



Qualitative-quantitative analysis of the relationship between regional advantages in rural tourism entrepreneurship and effective factors in rural tourism entrepreneurship (Case Study: Target and Destination Villages in Ardabil Province)

Hossein Karimzadeh¹ | Hamdollah Sojasi Qeidari² | Carmen Bizzarri³ | Robab Naghizadeh⁴

1. Corresponding Author, Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran. Karimzadeh10@gmail.com
2. Department of Geography, Faculty of Literature and Humanities, Ferdowsi University, Mashhad, Iran. ssojasi@yahoo.com
3. Department of Geography, Faculty of Geography, European University of Rome, Rome, Italy. carmen.bizzarri@unier.it
4. Department of Geography and Rural Planning, Faculty of Planning and Environmental Sciences, Tabriz University, Tabriz, Iran. R.naghizadeh71@gmail.com

Article Information

Research Paper

Vol: 15
No: 56
P: 1-27
Received: 2023-09-13
Revised: 2024-01-14
Accepted: 2024-01-15
Published: 2024-08-01

Keywords:

- Entrepreneurship
- Rural tourism
- Regional advantages
- Ardabil province

Cite this Article:

Karimzadeh, H., Sojasi Qeidari, H., Bizzari, C & Naghibzadeh, R. (2024). Qualitative-quantitative analysis of the relationship between regional advantages in rural tourism entrepreneurship and effective factors in rural tourism entrepreneurship (Case Study: Target and Destination Villages in Ardabil Province). *Journal of Arid Regions Geographic Studies*. 15(56): 1-27.
doi: 10.22034/JARGS.2024.416249.1055

Publisher: Hakim Sabzevari University

© The Author(s)



[10.22034/JARGS.2024.416249.1055](https://doi.org/10.22034/JARGS.2024.416249.1055)

Abstract

Aim: This research aims to qualitatively-quantitatively analyze the relationship between regional advantages and effective factors in rural tourism entrepreneurship.

Material & Method: To explain the effective regional advantages in rural tourism entrepreneurship, firstly, the analyzed indicators were collected using theoretical references from various sources, and a qualitative interview method was used to analyze the effective factors in rural tourism entrepreneurship. Then, the overall results obtained from both steps of the qualitative method were coded for analysis in the quantitative part, using the structural equation model by Smart PLS software, were analyzed.

Finding: In the variable of effective factors in rural tourism entrepreneurship, in the institutional dimension, the factor of easy access to institutions and cooperatives supporting entrepreneurial activities, and in the social dimension, the factor of not having stress in difficult situations showed the highest level of influence. In the variable of regional advantages effective in rural tourism entrepreneurship, in the political-legal dimension, the factor of the existence of government incentives for entrepreneurs in line with rural entrepreneurship, and in the infrastructural dimension, the factor of access to the gasoline and fuel distribution point, showed the highest level of influence.

Conclusion: The research results show that the relationship between regional advantages and effective factors in rural tourism entrepreneurship is confirmed with a value of 4.39.

Innovation: Based on the background of the studies, efforts were made to fill the research gap. Several unique approaches were made to better understand rural tourism entrepreneurship. However, a mixed method (qualitative-quantitative) was used to select the most suitable model to investigate this relationship by evaluating different points of view. The findings of this study will be useful in future planning.

Extended Abstract

1. Introduction

The weakening of traditional economic activities in rural areas has necessitated the search for new solutions to strengthen economic foundations and diversify economic activities in rural areas. The tourism industry is one of the new economic opportunities that is growing and expanding due to global needs. Today, the villages have become the center of traffic for people who want to escape from the noisy city life and life by car; they travel to the villages. Therefore, rural tourism has been developing according to the scope of the demand and the needs of the rural environment. Entrepreneurship is one of the important factors of change in villages, which the institutions and people involved in rural development planning have focused on, and in parallel, rural tourism is considered one of the sources of entrepreneurship. Entrepreneurship development requires a network of various elements of a suitable support environment and a motivational environment. So, the first step for implementing entrepreneurship development policies is to know the region and the bottlenecks of entrepreneurship development. Tourism entrepreneurship in tourist villages in Ardabil province is a solution for empowerment to reduce the gap between the city and the countryside, create economic, social, environmental, and institutional equality, and is an important tool to achieve sustainable development. Therefore, the necessity of conducting this research is that it can be the beginning of a purposeful movement for the institutionalization of rural tourism entrepreneurship. On the other hand, by evaluating the elements of entrepreneurship in the tourist villages of Ardabil province, it is possible to respond to the villagers' needs, especially in the economic dimension. Finally, this study aims to analyze the relationship between the effective regional advantages in rural tourism entrepreneurship and the effective factors in rural tourism entrepreneurship. Thus, in measuring the regional advantage of the tourism villages of Ardabil province, capital and assets in the rural in five dimensions (economic, social-cultural, political-legal, physical, natural) are studied. In measuring the effective factors in rural tourism entrepreneurship, assets in the rural in five dimensions (economic, social, Infrastructure, institutional, and environmental) are studied.

2. Materials and Methods

Quantitative techniques, methods, and tools in various sciences have been noticed in recent years. Meanwhile, the complementary use of quantitative and qualitative approaches provides a wider range of methodological perspectives. Mixed methods are the integration of both qualitative and quantitative methods. Based on this, the current research is applied in terms of purpose and descriptive-analytical in terms of nature. Collecting information in the library and in the field, in which the researcher-made questionnaire tool is used. The research's goals, questions, and assumptions require using a combined (mixed) method in the current research to obtain useful and scientific results as best and as accurately as possible. A mixed research method requires two different sample volumes to collect and analyze qualitative and quantitative data. The qualitative part was snowball sampling with 21 people. In the quantitative part, the easy sampling method of the non-probability sampling type was used with 363 people.

3. Results and Discussion

This research used qualitative analysis to identify the effective factors in rural tourism entrepreneurship by formulating the main and sub-themes and providing examples of each. To establish a structural relationship between the effective factors in tourism entrepreneurship and regional advantages, The results of the qualitative study as operational indicators of effective factors and the results of theoretical reference as operational indicators of regional advantages have been compiled in the form of a researcher-made questionnaire, and for the development of the tool, data has been collected through a researcher-made questionnaire, according to the analysis done in the Smart PLS software. The results indicated that in the variable of effective factors in rural tourism entrepreneurship in the institutional dimension, easy access to institutions and cooperatives supporting entrepreneurial activities had the greatest impact. In the social dimension, not having stress under challenging situations shows the highest level of influence. In the variable of effective regional advantages in rural tourism entrepreneurship, in the political-legal dimension, the existence of government incentives for entrepreneurs in the direction of rural entrepreneurship, and in the infrastructure dimension, access to gasoline and fuel distribution stations, shows the most significant impact.

4. Conclusions

According to the nature of the subject and the theoretical foundations and background of the research, a questionnaire and then statistical analyses were used. The structural analysis results showed the relationship

between the effective regional advantages in rural tourism entrepreneurship and the effective factors in rural tourism entrepreneurship, which is confirmed with a value of 4.39. Therefore, it can be said that the relationship between the two main research variables is confirmed.

5. Acknowledgment & Funding

The authors are thankful to all interview participants for supporting this research. The manuscript did not receive a grant from any organization.

6. Conflict of Interest

The authors declare that they have no known competing financial interests or personal relationships that could have appeared to influence the work reported in this paper.

مطالعات جغرافیایی مناطق خشک

واکاوی کیفی - کمی ارتباط مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کار آفرینی گردشگری

روستایی با عوامل مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی

(مورد: روستاهای هدف و مقصد گردشگری استان اردبیل)

حسین کریم‌زاده^۱✉، حمداله سجاسی قیداری^۲، کارمن بیزارری^۳، رباب نقی‌زاده^۴

۱- نویسنده مسئول، گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، تبریز، ایران. Karimzadeh10@gmail.com

۲- گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، فردوسی، مشهد، ایران. ssojasi@yahoo.com

۳- گروه جغرافیا، دانشکده جغرافیا، رم، ایتالیا. carmen.bizzarri@unier.it

۴- گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده برنامه‌ریزی و علوم محیطی، تبریز، ایران. R.nagizadeh71@gmail.com

چکیده:

هدف: این پژوهش درصدد واکاوی کیفی - کمی ارتباط مزیت‌های منطقه‌ای با عوامل مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی است.

روش و داده: بخش اول تحقیق به صورت کیفی انجام شده است. برای استخراج شاخص‌ها از دو روش استفاده شده است. در گام اول برای تبیین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی ابتدا شاخص‌های مورد بررسی با استفاده از استناد نظری از منابع مختلف جمع‌آوری شد و در گام دوم برای تحلیل عوامل مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی از روش مصاحبه کیفی استفاده شد. به موجب ماهیت این رویکرد، کدگذاری اولیه خط به خط به صورت مشاهده ژرف و لایه‌لایه موضوع از زوایای مختلف به شیوه استقرایی، از رونوشت‌ها انجام شد. سپس در کدگذاری ثانویه برای ساخت کدهای متمرکز و مدیریت داده‌ها از نرم‌افزار مکس کیودا استفاده شد. سپس نتایج کلی حاصل از هر دو گام روش کیفی برای تحلیل در بخش کمی، کدگذاری شده و با استفاده از مدل معادلات ساختاری به وسیله نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس. تحلیل شد.

یافته‌ها: در متغیر عوامل مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی در بعد نهادی عامل دسترسی آسان به نهادها و تعاونی‌های حامی فعالیت‌های کار آفرینانه و در بعد اجتماعی عامل نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل، بیشترین میزان تأثیرگذاری را در این رابطه داشته است. در متغیر مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی، در بعد سیاسی - حقوقی عامل وجود مشوق‌های دولتی برای کار آفرینان در راستای کار آفرینی روستایی و در بعد زیرساختی عامل دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت، بیشترین میزان تأثیرگذاری در این رابطه را نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش نشان می‌دهد ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای با عوامل مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی با مقدار ۴/۳۹ تأیید می‌شود.

نوآوری، کاربرد نتایج: بر اساس پیشینه مطالعات، تلاش‌هایی برای پر کردن شکاف تحقیق انجام شد. چندین رویکرد منفرد برای درک بهتر کار آفرینی گردشگری روستایی انجام شده بود؛ اما در مقابل، یک روش ترکیبی (کیفی - کمی) برای انتخاب مناسب‌ترین مدل برای بررسی این ارتباط با ارزیابی دیدگاه‌های متفاوت مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌های این مطالعه در برنامه‌ریزی‌های آتی مفید خواهد بود.

اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

دوره: ۱۵

شماره: ۵۶

صفحه: ۱-۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۲

تاریخ ویرایش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۵

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۵/۱۱

کلیدواژه‌ها:

- کار آفرینی
- گردشگری روستایی
- مزیت‌های منطقه‌ای
- استان اردبیل

نحوه ارجاع به این مقاله:

کریم‌زاده، حسین، سجاسی قیداری، حمداله، بیزارری، کارمن و نقی‌زاده، رباب. (۱۴۰۳). واکاوی کیفی - کمی ارتباط مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی با عوامل مؤثر در کار آفرینی گردشگری روستایی (مورد: روستاهای هدف و مقصد گردشگری استان اردبیل). *مطالعات جغرافیایی مناطق خشک*، ۱۵ (۵۶): ۱-۲۷.

doi: 10.22034/JARGS.2024.416249.1055

ناشر: دانشگاه حکیم سبزواری



© نویسنده(گان).

doi: 10.22034/JARGS.2024.416249.1055

۱- مقدمه

تضعیف فعالیت‌های اقتصادی سنتی در مناطق روستایی به‌ویژه اقتصاد مبتنی بر منابع طبیعی همچون کشاورزی در طی چند دهه‌ی اخیر، جست‌وجوی راهکارهای جدید، برای تقویت پایه‌های اقتصادی و تنوع‌بخشی به فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی را ضرورت بخشیده است (Rostami & Ehsanifar, 2017). یکی از فرصت‌های جدید اقتصادی که به دلیل نیازهای جهانی، به شدت رشد و گسترش می‌یابد، صنعت گردشگری است. گردشگری همواره به‌عنوان عامل مهم، برای توسعه اقتصادی به حساب می‌آید به طوری که بسیاری از کشورهای جهان این صنعت پویا را به‌عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال و رشد بخش خصوصی و توسعه ساختار زیربنایی می‌دانند (Yasouri & Vatankhah Kalurazi, 2015).

امروزه روستاها نیز، به کانون تردد انسان‌هایی بدل شده‌اند که برای فرار از زندگی پرهیاهوی شهری و زندگی ماشینی، به روستاها سفر می‌کنند؛ لذا با توجه به دامنه‌ی تقاضا و نیازهای محیط روستایی، گردشگری روستایی رو به توسعه گذاشته است (Zarafshani et al., 2013)؛ بنابراین نقاط روستایی به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های گردشگری و زیبایی طبیعی، می‌توانند یکی از کانون‌های گردشگری، در قلمرو سرزمینی باشند (Sojasi Qedari et al., 2013). در اقتصاد ایران، گردشگری روستایی با توجه به گوناگونی محیطی و مزیت‌های نسبی موجود در این حوزه، می‌تواند به‌عنوان یکی از عرصه‌های تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی مدنظر قرار گیرد (Rostami & Ehsanifar, 2017). در این میان، یکی از زمینه‌هایی که می‌تواند حرف جدیدی برای برطرف کردن مشکلات روستاییان بزند، کارآفرینی در زمینه گردشگری روستایی است. کارآفرینی یکی از عوامل مهم تغییر در روستاهاست که نهادها و افراد دست‌اندرکار برنامه‌ریزی توسعه روستایی را به خود معطوف نموده است و به موازات آن، گردشگری روستایی یکی از منابع کارآفرینی به حساب می‌آید (Karimzadeh et al., 2014).

کارآفرینی گردشگری روستایی با ایجاد راهکارهای بدیع و نو و بروز خلاقیت و کارآفرینی، مسیر جدیدی را پیش روی سرمایه‌گذاران، کارآفرینان و مسئولین این حوزه باز کرده است که به اذعان بسیاری از کارشناسان این حوزه، این مسیر جدید می‌تواند به‌عنوان راهبردی نوین جهت متنوع ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مورد استفاده قرار گیرد (Su, 2011)؛ بنابراین مقوله کارآفرینی به‌عنوان یکی از ضرورت‌های برنامه‌های توسعه روستایی، جایگاه و اعتبار ویژه‌ای یافته است (Hosseini & Fallahi, 2017) به‌گونه‌ای که در شرایطی که بسیاری از فعالیت‌های اقتصاد روستایی و سطح درآمد کشاورزی، طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده است، توسعه کارآفرینی در زمینه گردشگری و بروز خلاقیت و کارآفرینی در نواحی روستایی می‌تواند تا حدودی این مناطق را از رکود و انزوا خارج کند و موجب تنوع فرهنگی و توسعه روستایی گردد (Motieei Langroudi & Nosrati, 2011). فعالیت‌های کارآفرینانه در مکان‌هایی ظاهر می‌شود که دارایی‌های خاص آن منطقه را داشته باشد. ویژگی‌های کشور یا منطقه بر تصمیم‌گیری کارآفرینان تأثیر می‌گذارد و می‌تواند عملکرد راه‌اندازی یک فعالیت و احتمال موفقیت آن را بهبود بخشد (Davari et al., 2017). توسعه کارآفرینی نیازمند آمادگی زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی، همکاری نظام‌های آموزشی، ساختارهای اداری و مالی و سایر سازوکارهای حمایتی است؛ بنابراین توسعه کارآفرینی نیازمند شبکه‌ای از عناصر مختلف (Akbari Samani et al., 2020)، محیط حمایتی مناسب و محیط انگیزشی است (Séraphin & Meldrum, 2014).

در این میان یکی از عوامل بسترساز برای ایجاد فرصت کارآفرینانه، مزیت‌های منطقه‌ای، برتری‌های مطلق، نسبی و یا رقابتی موجود در یک منطقه است. مزیت‌سنجی و مکان‌یابی دو روی یک سکه هستند. انتخاب مکان مناسب برای انجام یک فعالیت خاص، به معنای تعیین مزیت مکان موردنظر است (Abdul Maliki, 2008). بررسی مزیت منطقه، برای توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه، یک الگوی رشد را برای کارآفرینان فراهم می‌کند و با تعیین شاخص‌ها و عناصر مرتبط، فرصت‌ها و تهدیدها را شناسایی کرده و زمینه را برای رشد فعالیت‌های کارآفرینانه فراهم می‌کند. کارآفرینی پدیده‌ای مجرد نیست؛ بلکه در متن منطقه خاص خود اتفاق می‌افتد؛ بنابراین اولین قدم برای پیاده‌سازی سیاست‌های توسعه کارآفرینی، شناخت منطقه و گلوگاه‌های توسعه کارآفرینی است. ویژگی‌های منطقه بر تصمیم‌گیری کارآفرینان برای راه‌اندازی یا توسعه یک فعالیت و احتمال موفقیت آن تأثیر دارد (Butler et al., 2015). توسعه کارآفرینی، نیازمند نگاه نظام‌مند مسئولان به کارآفرینی است. به طوری که به عوامل اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، سیاسی، نهادی و مقرراتی مرتبط با کارآفرینی توجه کنند و در توسعه کارآفرینی همه ابعاد را در نظر بگیرند (Naghizadeh, 2021).

بررسی پتانسیل‌های توسعه مناطق یکی از اصلی‌ترین موضوعات مورد مطالعه علم جغرافیا است. منظور از مطالعات منطقه‌ای، یافتن توانایی‌ها و میزان ظرفیت هر منطقه جهت رشد و توسعه است (Parizadi et al., 2011). بی‌توجهی به استعدادها، توانایی‌ها و مزیت‌های نسبی هر منطقه موجب می‌شود تا سرمایه‌گذاری‌ها متناسب با امکانات و ظرفیت‌های بالقوه مناطق صورت نگیرد (Herath et al., 2010). بنابراین در صورتی که عوامل مؤثر بر رشد اقتصادی مناطق شناسایی شود، می‌توان زمینه‌ی ارتقای سطح سیاست‌گذاری‌های مرتبط با مناطق و اتخاذ تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری درست و مبتنی بر آگاهی را برای سیاست‌گذاران ملی و محلی فراهم کرد (Sadeghi Shahdani & Ghaffary Fard, 2009). هر منطقه‌ای بر پایه شرایط اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی و موقعیت جغرافیایی خود، می‌تواند متفاوت باشد بدیهی است که اکوسیستم‌های کارآفرینی یکتا و منحصر به فرد هستند، زیرا نتیجه و برآیند تعاملات متقابل و پیچیده صدها عامل اند که ریشه در نهادهایی شکل گرفته در طول تاریخ دارند؛ نهادهایی که برای مناطق مختلف، در کنار مزیت‌های رقابتی منحصر به فرد، مجموعه‌ای خاص از چالش‌ها به وجود می‌آورند (Isenberg, 2011). مطمئناً ایجاد محیطی که کارآفرینی را تشویق کند شانس یا تصادف نیست و به تمهیداتی برنامه‌ریزی شده نیاز دارد (Gambar Ali et al., 2013) که بدون شناخت درست عوامل مؤثر در ایجاد فعالیت‌های کارآفرینی، امکان‌پذیر نخواهد بود (Roundy et al., 2017) و استفاده کورکورانه از الگوی توسعه کارآفرینانه یک منطقه و اعمال آن برای مناطق دیگر اثربخشی لازم را ندارد (Isenberg, 2010)؛ بنابراین انتخاب روستاهای هدف و مقصد گردشگری استان اردبیل به عنوان موضوع پژوهش پیش رو؛ به خاطر چند دغدغه علمی مهم بود که عبارت‌اند از: اول - تفاوت تعریف و راهکارهای کارآفرینی گردشگری روستایی و لزوم تعیین واحد تحلیل و ارزیابی آن؛ دوم - وجود رویکردها و رهیافت‌های مختلف در زمینه چگونگی دستیابی به کارآفرینی گردشگری روستایی پایدار و چپستی شاخص‌های مناسب برای اندازه‌گیری و ارزیابی آن. سوم - نبود دیدگاه یکپارچه در کارآفرینی گردشگری روستایی. از آنجایی که رهیافت‌های مرسوم گذشته در بحث رشد و توسعه فعالیت‌های گردشگری در مناطق روستایی تنها به بررسی پراکنده و متفرقه توسعه گردشگری بدون در نظر گرفتن اثر و عاملیت پیشران کارآفرینی پرداخته‌اند؛ بنابراین در این پژوهش تلاش شد علاوه بر شناسایی مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی و عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی، ارتباط این دو متغیر مورد بررسی قرار گیرد تا کارآفرینی گردشگری در روستاهای گردشگری استان اردبیل، راهکاری برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی به منظور کاهش شکاف بین شهر و روستا و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار باشد. از سوی دیگر کارآفرینی گردشگری به عنوان یک راهبرد نوین در توسعه روستاهای گردشگری منطقه، به علت ماهیت اشتغال‌زایی و درآمدزایی بالا، بتواند راه‌حلی برای حل مسائل اقتصادی روستاییان باشد و ماندگاری در روستا را تسهیل کند؛ با توجه به اهمیت گردشگری و نقش آن در توسعه کارآفرینی، هدف اصلی پژوهش واکاوی ارتباط مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی استان اردبیل است. ضرورت انجام چنین مطالعه‌ای از آنجا می‌شود که محیط جغرافیایی، به‌ویژه بستر طبیعی آن، پهنه تمامی کنش‌ها و واکنش‌های حاصل از پدیده‌های مستقر در سطح زمین است. شناخت خصوصیات جغرافیایی محیط از لحاظ طبیعی و اقتصادی آن از یک طرف می‌تواند موجب وسعت بینش و معرفت از محیط گذشته و از طرف دیگر امکان هرگونه حرکت سنجیده و اندیشیده را در محیط از سوی انسان در قالب یک سیستم منظم فراهم سازد. شناخت عناصر و عوامل سازنده و مؤثر در محیط، لازمه و پیش‌شرط هرگونه حرکت سنجیده از طرف انسان است؛ لذا در ایجاد نظم فضایی جدید و سازمان‌یابی مکانی پدیده‌های مستقر در محیط، شناخت پایه‌ای از شرایط جغرافیایی امری لازم است (Rahmani, 2010)؛ بنابراین این پژوهش می‌تواند سرآغازی برای حرکتی هدفمند و منسجم به منظور نهادینه‌سازی کارآفرینی گردشگری باشد و از سویی دیگر با ارزیابی عناصر کارآفرینی در روستاهای هدف و مقصد گردشگری استان اردبیل، می‌توان پاسخگوی نیازهای روستاییان به خصوص در بعد اقتصادی بود.

