواد پاسخگویان ۴۲ درصد تحصیلات راهنمایی داشتند. از نظر بعد خانوار، خانوارهای ۴-۷ نفره با ۴۱/۲ درصد بیش‌ترین، و ۴۱/۸ درصد از پاسخگویان کشاورز بوده‌اند.

### یافته‌های تحلیلی

نتایج حاصل از تحلیل عاملی در شکل ۲ نشان می‌دهد، مقدار کای اسکویئر ( $\chi^2$ ) برای برازش مدل ۱۴۰/۰۸ با درجه آزادی ۱۰۸ به‌دست آمده است. علاوه بر آن با توجه به اینکه مقدار آماره RMSEA برابر با ۰/۰۴ می‌باشد حاکی از برازش خوب در مدل مورد نظر است. با توجه به اینکه مدل به‌دست آمده دارای روایی سازه و پایایی لازم بود، از این‌رو، به آزمون برازش مدل و بررسی شاخص‌های برازش مدل پرداخته شد.



شکل ۲. تحلیل عاملی مرتبه اول

جدول ۳. نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری با شاخص‌های برازش

شاخص برازش	معیار پیشنهاد شده	نتایج در پژوهش
کای اسکور (درجه آزادی)	کمتر از ۰/۳	۲/۴۴
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	۰/۹۵۸
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	۰/۹۵۹
مقدار آماره ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب (RMSEA)	کوچک‌تر از ۰/۱	۰/۰۴

منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج به دست آمده در جدول ۳ نشان داده شده است. مقدار کای اسکور درجه آزادی ۱/۲۵۸ کمتر از سه می‌باشد و چون شاخص برازندگی تطبیقی و فزاینده مقدارشان بین صفر و یک در نوسان است و هر چه به یک نزدیک‌تر باشد

برازش مدل قابل قبول می‌باشد؛ و همچنین مدل ما نشان می‌دهد که اولاً گویه‌های هر یک از سازه‌ها می‌توانند زیر چتر سازه‌های خود قرار گیرند. ثانیاً بین هر پنج سازه دوه‌دو همبستگی وجود دارد.

در مدل بالا سه نوع پارامتر آزاد وجود دارد.

الف) پارامتری که منعکس کننده واریانس‌ها و کوواریانس‌های عامل‌ها یا متغیرهای پنهان بیرونی هستند. در مدل عاملی بالا ۱۷ پارامتر شامل هفت واریانس برای شش متغیر پنهان بیرونی (شرایط فردی، شرایط اجتماعی، وضعیت اقتصادی، طبیعی اکولوژیکی و سازمان دولتی خصوصی) و متغیر آشکار (سیاست‌گذاری و حمایت)؛ ۱۰ کوواریانس برای همبستگی بین (شرایط فردی و اجتماعی)، (شرایط فردی و وضعیت اقتصادی)، (شرایط فردی و طبیعی اکولوژیکی)، (شرایط فردی و سازمان خصوصی دولتی)، (شرایط اجتماعی و وضعیت اقتصادی)، (شرایط اجتماعی و طبیعی اکولوژیکی)، (شرایط اجتماعی و سازمان خصوصی دولتی)، (شرایط اجتماعی و وضعیت اقتصادی و سازمان خصوصی دولتی)، (شرایط طبیعی اکولوژیکی و سازمان خصوصی دولتی) موجود می‌باشد. بیش‌ترین ضریب همبستگی بین (طبیعی اکولوژیکی و سازمان خصوصی دولتی) ۰/۸۵ می‌باشد.

ب) پارامتری که نوعی وزن رگرسیونی است نشان‌دهنده کوواریانس یا ضریب همبستگی بین هر متغیر آشکار با متغیر پنهانی است که بر آن بار شده است که همان بار عاملی است و نشان می‌دهد که چند درصد از واریانس یک متغیر آشکار توسط واریانس متغیر پنهان به حساب آمده است.