با در نظر داشتن پس‌زمینه نظری تحقیق، نتایج مطالعه فراهانی و همکاران نشان داد که عوامل اقتصادی، اجتماعی، طبیعی - اکولوژیک و سازمانی برای ایجاد فضای گردشگری روستایی تأثیرگذار هستند؛ در این مطالعه ضعف شرایط فردی تأثیر منفی در ایجاد فضای کارآفرینی گردشگری داشته است (Farahani et al., 2018). در مطالعه‌ای، سخدری و همکاران عوامل نهادی مؤثر بر کارآفرینی گردشگری سلامت را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که ترتیبات نهادی لازم در ابعاد قانونی، هنجاری، شناختی و اقدامات حمایتی می‌تواند از طریق افزایش تمایل کارآفرینان برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در حوزه گردشگری سلامت، نرخ وقوع رفتار کارآفرینانه در این حوزه را افزایش دهد (Sakhdari et al., 2019). اکبری‌سامانی و همکاران در مطالعه خود نشان

دادند سه گروه صاحبان کسب‌وکار، مدیران روستایی و خبرنگان، بعد اقتصادی را مهم‌ترین بعد در کارآفرینی گردشگری در روستاهای استان تهران دانسته‌اند (Akbari Samani et al., 2020). بر طبق نتایج پژوهش شاردری و همکاران عوامل ساختاری بیشترین تأثیر را بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان چابهار داشته‌اند و عوامل فردی، محیطی، پشتیبانی - حمایتی و اجتماعی - فرهنگی در درجات بعدی اهمیت قرار دارند (Shardari et al., 2020). یافته‌های تحقیق عباسی و همکاران نشان می‌دهد که از نظر پاسخگویان، بعد بهبود و توجه به ویژگی‌های خاص بستر محیطی و ویژگی‌های نیروی انسانی روستایی و بعد از آن، بعد ساختار نهادی و قانونی در کارآفرینی گردشگری روستایی مؤثر است (Abbasi et al., 2020). نتایج تحقیق رضایی و همکاران بیانگر آن است که مهم‌ترین اولویت‌های راهبردهای بهبود اکوسیستم کارآفرینی روستاهای شهرستان کرمانشاه شامل برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای توسعه کارآفرینی روستایی، بهبود نظام آموزش کارآفرینی، بهبود زیرساخت‌های توسعه کارآفرینی و توسعه هنجارهای فرهنگی - اجتماعی است (Rezaei et al., 2020). قدیری معصوم و همکاران به بررسی پیشران‌های توسعه کارآفرینی در روستاهای ایران پرداختند. بر اساس نتایج تحقیق آن‌ها بیشترین تأکید بر روی پیشران‌های رفتاری، آموزشی، اقتصادی، حمایتی و زیرساختی بوده است (Ghadiri Masom et al., 2021). میرکی‌اناری و همکاران در بررسی عوامل اثرگذار بر زیست‌بوم کارآفرینی روستایی در شهرستان کاشمر نشان دادند که متغیر سرمایه‌ی فیزیکی و محیطی در رتبه اول، متغیر وضعیت درآمد در رتبه دوم و متغیر تشکیل شرکت‌های جدید در رتبه سوم قرار گرفته است (Miraki anari et al., 2021). قیاسی‌فرد و همکاران در تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در مناطق محروم، وجود چالش‌های سکونتگاه‌های روستایی و مناطق محروم، ریسک‌گریزی، دسترسی دشوار به تسهیلات و اعتبارات مالی مناسب و عواملی از این‌دست را به‌عنوان مهم‌ترین موانع کارآفرینی در مناطق محروم تعیین کردند (Qiyasi Fard et al., 2023). کلین و همکاران در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که توسعه کارآفرینی در کارولینا در شمال آمریکا با تعداد افراد ماهر و خلاق در زمینه گردشگری و رشد تأسیسات جدید و ایجاد اشتغال ارتباط دارد (Kline et al., 2014). دراگوئی و همکاران در مقاله‌ای مشوق‌های توسعه کارآفرینی در گردشگری کشاورزی در جوامع روستایی رومانی را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که شاخص‌های اقتصادی مانند تولید ناخالص داخلی و زیرساخت جاده، تأثیر مثبتی بر رشد تعداد واحدهای گردشگری، کارآفرینی کشاورزی و عوامل مرتبط با گردشگری دارد (Dragoi et al., 2017). نتایج مطالعه آگارول گویای آن است که اگرچه کارآفرینی یکی از جنبه‌های اولیه توسعه اقتصاد روستایی است، تحقیقات تجربی در مورد کارآفرینی روستایی نسبتاً پراکنده است و این مفهوم تا حد زیادی ناشناخته باقی مانده است (Aggarwal., 2018). نتایج مطالعه مورانت مارتینز نشان داد یک مقصد گردشگری با اجزای مختلف و ذی‌نفعان زنجیره ارزش آن، می‌تواند به‌عنوان یک اکوسیستم تفسیر شود؛ بنابراین می‌توان از مدل‌های اکوسیستم کارآفرینانه برای تقویت توسعه یک منطقه استفاده کرد (Morant-Martínez et al., 2019). کانها و همکاران به این نتیجه رسیدند که کارآفرینانی که تحت تأثیر انگیزه‌های سبک زندگی قرار گرفته‌اند، نگرانی‌هایی در رابطه با پایداری گردشگری در منطقه دارند که در استراتژی‌های فروش، سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی بیولوژیکی، مدیریت صحیح زیست‌محیطی و یا تعیین ارزش فرهنگ محلی نشان داده می‌شود (Cunha et al., 2020). ریتکون و تونن فرصت‌ها و چالش‌های کارآفرینی گردشگری روستایی در بخش کشاورزی، سوئد را مطالعه کرده‌اند و به این نتیجه رسیدند که کشاورزان از طریق ارائه خدمات به گردشگران روستایی مانند اقامت و فروش محصولات محلی و سنتی به تولید چشم‌انداز فرهنگی و حفظ بناهای تاریخی منطقه کمک می‌کنند (Rytönen and Tunón, 2020). ویلاچو و همکاران به بررسی محیط کارآفرینی در روستاهای یونان پرداختند. نتایج مطالعه ایشان عوامل زیرساختی و سرمایه اجتماعی را در توسعه کارآفرینی ضروری معرفی کرد (Vlachou et al., 2021). نتایج پژوهش کومار و همکاران نشان داد توسعه زیرساخت‌ها، رشد وجدان زیست‌محیطی، حمایت دولت محلی و جامعه، در دسترس بودن بودجه و مشارکت بخش خصوصی از عوامل اصلی هدایت‌کننده توسعه گردشگری روستایی هستند (Kumar et al., 2022). یوتامی و همکاران عوامل موفقیت کارآفرینی گردشگری روستایی را در روستاهای اندونزی مطالعه کردند. نتایج مدیریت درآمد، توسعه واحد تجاری، رشد اقتصادی، همکاری متقابل، نوآوری، خلاقیت، آگاهی محیطی، مدیریت منابع و مدیریت بازدیدکنندگان را عوامل اصلی ایجاد موفق دهکده گردشگری پایدار از طریق کارآفرینی گردشگری روستایی نشان داد. درنهایت این عوامل در سه بعد (پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی) گروه‌بندی شدند (Utami et al., 2023).

از آنجایی که گردشگری یکی از ابعاد توسعه روستایی است، ارتباط گردشگری و کارآفرینی نیازمند مطالعات عمیقی است که در حال حاضر در ادبیات جغرافیایی ایران در حال رشد است. از سویی دیگر در زمینه تحقیقاتی و برنامه‌ریزی نبود چهارچوب و الگوی مناسب و همگن در سطح ملی منجر به پراکنده‌کاری‌های تحقیقاتی و سردرگمی برنامه‌ریزان در رابطه با فرصت‌های شکل‌گرفته

ناشی از گردشگری روستایی است که نتیجه آن بهره‌گیری غیراصولی از این پتانسیل‌ها در مناطق روستایی است که در بلندمدت منجر به اثرات نامطلوب در مناطق روستایی می‌گردد. مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد عوامل مرتبط با کارآفرینی گردشگری در روستاها، بسیار متنوع و به فراخور وضعیت هر روستا، اهمیت عوامل مشخص می‌شود. نکته مثبتی که در این ارتباط وجود دارد این است که گردشگری تا حدودی در روستاها توانسته است جایگاه خود را پیدا کند و روستاییان هم با پی بردن به اهمیت گردشگر و گردشگری توانسته‌اند برخی از نیازهای خود را مرتفع سازند. در این راستا یکی از مهم‌ترین شیوه‌هایی که می‌توان از فرصت‌های موجود در مناطق روستایی بهره‌گرفت کارآفرینی در این بخش است. در این شرایط کارآفرینان عرصه گردشگری روستایی می‌توانند با ایفای نقش به تقویت روابط شهر و روستا، رقابت‌های اقتصادی در سطح منطقه، تعادل‌های درآمدی و توزیع ثروت شده که نتیجه آن توسعه روستایی است؛ بنابراین با توجه به اینکه، تاکنون در مطالعه‌ای، به واکاوی ارتباط مزیت‌های منطقه‌ای با عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی پرداخته نشده است. از همین رو، در این پژوهش به ارتباط این عوامل پرداخته شده است تا اولویت‌رسانی و توجه به عوامل ضروری مشخص گردد.

۲- مواد و روش

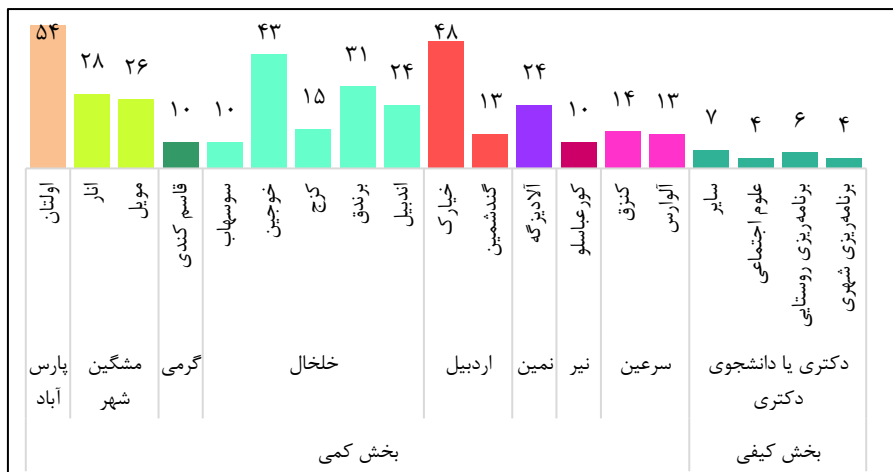
۲-۱- منطقه مورد مطالعه

استان اردبیل طبق آخرین مصوبات تقسیمات کشوری دارای ۱۰ شهرستان، ۲۹ بخش، ۲۶ شهر، ۷۱ دهستان و ۱۸۵۴ آبادی است که از این تعداد ۱۷۲۳ آبادی دارای سکنه و ۱۳۱ آبادی خالی از سکنه است (سایت استانداری اردبیل، ۱۴۰۰). استان اردبیل به لحاظ برخورداری از اقلیم مناسب به بیلاق ایران شهرت یافته و ظرفیت‌های بسیار و گاه‌آبی نظیری در حوزه‌ی طبیعی، تاریخی و فرهنگی دارد و گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین محورهای توسعه استان است. اقلیم جغرافیایی، طبیعت متنوع و آداب و رسوم غنی موجب شده است تا روستاهای این استان در گروه جاذبه‌های قابل توجه گردشگری قرار گیرد. روستاهای مستعد گردشگری این استان، از طرف معاونت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان به‌عنوان روستاهای گردشگری معرفی شدند، این روستاها، به‌عنوان منطقه مورد مطالعه، در پژوهش حاضر هستند (شکل ۱). بافت کهن، معماری تاریخی، جاذبه‌های گردشگری و بهسازی مسیرهای گردشگری از جمله محاسن معرفی یک روستا به‌عنوان روستای گردشگری در این استان بوده است. در جدول ۱ اطلاعاتی در خصوص وضعیت گردشگری و کارآفرینی در روستاهای هدف و مقصد گردشگری منطقه مورد مطالعه ارائه شده است (جدول ۱).

جدول ۱. روستاهای گردشگری استان اردبیل

ردیف	روستاهای گردشگری	ظرفیت‌های گردشگری	کارآفرینی‌های موجود	شهرستان
۱	آلوارس	آب و هوای معتدل در بهار و تابستان، ویژگی زندگی عشایری و بیلاق عشایر شاه سون، وجود پیست اسکی آلوارس در نزدیکی روستا (به دلیل برخورداری از شیب مناسب و برف فراوان در زمستان و بهار)	صنایع تبدیلی، صنایع غذایی	سرعین
۲	کنزق	مجاورت با روستای تاریخی کلخوران و شهر توریستی سرعین، قدمت تاریخی روستای کنزق (نشانه‌های آن در بقایای روستای قدیمی کنزق و غارهای طبیعی روستا قابل ملاحظه است)	-	سرعین
۳	گندیشمین	دارای آب و هوایی مطبوع و جاذبه‌های طبیعی بکر و متنوع	-	اردبیل
۴	خیارک	پوشیده از تپه‌های سبز و طبیعت بکر، دریاچه آت گلی، بیلاق‌های گردشگری خیارک، اوزون بینه خیارک، جنقر بینه سی خیارک، سیدلر بینه سی خیارک، کومورلی بینه سی، شوش قایا، بند آلتی، ابولی بینه سی و آشاقی چای خیارک	-	اردبیل
۵	کورعباسلو	اقلیم معتدل و کوهستانی در فصل بهار و تابستان همراه با تنوع گیاهی و باغات انبوه، از روستاهای قدیمی و تاریخی استان اردبیل که در دوره صفویه از بیلاقات عشایر شاهسون بوده	-	نیر
۶	آلادیزگه	اقلیم نیمه‌خشک، سرد و مرطوب، چشمه آبگرم مشه سویی در میان جنگل-های فندقلو نمین در بین روستاهای آلادیزگه و گیله، فضای بکر و طبیعی چشم‌اندازهای زیبای کوهستانی با جنگل سرسبز، آب و هوای مناسب و	-	نمین

		بیلاقی ارتفاعات البرز غربی در محدوده و وجود جلوه‌هایی از زندگی روستایی در منطقه از جاذبه‌های این منطقه محسوب می‌شود.		
خلخال	پوشاک، صنایع دستی، کشاورزی، گردشگری	آب و هوای معتدل در تابستان و آب و هوای سرد در زمستان، برخورداری از مناظر منحصر به فرد طبیعی به دلیل استقرار در ناحیه‌ی کوهستانی و هم-جواری با جنگل، وجود بقایای قلعه کفو و آتشکده در محدوده ارتفاعات تفرج‌گاهی اندبیل	اندبیل	۷
خلخال	-	آب و هوای معتدل در بهار و تابستان و آب و هوای سرد در پائیز و زمستان، وجود بقایای گورستان تاریخی و آرامگاه سید احمد معراجی در آن و دو اثر تاریخی مهاجر و پیر حاجی	برندق	۸
خلخال	-	اقلیم مدیترانه‌ای، نزدیکی به رودخانه قزل اوزن، جزو ۱۰ روستای دارای بافت با ارزش معماری و تاریخی، بافت کالبدی روستا با خانه‌های پلکانی، موقعیت بیلاقی روستا، تلفیق فضاهای کوهستانی باغ‌های پلکانی، زاغ‌های طبیعی، صخره‌های طبیعی، برگزاری مراسم اعیاد ملی و مذهبی با جشن و سرور همراه با مولود خوانی و نوروز خوانی	کرج	۹
خلخال	صنایع غذایی، کشاورزی	قرارگیری در ناحیه کوهستانی و مجاورت با کوه‌های سرسبز ازناو، جنگل‌های طبیعی و باغات میوه، آب و هوای خشک و گرم در فصل بهار و تابستان و زمستانی نسبتاً سرد، ویژگی زندگی عشایری و بیلاق عشایر شاهسون	خوجین	۱۰
-	-	تابستان‌های معتدل و زمستان‌های نسبتاً سخت، وجود دریاچه کوچک چشکول گولی در قسمت شمالی روستا، وجود بقعه سید نصیرالدین علوی، وجود طبیعت منحصر به فرد، چشمه‌های زلال و خنک و حیات وحش مثال زدنی	سوسه‌باب	۱۱
گرمی	-	وجود رودخانه زیبای برزند چایی، کوه اروانا، چشمه‌های آب زیر زمینی که (که‌ریز) نام دارد	قاسم کندی	۱۲
مشگین شهر	-	آب و هوای خنک در بهار و تابستان و آب و هوای سرد در پائیز و زمستان، تفرجگاه‌های کوه پایه‌ای پیرامون روستا، چشمه‌های آبگرم، منطقه حفاظت شده موئیل (دارای گونه‌های نادر گیاهی و جانوری)، مجاورت با آب معدنی-های قینرجه، فضای بکر و طبیعی با چشم‌اندازهای زیبای کوهستانی با دره‌های عمیق، آب و هوای مناسب و بیلاقی ارتفاعات سبلان، وجود آب‌های معدنی موئیل و ایلان‌دو در نزدیکی روستا، وجود جلوه‌هایی از زندگی روستایی و عشایری در منطقه	موئیل	۱۳
مشگین شهر	-	آب و هوای نیمه خشک، دارای محصول زراعی گندم و جو و میوه‌جاتی چون گلابی، گیلان، زردآلو، هلو، سیب و انگور، محصولات دامی مانند مواد لبنی، گوشت و پشم، پرورش زنبور عسل و تولید صنایع دستی مانند قالی، جاجیم و جوراب و نیز سفال‌گری، دارای معابری با دسترسی‌های متعدد اشکال سنتی و کوچه باغی، عبور رودخانه انار چای از میان آبادی، چشم‌انداز فرح‌انگیز مسیر سرسبز و زیبای انارچای، تفرجگاه‌های حاشیه کوه‌ها و دامنه تپه‌های اطراف روستا	انار	۱۴
پارس آباد	-	آب و هوای معتدل در بهار و تابستان و در پائیز و زمستان آب و هوای مطبوع و خنک، دارای قدمت تاریخی (دوران پیش از اسلام) با توجه به بقایای قلعه تاریخی اولتان، تفرج گاه حاشیه سد ارس و باغات متراکم در کناره‌های کانال آب‌رسانی، قرار گیری قلعه تاریخی اولتان در ۵۰۰ متری روستای اولتان در کنار رود ارس، وجود بقایای تپه تاریخی اولتان متعلق به دوره اشکانیان که در دوران ساسانیان و اوایل دوره اسلامی تا سده دوازدهم هجری مورد استفاده نظامی بوده	اولتان	۱۵