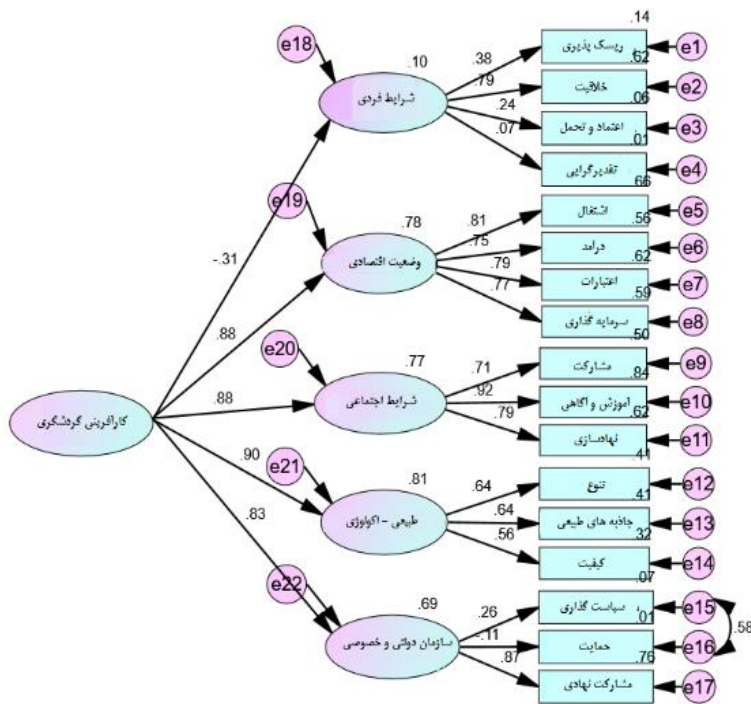
از بین چهار مقیاس فرعی ریسک‌پذیری، خلاقیت، اعتماد و تحمل و تقدیرگرایی با توجه به مقادیر استاندارد برآورد شده، مقیاس خلاقیت با ضریب ۱ دارای همبستگی بیش‌تری با نمرات فردی است. در مقابل مقیاس تقدیرگرایی با دارا بودن ضریب ۰/۲ همبستگی کمتری با نمرات فردی دارد به همین ترتیب وزن کمتری را در تعریف این متغیر پنهان دارا می‌باشد. از بین چهار مقیاس فرعی اشتغال، درآمد، اعتبارات و سرمایه‌گذاری؛ اشتغال با توجه به بالاترین ضریب همبستگی با متغیر پنهان اقتصادی ۰/۸۱ بیش‌ترین وزن را در این متغیر پنهان داراست؛ و همچنین میزان همبستگی (بار عاملی) آموزش و آگاهی با متغیر پنهان اجتماعی ۰/۹۲ بیش‌ترین و مشارکت با ضریب ۰/۷۰ کمترین ضریب همبستگی را داشته است. در متغیر پنهان طبیعی اکولوژیکی بیش‌ترین همبستگی را تنوع با ضریب ۰/۶۶ داشته است و در متغیر سازمان خصوصی دولتی بیش‌ترین همبستگی مشارکت نهادی با ضریب ۰/۸۶ می‌باشد.

ج) پارامتری که نشانه واریانس‌ها و کوواریانس‌های متغیرهای خطای مرتبط با متغیرهای آشکار و اندازه‌گیری شده است.

برای مشخص نمودن اثرات فردی، اقتصادی، اجتماعی، طبیعی-اکولوژیکی، سازمانی بر کارآفرینی گردشگری روستایی به تحلیل عاملی مرتبه دوم پرداخته شد؛ زیرا این عامل خود تحت تأثیر یک عامل پنهانی دیگر (کارآفرینی گردشگری) قرار دارد (شکل ۳).

عوامل ایجاد فضای کارآفرینی گردشگری روستایی  
تحلیل عاملی مرتبه دوم  
روش محاسبه ضرایب: حداکثر درستمایی

Standardized estimates



$X^2=144.218$   $DF=113$   $P=.025$   
 $RMSEA=.046$   $X^2/DF=1.276$   $CFI=.959$

شکل ۳. تحلیل عاملی مرتبه دوم

جدول ۴. نتایج میزان انطباق مدل اندازه‌گیری با شاخص‌های برازش

شاخص برازش	معیار پیشنهاد شده	نتایج در پژوهش
کای اسکویر / درجه آزادی	کمتر از ۰/۳	۱/۲۷
شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	۱/۹۵
شاخص برازندگی فزاینده (IFI)	بزرگ‌تر یا مساوی ۰/۹	۰/۹۶
مقدار آماره ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب (RMSEA)	کوچک‌تر از ۰/۱	۰/۰۴

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول ۴ مشخص شده است مقدار  $RMSEA = 0.046$  زیر  $0.08$  مدل را قابل قبول اعلام می‌دارد و همچنین مقدار  $X^2/DF = 1.276$  است کمتر از ۳ مدل را قابل قبول اعلام می‌دارد و مقدار  $CFI = 0.959$  بالای  $0.9$  است که برای تأیید مدل کافی است.