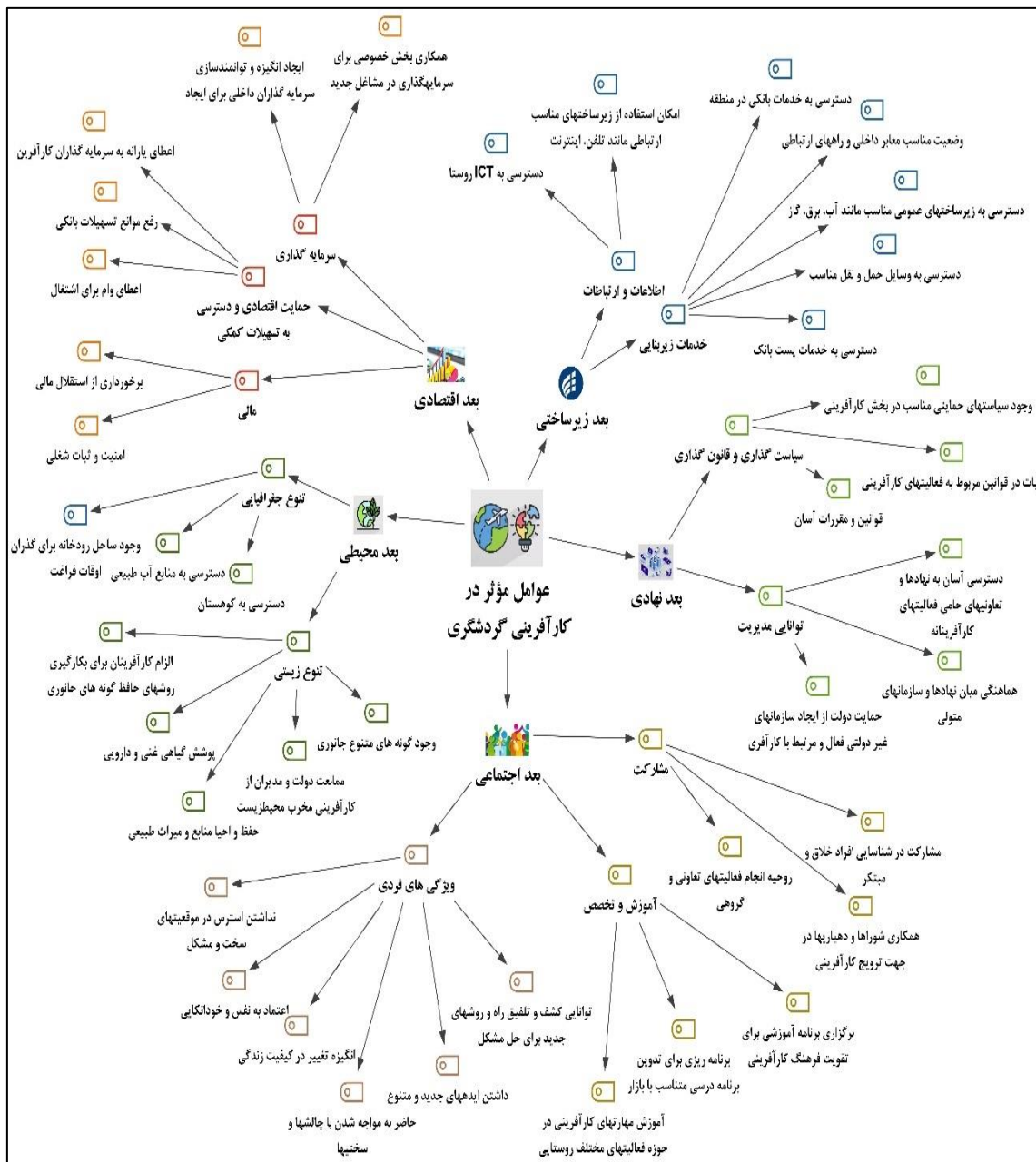
شکل ۲. مشخصات حجم نمونه تحقیق

۳- یافته‌ها

حیطه شناختی در مورد ارزیابی ارتباط مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی در شهرستان اردبیل در این مطالعه، ادراکات و مهارت‌های عقلی را شامل است و دارای سطوح مختلفی است که لایه‌های اولیه تا بالاترین و عمیق‌ترین سطوح را در بر می‌گیرد. با توجه به شیوه رایج در پژوهش آمیخته در این پژوهش در ابتدا به صورت تحلیل کیفی برای شناسایی عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی به صورت‌بندی مقوله‌ها و درون‌مایه‌های اصلی و فرعی و همچنین مصداق هر کدام پرداخته شده است. به موجب ماهیت این رویکرد، کدگذاری اولیه خط به خط از رونوشت‌ها انجام شد که در نهایت منجر به لیست جامعی از کدها شد. سپس در کدگذاری ثانویه برای ساخت کدهای متمرکز و مدیریت داده‌ها از نرم‌افزار مکس کیودا استفاده شد که در شکل ۳ نشان داده است.

همان‌گونه که مشخص است تعداد پنج بعد به شیوه استقرایی استخراج شده است: بعد اقتصادی شامل ۳ کد متمرکز و ۷ کد فرعی؛ بعد محیطی شامل ۲ کد متمرکز و ۸ کد فرعی؛ بعد اجتماعی شامل ۳ کد متمرکز و ۱۲ کد فرعی؛ بعد نهادی شامل ۲ کد متمرکز و ۶ کد فرعی و در نهایت بعد زیرساختی با تعداد ۲ کد متمرکز و ۷ کد فرعی.

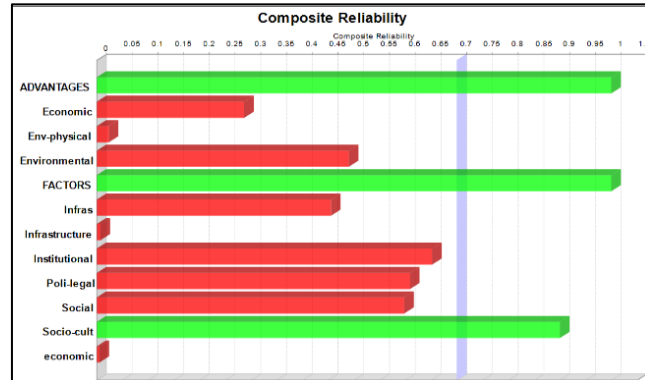
برای برقراری ارتباط ساختاری بین عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی و مزیت‌های منطقه‌ای، نتایج حاصل از مطالعه کیفی به‌عنوان شاخص‌های عملیاتی عوامل مؤثر و نتایج حاصل از استناد نظری به‌عنوان شاخص‌های عملیاتی مزیت‌های منطقه‌ای به‌صورت پرسش‌نامه محقق ساخته درآمده و برای توسعه ابزار توسط پرسش‌نامه محقق ساخته اقدام به گردآوری داده‌ها شده است. جدول ۲ نتایج حاصل از استناد نظری را نشان داده است.



شکل ۳. نتایج حاصل از کدگذاری داده‌ها در محیط مکس کیودا

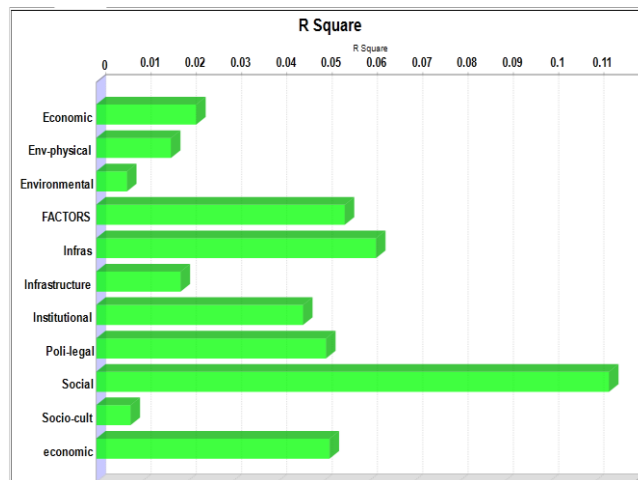
متغیر پنهان	کد	متغیرهای آشکار
سیاسی-قانونی	C1	شفافیت سیاست‌های دولت در زمینه کارآفرینی گردشگری
	C2	وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان در راستای کارآفرینی روستایی
	C3	سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی متناسب با پتانسیل‌های منطقه
	C4	قوانین معافیت مالیاتی برای ایجاد و توسعه‌ی کسب‌وکار جدید
	C5	تدوین قوانین مربوط به کارآفرینی
	C6	تدوین قوانین و مقررات آسان جهت سهولت اخذ مجوزها و پروانه‌های کسب‌وکار
زیرساختی	D1	دسترسی به پوشش گازرسانی و شبکه سراسری برق و منابع آب لوله‌کشی
	D2	دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت
	D3	دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات روستایی
	D4	دسترسی به شبکه ارتباطی زمینی و جاده‌ها
	D5	دسترسی به پایانه‌های مسافربری
	D6	زیرساخت گردشگری از قبیل هتل و متل، کمپ گردشگری و خدمات بین‌راهی
محیطی-کالبدی	E1	وجود گونه‌های متنوع گیاهی
	E2	وجود گونه‌های متنوع جانوری
	E3	وجود میراث طبیعی (ثبت شده در فهرست آثار ملی یا یونسکو)
	E4	وجود میراث فرهنگی (ثبت شده در فهرست آثار ملی یا یونسکو)
	E5	عوامل اقلیمی مانند بارندگی، آب‌وهوا و رطوبت
	E6	صنایع دستی به‌عنوان کالای فرهنگی
	E7	طبیعت بکر و چشم‌انداز منحصر به فرد در مقایسه با سایر مناطق
		del Olmo-García et al (2023)
		Nordbø (2022)
		Güzel et al (2021)
		Bichler et al (2020)
		Cunha et al (2020)
		Ajide (2020)
		Morant-Martínez et al (2019)
		Stam and van de Ven (2019)
		Miles and Morrison (2018)
		Tajeddini et al (2017)
		جمشیدی (۱۴۰۲)
		رستمی و همکاران (۱۴۰۱)
		دربان آستانه و همکاران (۱۴۰۰)
		جمینی و همکاران (۱۴۰۰)
		فرزین و همکاران (۱۳۹۹)
		رضایی و همکاران (۱۳۹۹)
		اکبری سامانی و همکاران (۱۳۹۹)

در شکل ۴ با استفاده از دستور PLS پایایی ترکیبی (کرونباخ- اسپیرمن) مدل اندازه‌گیری نشان داده شده است. نتایج نشان‌دهنده پایایی برخی از متغیرها است. بعد اجتماعی- فرهنگی (در متغیر مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی) و همچنین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی و عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی مقدار پایایی، بالای ۰/۷ را نشان می‌دهد.



شکل ۴. نمودار بررسی قابلیت اطمینان ترکیبی (کرونباخ- اسپیرمن) متغیرهای مشاهده‌پذیر

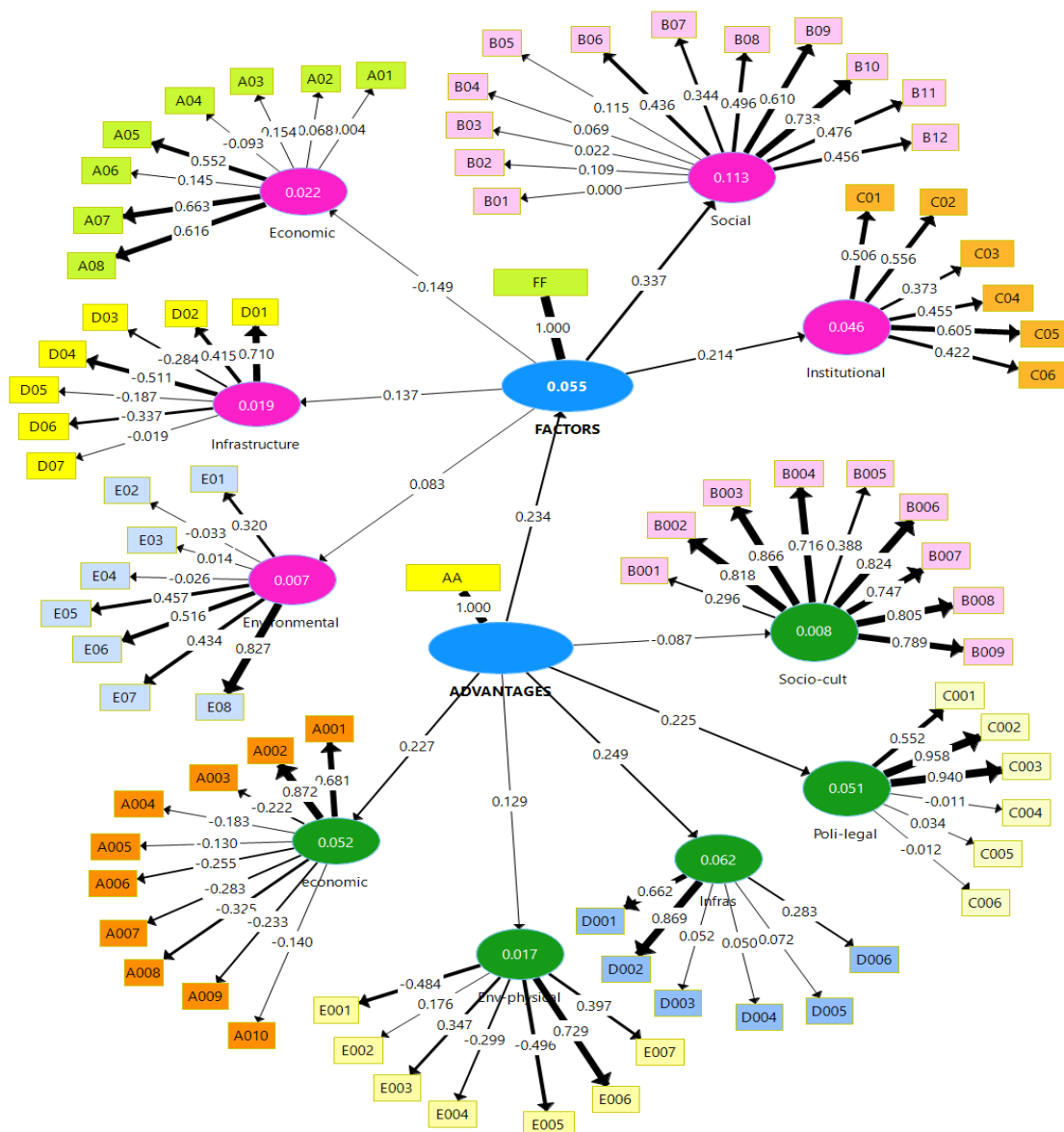
یک مدل معادلات ساختاری از چندین مدل اندازه‌گیری و فقط یک مدل ساختاری تشکیل می‌شود؛ ابتدا شاخص ضریب تعیین اسکوئر بررسی شده است. متغیرهای مکنون درون‌زا نشان می‌دهد چند درصد از تغییرات متغیر درون‌زا توسط متغیر برون‌زا صورت می‌گیرد. مقادیر شکل ۵ از میزان قابل توجه اسکوئر برای تمامی متغیرها است. مقادیر از حذف هیچ کدام از متغیرها برای تعدیل سایر متغیرها خبر نمی‌دهد؛ اما نکته مهم میزان قابل توجه اسکوئر برای بعد اجتماعی (برای شاخص عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی) نسبت به سایر متغیرها است.



شکل ۵. شاخص ضریب تعیین

در شکل ۶ ضرایب مسیر نشان داده شده است. منظور از ضریب مسیر همان بتای استاندارد شده در رگرسیون خطی است که ضرایب مسیر مثبت، نشان‌دهنده روابط مستقیم بین متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زا و ضرایب منفی نشان‌دهنده روابط معکوس بین آنهاست. تحلیل مسیر نشان می‌دهد که تمامی روابط بین متغیرهای پنهان درون‌زا و برون‌زا (به‌غیر از مؤلفه‌ی اعطای وام اشتغال‌زایی (در بعد اقتصادی)، مؤلفه‌های ممانعت دولت و مدیران از کارآفرینی مخرب محیط‌زیست و وجود گونه‌های متنوع جانوری (در بعد محیطی)، مؤلفه‌های دسترسی به زیرساخت‌های عمومی مناسب مانند آب، برق، گاز، دسترسی به خدمات بانکی در منطقه، وضعیت مناسب معابر داخلی و راه‌های ارتباطی، دسترسی به وسایل حمل و نقل مناسب، دسترسی به خدمات پست بانک (در بعد زیرساختی) برای متغیر عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی) و (مؤلفه‌های تسهیل شرایط فراهم کردن ضامن و وثیقه

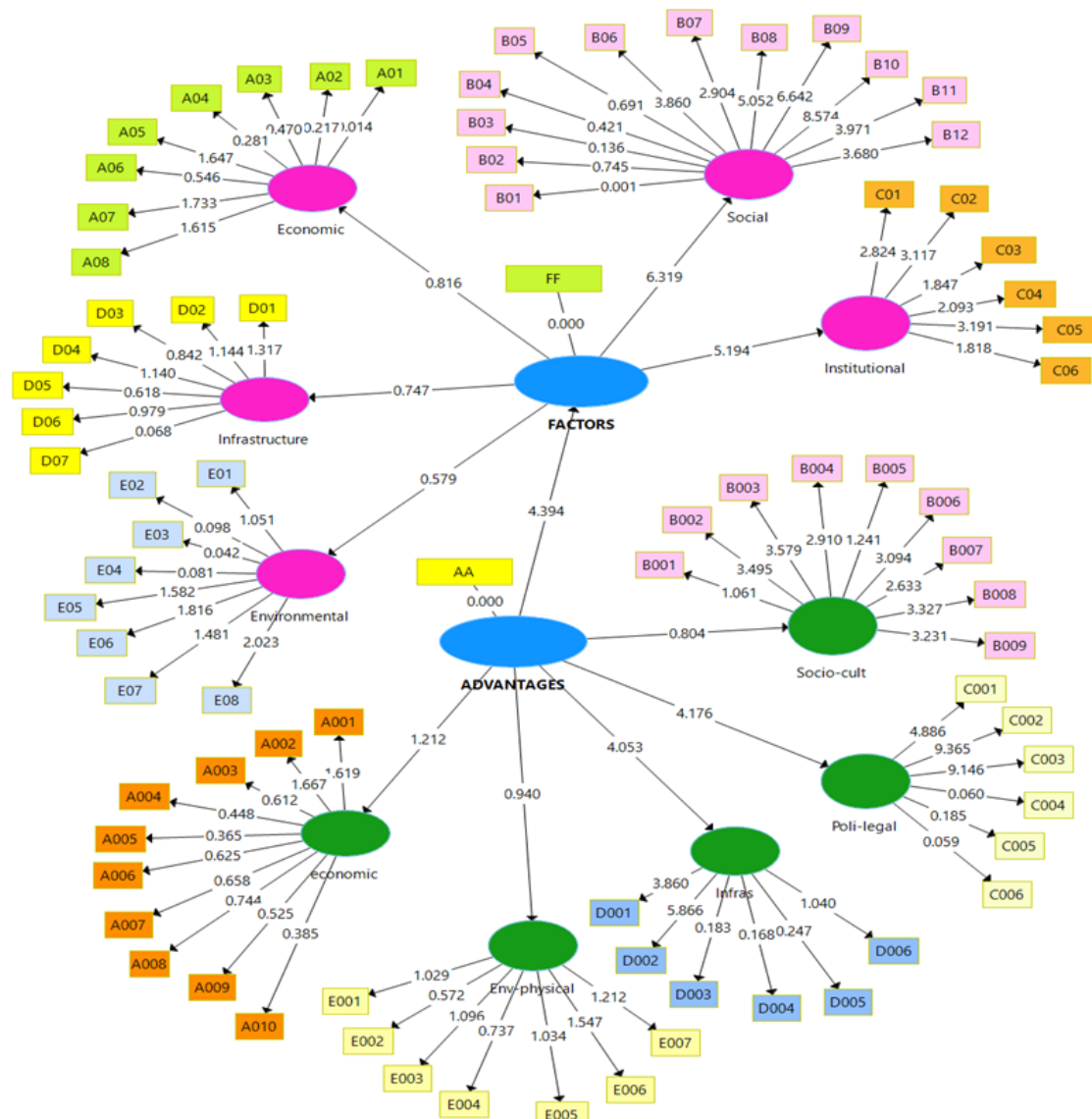
برای دسترسی به تسهیلات بانکی، ارائه تسهیلات به منظور توسعه کارآفرینی زنان، تشویق سرمایه‌گذاران محلی برای ایجاد فرصت‌های شغلی، تشویق سرمایه‌گذاران فرشته برای سرمایه‌گذاری در روستا (استارت‌آپی)، تشکیل صندوق‌های قرض‌الحسنه روستایی، اعطای تسهیلات ویژه و بلاعوض برای فعالین مناطق محروم روستایی، حمایت یارانه‌ای دولت از صاحبان کسب و کارهای جدید، معافیت‌های مالیاتی (در بعد اقتصادی)، مؤلفه‌های وجود گونه‌های متنوع گیاهی، وجود میراث فرهنگی (ثبت شده در فهرست آثار ملی یا یونسکو)، صنایع دستی به‌عنوان کالای فرهنگی (در بعد محیطی-کالبدی)، مؤلفه‌های قوانین معافیت مالیاتی برای ایجاد و توسعه‌ی کسب‌وکار جدید، تدوین قوانین و مقررات آسان جهت سهولت اخذ مجوزها و پروانه‌های کسب‌وکار (در بعد سیاسی-قانونی)، برای معییر مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی) مستقیم است.