بر اساس مدل نهایی شکل ۳ می‌توان گفت که ایجاد فضای کارآفرینی گردشگری وقتی مؤثر است که وضعیت

اقتصادی بالا باشد، و همچنین شرایط اجتماعی، شرایط طبیعی - اکولوژیکی و شرایط سازمانی (دولتی و خصوصی) در آن بالا باشند؛ اما همان طور که در مدل دیده می شود عدد مربوط به پیوند کارآفرینی گردشگری و شرایط فردی منفی است، پس می توان گفت وقتی شرایط فردی منفی به دست آمده بدین معنا می باشد که عوامل فردی به عنوان یک مانع محسوب می شود چرا که ریسک‌گریزی، ضعف خلاقیت جزو شاخصه‌ها و موانع تأثیرگذار فردی محسوب می شود این در شرایطی است که سایر عوامل تأثیرگذاری بیش‌تری و سهم قابل توجهی در ایجاد فضای کارآفرینی گردشگری در دهستان زوارم دارا هستند.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادات

امروزه با توجه به تجربه جهانی، توسعه روستایی نقش بسیار مهمی در توسعه جوامع ایفا می کند، بر این اساس کشورهای مختلف استراتژی‌های متنوعی را با توجه به شرایط و امکانات موجود در این زمینه به کار گرفته‌اند؛ که به وجود آمدن آن مستلزم فراهم کردن شرایط و الزاماتی نظیر توسعه زیرساخت‌های فنی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی می باشد. با توجه به شرایط اقتصادی حاکم بر کشورمان و تسلط اقتصاد تک محصولی و سرازیر شدن تمامی سود حاصل از فروش به شهرها می‌طلبید، که روستاها به فکر ایجاد شرایطی متناسب با محیط خود باشند، و این نیازسنجی در رابطه با به‌کارگیری راهبرد صحیح بایستی با توجه به شرایط خاص مناطق روستایی صورت گیرد در این شرایط است که کارآفرینی در مقیاس خرد و کوچک جزو راهبردهای جدید توسعه در مناطق روستایی محسوب می‌شود، بنابراین در همین راستا نیاز به توسعه کارآفرینی در بخش گردشگری روستایی مطرح می‌شود. در شرایطی که افول کشاورزی در منطقه، مهاجرت بیش از حد جمعیت به خصوص جوانان، افزایش تقاضا برای انواع گردشگری جدید و پایدار به خصوص گردشگری طبیعی با توجه به پتانسیل منطقه را به وجود آورده است. در ادامه بحث نتایج پژوهش در ارتباط با سؤال مطرح شده، که کدامیک از عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، محیطی، نهادی، فردی بر کارآفرینی گردشگری روستایی مؤثرتر هستند، نشان داد از بین عوامل مورد بررسی در کارآفرینی گردشگری عامل محیطی (طبیعی - اکولوژیکی) با مقدار (۰/۹)، عامل اقتصادی و اجتماعی با مقدار (۰/۸۸) و شرایط سازمانی (۰/۸۳) بیش‌ترین تأثیر را در کارآفرینی دهستان زوارم دارند. نتایج حاکی این وضعیت می‌باشد که توسعه گردشگری ممکن است به‌عنوان یک استراتژی برای پرداختن به مسائل و مشکلات اقتصادی ناشی از ضعف بخش کشاورزی در دهستان زوارم منجر شود، به‌گونه‌ای که با توسعه گردشگری روستایی در مناطق روستایی شهرستان شیروان و بالطبع آن افزایش کارآفرینی گردشگری، دهستان زوارم دارای این پتانسیل خواهد بود که در تمامی زمینه‌های گردشگری طبیعی، اجتماعی و سازمانی فعال باشد. بدین صورت است که با فراهم کردن شرایط اولیه و زیرساخت‌ها می‌توان ضعف‌ها و موانع پیش-روی کارآفرینی گردشگری را از بین برد و با تقویت ذهنی خلاق و کارآفرین می‌توان آن را به یک فرصت تبدیل کرد و شرایط را بهبود بخشید.

۱. برنامه آموزشی برای توسعه کارآفرینی با توجه به پتانسیل کارآفرینان روستایی برای حل مشکلات مهارتی و برای بالا بردن آگاهی در مورد توسعه گردشگری پایدار کمک خواهد کرد.

۲. ترویج کارآفرینی زنان از طریق آموزش بهتر در مهارت‌های کسب‌وکار اساسی و دسترسی بهتر به فرصت‌های

بازار می‌تواند گنجانده شود

۳. ادغام عناصر کارآفرینی در تمام سطوح نظام آموزشی، برنامه‌های نظارتی درحال توسعه و راه‌اندازی یک مرکز خدماتی کسب‌وکار به افزایش سطح توسعه کارآفرینی و به شکل نگرش مثبت نسبت به کارآفرینی کمک خواهد کرد.

۴. برگزاری کارگاه‌های آموزشی در راستای مهارت‌آموزی در بین ساکنین منطقه می‌توان ویژگی‌هایی نظیر ریسک‌پذیری و خلاقیت و مدیریت شرایط سخت و سایر ویژگی‌های فردی را ترویج و تقویت کرد.

## منابع

- اعظمی، م.، جلیلیان، س. و هاشمی، ن. ۱۳۹۴. تحلیل اثرات اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری پایدار مطالعه موردی: روستای نوره. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۴(۱۴): ۱۵۴-۱۷۴.
- ایزدی، ن. و عطایی، پ. ۱۳۹۲. کارآفرینی روستا و نقش ترویج و آموزش کشاورزی در توسعه آن. فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، ۱۱(۴۰): ۳۰-۳۴.
- حیدری مکرر، ح. و سارانی، ا. ۱۳۹۴. بررسی و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی. همایش ملی عمران و معماری با رویکردی بر توسعه پایدار، ۱-۱۷.
- رکن‌الدین افتخاری، ع.، پورطاهری، م. و فضلی، ن. ۱۳۹۳. تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی. مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، ۳(۸): ۸۷-۱۰۷.
- رکن‌الدین افتخاری، ع. و سجاسی قیداری، ح. ۱۳۹۲. توسعه روستایی با تأکید بر کارآفرینی تعاریف، دیدگاه‌ها و تجربیات. تهران، سمت، ۱۴۰ ص.
- رکن‌الدین افتخاری، ع.، سجاسی قیداری، ح. و رضوی، س.ح. ۱۳۹۰. راهبردهای توسعه کارآفرینی کشاورزی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای شهرستان خدابنده. فصلنامه توسعه و روستا، ۱۳(۳): ۲-۲۹.
- زارع احمدآبادی، ح. و عربشاهی، ش. ۱۳۹۰. الزامات آموزش کارآفرینی زنان روستایی مورد زنان روستایی یزد. دو فصلنامه علمی- ترویجی بانوان شیعه، ۸(۲۶): ۵۰-۷۲.
- زرافشانی، ک.، شرفی، ل.، گراوندی، ش. و قبادی، پ. ۱۳۹۲. بررسی اثرات توسعه گردشگری در ارتقاء شاخص‌های اقتصادی - اجتماعی نواحی روستایی موردی: منطقه گردشگری ریجاب در استان کرمانشاه. فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، ۲(۵).
- زارع یکتا، م. ۱۳۹۱. بررسی ارتباط کارآفرینی و گردشگری روستایی و نقش آن در توسعه روستایی، کارآفرینان. ۴(۲۶): ۴۶-۵۱.



ضیایی، م. و گرجی، م. ۱۳۹۰. اولویت‌بندی عوامل محیطی مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری مطالعه موردی روستای ماسوله. همایش مدیریت توسعه گردشگری چالش‌ها و راهکارها، ۱-۱۶.

فیروزی، م.، گودرزی، م. و زارعی، ر. ۱۳۹۲. بررسی رابطه متقابل بین توسعه کارآفرینی و گردشگری پایدار روستایی مطالعه موردی، بازننگری: روستای خارستان شهرستان بهبهان. مجله مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، ۳(۱۲): ۸۴-۶۵.

کرد، ب. و آبتین، ع. ۱۳۹۲. بررسی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در استان سیستان و بلوچستان با تمرکز بر توسعه مراکز رشد روستایی، توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و توانمندسازی زنان روستایی. فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۱۱(۳۲): ۱-۱۴.

کریم زاده، ح.، نیکجو، م.، صدرموسوی، م. و کوهستانی، ح. ۱۳۹۳. شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی با استفاده از مدل معادلات ساختاری (SME). مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، ۲۵(۲): ۲۷۰-۲۹۰.

کلانتری، خ. ۱۳۹۱. پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی اقتصادی. چاپ پنجم، ناشر فرهنگ صبا. ۳۸۷ ص.

Alison, M. 2005. Entrepreneurship and Economics and Transition, Tin Bergen Institute Discussion Paper Faculty of Econometrics. University of Amsterdam. 2-32.

Akhter, R. and Rahman Sumi. F. 2014. Socio-cultural factors influencing entrepreneurial activities: A study on Bangladesh. *Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 16: 01-10.

Anderson, S. 2003. High-growth fits the swedish erp industry. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(2): 180-193.

Avasilcăia, S. and Mihai Nacua, C. 2014. Technological ecopreneurship: conceptual approaches, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 124: 229 – 235.

Chowdhury, M.S. 2007. Overcoming entrepreneurship development constraints: the case of Bangladesh. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 3(1): 240-251.

Davis, J. 2004. Guide to Rural Economic and Enterprise Development Working Paper. November [Online] Available at. [www.gtz.de](http://www.gtz.de). 2012.6.22

Heaton, J. 2005. Developing Entrepreneurs as Examination of Systematic Approaches to Entrepreneurial Development for Rural Areas. Illinois Institute for Rural Affairs, Rural Research Report: 2-12.

Heriot, K. 2002. Building the Rural Economy with High Growth Entrepreneurs. Federal Reserve Bank of Kansas City, Economic Review, Third Quarter. Economic University: 61-

78.

- Hernandez, J. 2016. The inter-relationship between rural and mass tourism: The case of Catalonia Spain. *Tourism Management*, 54: 43-57.
- Hoxha, D. and Capelleras, J. 2010. Fast-growing firms in a transitional and extreme environment: Are they different. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, No. 17(3): 350-370.
- Hurley, A. 2011. Incorporating feminist theories in to sociological theories of entrepreneurship. *Women in Management Review*, 2(14): 2-7.
- Maia, L. 2002. Enhancing Entrepreneurship in Rural Tourism for Sustainable Regional Development the Case of Soderslatt Region Sweden. The International Institute for Industrial Environmental Economics (IIIEE), *International Miljo Institute*. 117 p.
- Macke, D. 2001. Situation Analysis Entrepreneurship & Rural Texas. Draft Report Rural Entrepreneurship Initiative, Lincoln. Nebr Center for Rural Entrepreneurship, 2-6.
- Verheul, I. 2002. An Eclectic Theory of Entrepreneurship. Tinbergen Institute Discussion Paper Institute for Development Strategies University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 25.
- Wang, W. Lu, W. and Kent Millington, J. 2011. Determinants of Entrepreneurial Intention among College Students in China and US. Elsevier, 36-44.

---

## **Analysis of factors affecting rural tourism entrepreneurship case study: Zoeram rural district, Shirvan Township**

**Hosein Farahani<sup>1\*</sup>, Seysde Parvin Hoseyni<sup>2</sup> and Shadi Bayazidi<sup>2</sup>**

**Submitted:** 2 May 2018

**Accepted:** 18 July 2018

### **Abstract**

The study of literature on rural development and planning shows that one of the most well-known rural development strategies is entrepreneurship. Hence, what is at stake here is the importance of the role of rural entrepreneurship and rural business. In this regard, this research aims to analyze the factors affecting entrepreneurship in the rural tourism sector, which is descriptive-analytical in terms of its nature and method and with regard to its intended purposes. The statistical population in this study was the population living in the villages of Zoeram Township. According to the modified version of Cochran, 131 questionnaires were prepared. The data and data were collected in 2017 using library and field studies (observation and completion of questionnaires). After collecting data from the questionnaire, using simple random sampling, data obtained after encoding were analyzed by descriptive and analytic statistical methods using the SPSS and AMOS software. The results showed that economic, social, natural - ecological and organizational factors are effective in creating rural tourism space. And the weakness of the individual situation with the least amount of evidence suggests that it has a negative effect on the creation of a tourism entrepreneurial environment, which can even be regarded as an effective barrier, in spite of a progressive barrier with creative intellectual enhancement and entrepreneurship can be transformed into an opportunity and improved conditions.

**Keywords:** Employment creation, sustainable development, business, rural tourism.

---

1 - Associate Professor of Geography, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanzan

2 - Master of Geography and Rural Planning, Faculty of Humanities, Zanzan University, Zanzan

(\*-Corresponding author Email: farahani1354@gmail.com)

10.22048/rdsj.2019.128321.1727