شکل ۶. بررسی سطح متغیرهای مشاهده‌پذیر

برای مشاهده مقادیر آماره تی و ضرایب معناداری اثرات مستقیم و اثرات کل به خروجی BT نرم‌افزار مراجعه شده و وزن‌های عاملی متغیرهای مشاهده‌پذیر نشان داده شده است (شکل ۷). معناداری ضرایب مسیر مکمل بزرگی و جهت علامت ضریب بتای مدل است. چنانچه مقدار به‌دست آمده بالای حداقل آماره در سطح مورد اطمینان در نظر گرفته شده باشد، آن رابطه یا فرضیه تأیید

می‌شود. در سطح معناداری ۹۰ درصد، ۹۵ درصد و ۹۹ درصد این مقدار به ترتیب با حداقل آماره تی ۱/۶۴، ۱/۹۶ و ۲/۵۸ مقایسه می‌گردد.



شکل ۷. بررسی وزن‌های عاملی متغیرهای مشاهده‌پذیر

ارتباط بین عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد اقتصادی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره تی ۰/۸۱ در سطح اطمینان ۹۰ درصد رابطه تأیید نمی‌شود. از نظر پاسخگویان عامل مهم دیگری به غیر از عامل اقتصادی در کارآفرینی گردشگری روستایی مؤثر است. این در حالی است که از نظر پاسخگویان ایجاد انگیزه و توانمندسازی سرمایه‌گذاران داخلی برای ایجاد فرصت‌های شغلی به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۱/۷۳ بیشترین تأثیرگذاری را در کارآفرینی گردشگری روستایی دارد.

ارتباط بین عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد زیرساختی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره تی ۰/۷۴ در سطح اطمینان ۹۰ درصد رابطه تأیید نمی‌شود. به دیگر سخن از نظر پاسخگویان در بررسی عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی در کالبد موضوع، زیرساخت‌ها از قبیل دسترسی به ICT روستا، وسایل ارتباطی مثل رادیو، تلویزیون، و خدمات زیربنایی مانند خدمات بانکی، معابر عمومی، وسایل حمل و نقل مناسب، خدمات پست‌بانک دارای امتیاز لازم برای مؤثر بودن در کارآفرینی گردشگری روستایی نیستند. این در حالی است که امکان استفاده از زیرساخت‌های مناسب ارتباطی مانند تلفن، اینترنت به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۱/۱۴ بیشترین تأثیرگذاری را دارد.

ارتباط بین عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد نهادی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۵/۱۹ در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه تأیید می‌شود. یعنی بعد نهادی عامل مهمی است که باعث کارآفرینی گردشگری روستایی می‌شود. باید اذعان کرد وجود سیاست‌های حمایتی مناسب در بخش کارآفرینی، قوانین و مقررات آسان، ثبات در قوانین مربوط به فعالیت‌های کارآفرینی، هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های متولی و دسترسی آسان به نهادها و تعاونی‌های حامی فعالیت‌های کارآفرینانه از عواملی هستند که در کارآفرینی گردشگری روستایی بایستی مورد توجه قرار گیرند. در این رابطه دسترسی آسان به نهادها و تعاونی‌های حامی فعالیت‌های کارآفرینانه به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۳/۱۹ بیشترین تأثیرگذاری را دارد. به طور گسترده پذیرفته شده است که فعالیت‌های کارآفرینانه با ویژگی‌های مؤسسات و زمینه‌های خاص ملی مرتبط است (Boettke & Coyne, 2009). در همین راستا، ایسترن و همکاران رابطه بین محیط نهادی و آرزوهای رشد کارآفرینی را بررسی کردند. آن‌ها دریافتند که محیط نهادی نشان‌دهنده شمشیری دو لبه بر روی آرمان‌های رشد کارآفرینی است. محیط نهادی می‌تواند جاه‌طلبی کارآفرینان را برای گسترش تجارت خود تحریک کند یا تمایل آن‌ها برای کارآفرینی را کاهش دهد. بر اساس تئوری نهادی، می‌توان استدلال کرد که محیط نهادی می‌تواند رفتار افراد را برای مشارکت در کارآفرینی برانگیزد (Estrin et al., 2013). ترویج بینش‌هایی در مورد تأثیر حقوق مالکیت و سیستم‌های قراردادی بر روی آرزوهای رشد کارآفرینی ارائه کرد. نتایج تجربی نشان می‌دهد که مقررات حقوق مالکیت خوب تثبیت شده، به توسعه نوآوری کمک می‌کند، درحالی‌که یک سیستم حقوقی به خوبی ساخته شده می‌تواند رشد کارآفرینی را تقویت کند (Troilo, 2011). اهلستروم و بروتون خاطر نشان کردند که نظریه نهادی می‌تواند به‌عنوان یک چارچوب نظری، برای درک چگونگی به دست آوردن مشروعیت برای فعالیت جدید کارآفرینان، استفاده شود (Ahlstrom and Bruton, 2001). کارآفرینان همچنین ممکن است برای فعالیت‌های جدید خود از طریق داستان‌ها و مثال‌های موفق کارآفرینی مشروعیت کسب کنند (Lounsbury and Glynn, 2001). این فعالیت‌های مشروعیت‌سازی به‌عنوان یک عامل اساسی در به دست آوردن منابع لازم برای بقای یک سرمایه‌گذاری تجاری جدید در نظر گرفته می‌شوند (Martens et al., 2007).

ارتباط بین عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد محیطی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۰/۵۷ در سطح اطمینان ۹۰ درصد رابطه تأیید نمی‌شود. از نظر پاسخگویان عوامل مهم دیگری غیر از بعد محیطی در کارآفرینی گردشگری روستایی مؤثر است. این در حالی است که دسترسی به منابع آب طبیعی به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۲/۰۲ بیشترین تأثیرگذاری را در این رابطه دارد.

ارتباط بین عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد اجتماعی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۶/۳۱ در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه تأیید می‌شود. نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۸/۵۷ بیشترین تأثیرگذاری را در این رابطه دارد. یعنی اگر افراد در شروع کار برای انجام فعالیت‌های جدید توانایی مواجه با سختی‌ها و چالش‌ها را داشته باشند، با اعتماد به نفس و خوداتکایی می‌توانند انگیزه تغییر در زندگی خود را تقویت کنند. شواهد زیادی برای تأیید این نتایج وجود دارد که داشتن ویژگی‌های فردی قوی از جمله قدرت ریسک‌پذیری تأثیر مثبتی بر شروع فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. تمایل به ریسک کردن، ویژگی شخصیتی فرد است که در تصمیم‌گیری برای کارآفرینی مهم تلقی می‌شود (Sharaf et al., 2018). توانایی ریسک‌پذیری به کارآفرینان کمک می‌کند تا رقابتشان را تقویت کنند و به موقعیت‌های نامطمئن واکنش نشان دهند (مثل زمانی که خطرات مربوط به عملیات تجاری خاص را به اشتباه ارزیابی کنند). ارزیابی دقیق ریسک منجر به کاهش خطاها و بهبود استراتژی‌های کسب‌وکار به‌منظور دستیابی به هدف محرمانه می‌شود (Butt et al., 2015). علاوه بر این، تمایل به ریسک کردن، اعتماد به نفس را افزایش می‌دهد و می‌تواند بر توانایی مشارکت در تصمیم‌گیری تأثیر بگذارد، نیت کارآفرینی افراد را افزایش دهد و در نهایت باعث تبدیل تجربیات آن‌ها به تفکر خلاق می‌شود که منجر به تصمیم‌گیری‌های پرخطر برای دستیابی به موفقیت کارآفرینی می‌شود (Mat et al., 2020). کارآفرینان نسبت به غیر کارآفرینان اعتماد به نفس بیشتری دارند؛ زیرا از توانایی‌های بالاتری برای ریسک کردن در جهت دستیابی به موفقیت برخوردارند (Yurtkoru et al., 2014)؛ بنابراین، فعالیت‌های ریسک‌پذیر، نمایی از شهرت بالا، متوسط یا پایین یک کارآفرین است که منجر به افزایش احتمال موفقیت آن‌ها می‌شود.

ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد اقتصادی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۱/۲۱ در سطح اطمینان ۹۰ درصد رابطه تأیید نمی‌شود. این در حالی است که امکان دریافت تسهیلات کم‌بهره بانکی به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۱/۶۶ بیشترین تأثیرگذاری را دارد.

ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد سیاسی - قانونی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۴/۱۷ در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه تأیید می‌شود. این در حالی است وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان در راستای کارآفرینی روستایی به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۹/۳۶ بیشترین تأثیرگذاری را دارد. دولت‌ها اساساً به دو دلیل از کارآفرینان حمایت می‌کنند. اولاً، شرکت‌های کارآفرین نوپا احتمالاً شرکت‌هایی هستند که به‌سرعت رشد می‌کنند و بیشتر نوآوری‌ها و ایجاد شغل را که از شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs) حاصل می‌شود، سپهیم می‌کنند. دوم، این شرکت‌های کلیدی آن‌هایی هستند که با مهم‌ترین موانع تأمین مالی مواجه هستند. شرکت‌های کارآفرین نوپا نسبت به شرکت‌های بزرگ و با سابقه‌تر در دسترسی به منابع مالی خارجی از مؤسسات مالی مشکلات بیشتری را تجربه می‌کنند. دولت‌ها با توجه به شکاف بودجه‌ای که سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینی جوان را از بهره‌برداری از فرصت‌های رشد باز می‌دارد، طرح‌هایی را برای افزایش سرمایه‌گذاری‌های کارآفرینانه ایجاد کرده‌اند (Bertoni et al., 2019) که از جمله آن می‌توان به شفافیت سیاست‌های دولت در زمینه کارآفرینی، وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی متناسب با پتانسیل‌های منطقه، قوانین معافیت مالیاتی برای ایجاد و توسعه‌ی کسب‌وکار جدید، تدوین قوانین مربوط به کارآفرینی و تدوین قوانین و مقررات آسان جهت سهولت اخذ مجوزها و پروانه‌های کسب‌وکار اشاره کرد. شواهد تجربی گسترده‌ای در مورد اثربخشی هر یک از این ابزارهای سیاستی وجود دارد.

ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد محیطی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۰/۹۴ در سطح اطمینان ۹۰ درصد رابطه تأیید نمی‌شود. این در حالی است عوامل اقلیمی مانند بارندگی، آب و هوا و رطوبت به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۱/۵۴ بیشترین تأثیرگذاری را دارد.

ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد زیرساختی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۴/۰۵ در سطح اطمینان ۹۹ درصد رابطه تأیید می‌شود. بهبود زیرساخت‌های روستایی از قبیل دسترسی به پوشش گازرسانی و شبکه سراسری برق و منابع آب لوله‌کشی، دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت، دسترسی به فناوری اطلاعات و ارتباطات، شبکه ارتباطی زمینی و جاده‌ها و پایانه‌های مسافری از شرایط لازم برای کارآفرینی است. این در حالی است که دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۵/۸۶ بیشترین تأثیرگذاری را در این رابطه نشان می‌دهد. زیرساخت‌ها می‌توانند اتصالات و پیوندهایی را تقویت کنند که شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و توانایی کارآفرینان برای به‌فعلیت رساندن آن فرصت‌ها را تسهیل می‌کند (Audretsch et al., 2015). اینکه چرا برخی از مناطق نسبت به مناطق دیگر درجه بیشتری از فعالیت کارآفرینی را نشان می‌دهند، سؤال کلیدی است که توسط بسیاری از افراد مورد اشاره قرار گرفته است. همان‌طور که لوفستروم و همکاران بیان می‌کنند، شرایط متعددی ممکن است باعث ترویج یا ممانعت از کارآفرینی شود، برای دهه‌ها توجه محققان به درک عوامل تعیین‌کننده ورود به کارآفرینی بوده است. چنین ویژگی‌هایی وابسته به فضا است و ممکن است بر فرصت‌های کارآفرینی در دسترس افراد و توانایی و تمایل آن‌ها برای پیگیری آن فرصت‌ها تأثیر بگذارد. تعداد زیادی از تأثیرات فضایی بر فعالیت کارآفرینی شناسایی شده است. از گستره سرمایه فیزیکی - زیرساختی و سرمایه انسانی گرفته تا سرمایه اجتماعی و سرمایه دانشی. هنگامی که تفسیر می‌شوند، این موارد را می‌توان به‌عنوان افزایش فرصت‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی تفسیر کرد (Lofstrom et al., 2013).

ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با بعد فرهنگی - اجتماعی نشان می‌دهد این رابطه با مقدار آماره‌ی تی ۰/۸۰ در سطح اطمینان ۹۰ درصد رابطه تأیید نمی‌شود. این در حالی است مشارکت در تصمیم‌گیری و اجرای فعالیت‌های مختلف به‌عنوان متغیر آشکار با مقدار ۳/۵۷ بیشترین تأثیرگذاری را دارد.

در نهایت ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با مقدار ۴/۳۹ تأیید می‌شود. با توجه به تحلیل ساختاری موضوع مورد بحث در پایان با توجه به خروجی‌های PLS مهم‌ترین مؤلفه‌های تأثیرگذار در کارآفرینی گردشگری روستایی در جدول ۳ گزارش شده است. با توجه به جدول در متغیر عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی در بعد نهادی (شاخص توانایی مدیریت) عامل دسترسی آسان به نهادها و تعاونی‌های حامی فعالیت‌های کارآفرینانه و در بعد اجتماعی (شاخص ویژگی‌های فردی) عامل نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل بیشترین میزان تأثیرگذاری را در این رابطه داشته است. در متغیر مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی در بعد سیاسی-حقوقی (شاخص حمایت مشاوره‌ای) عامل وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان در راستای کارآفرینی روستایی و در بعد زیرساختی (شاخص انرژی) عامل دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت بیشترین میزان تأثیرگذاری در این رابطه را نشان می‌دهد.

جدول ۳. ابعاد، شاخص‌ها و معرف‌های تأثیرگذار

متغیر	ابعاد	شاخص	معرف	کد	مقادیر تی
عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی	نهادی	توانایی مدیریت	دسترسی آسان به نهادها و تعاونی‌های حامی فعالیت‌های کارآفرینانه	C05	۲/۰۹
	اجتماعی	ویژگی‌های فردی	نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل	B10	۸/۵۷
مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی	سیاسی - قانونی	حمایت مشاوره‌ای	وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان در راستای کارآفرینی روستایی	C002	۹/۳۶
	زیرساختی	انرژی	دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت	D002	۵/۸۶

هدف از اشتراک افزونگی یا شاخص کیفیت مدل ساختاری، توانایی مدل ساختاری در پیش‌بینی کردن به روش چشم‌پوشی است. معروف‌ترین معیار سنجش آن شاخص Q2 استون - گایسلر است. سه مقدار ۰/۰۲، ۰/۱۵، ۰/۳۵ را به ترتیب به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای این شاخص معرفی کرده‌اند. پس از منسوخ شدن معیار نیکویی برازش (GOF)، از شاخص ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد شده استفاده می‌شود. مقدار این شاخص کمتر از ۰/۱ یا ۰/۰۸ مناسب قلمداد می‌گردد. همان‌گونه که جدول ۳ نشان می‌دهد مدل از ریشه میانگین مربعات باقی‌مانده استاندارد شده قابل قبولی برخوردار است. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد مدل از نیکویی برازش برخوردار بوده و قابل تعمیم است.

جدول ۳. نیکویی برازش مدل

مدل تخمینی	مدل استاندارد	
۰/۱۶۸	۰/۱۳۶	SRMR
۹۳/۲۴۸	۶۱/۰۰۶	d_ULS
۱۴/۱۶۸	۱۳/۱۹۵	d_G
۱۸/۴۲۳.۵۷۴	۱۷/۵۱۹.۰۳۶	Chi-Square
۰/۱۷۶	۰/۳۱۶	NFI

برای ارزیابی برازش مدل در حداقل مربعات جزئی، دو معیار فاصله اقلیدسی (d_ULS) و فاصله ژئودزیکی (d_G) به‌عنوان معیارهای برازش واقعی نامیده می‌شوند. نحوه استفاده از این دو معیار در مدل‌های ساختاری بسیار نامشخص است. تاکنون مطالعات متعددی در این زمینه انجام شده است، اگرچه اطلاعات کمی در مورد آن‌ها در بین محققان وجود دارد. این معیارها توسط کاندوس و دبرا^۱ برای تعیین تفاوت ماتریس کوواریانس اعمال شده است. به طور خاص، این دو الزام نمی‌توانند یک عدد شاخص قابل اعتماد ارائه کنند؛ بنابراین، شدت آستانه‌ای وجود ندارد که بتوان آن را مورد بحث قرار داد. چنین آستانه‌ای برای معیارهای تناسب مدل واقعی وجود ندارد، با این حال، برای مثال، اگر مقدار NFI بیش از ۰/۷ باشد، تناسب مدل خوب است؛ بنابراین با توجه به شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد شده (SRMR)، برازش مدل تحقیق حاضر مناسب است.

۴- بحث و نتیجه‌گیری

توسعه پایدار روستایی با چالش‌های زیادی چون بیکاری، فقر، بهره‌وری پایین منابع تولید، افزایش شکاف توسعه شهر و روستا، مهاجرت و تخلیه روزافزون جمعیت، تخریب و آلودگی منابع طبیعی روبروست جهت غلبه بر این ناپایداری‌ها و بهبود اشتغال، معیشت و تاب‌آوری روستاییان، تنوع‌بخشی اقتصاد روستایی مبتنی بر فرصت‌های موجود در بخش‌های اقتصادی غیرکشاورزی نواحی روستایی تأکید شده است. شناخت و بهره‌گیری از این فرصت‌ها از یک سو در گرو وجود روستاییان توانمند، فرصت‌شناس و مخاطره‌پذیر، آشنا به ظرفیت‌ها و تقاضاهای بازار، شیوه‌های بازاریابی، الگوهای کسب‌وکار، درآمدزایی و به عبارتی کارآفرین و از سوی دیگر وجود محیط مساعد برای بروز رفتار کارآفرینانه است. از این رو امروزه کارآفرینی که بر خلق هم‌زمان ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و محیط‌زیستی تأکید دارد به‌عنوان راهبردی کلیدی برای تحقق توسعه مورد تأکید قرار گرفته است. این فرایند در صورت فراهم بودن

یک بستر کارآفرینانه، قابلیت تحقق در سطوح فضایی مختلف از جمله مناطق روستایی و فعالیت‌های متنوع اقتصادی، از جمله صنعت گردشگری و در زیرمجموعه آن گردشگری روستایی به‌عنوان فرصت نسبتاً جدید و رو به رشد را داشته و پایداری را به این فضاها و بخش‌های اقتصادی تزریق می‌کند. نکته آنکه فعالیت‌های کارآفرینان برای کسب یا خلق فرصت و ترکیب منابع در راستای توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در گرو فراهم بودن بستر مناسب و عوامل مختلف فردی و محیطی اثرگذار بر این فرایند بوده که ضرورت شناخت این عوامل و اولویت آن‌ها را خاطر نشان می‌سازد؛ بنابراین پژوهش حاضر با هدف واکاوی ارتباط مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی انجام شده است. با توجه به ماهیت موضوع و همچنین با در نظر گرفتن مبانی نظری و پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته از پرسش‌نامه و تحلیل‌های آماری استفاده شده است. با توجه به تحلیل ساختاری موضوع مورد بحث با توجه به خروجی‌های PLS ارتباط بین مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی با مقدار ۴/۳۹ تأیید می‌شود.

مطابق تحلیل‌های انجام گرفته در محیط نرم‌افزار اسمارت پی. ال. اس. نتایج حاکی از آن بوده است که در متغیر عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی در بعد نهادی عامل دسترسی آسان به نهادها و تعاونی‌های حامی فعالیت‌های کارآفرینانه بیشترین میزان تأثیرگذاری را داشته است که با نتایج مطالعه سخدری و همکاران همسو است (Sakhdari et al, 2019). در بعد اجتماعی نیز عامل نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل بیشترین میزان تأثیرگذاری را نشان داد که با نتایج مطالعه قدری معصوم و همکاران (۲۰۲۱) همسویی دارد (Ghadiri Masom et al, 2021). در متغیر مزیت‌های منطقه‌ای مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی در بعد سیاسی - حقوقی عامل وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان در راستای کارآفرینی روستایی و در بعد زیرساختی عامل دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت بیشترین میزان تأثیرگذاری را داشته‌اند که به ترتیب با نتایج مطالعات رضایی و همکاران (۲۰۲۰) و ولاچو و همکاران (۲۰۲۱) همسو هستند (Vlachou et al, 2021 & Rezaei et al, 2020).

➤ پیشنهادها

روستاهای هدف و مقصد گردشگری استان اردبیل به لحاظ دارا بودن منابع غنی طبیعی، سابقه تاریخی و میراث فرهنگی از قابلیت گردشگری بالایی برخوردار است. این روستاها پتانسیل سرمایه‌گذاری در حوزه کارآفرینی و به طور خاص کارآفرینی گردشگری روستایی را دارند تا با تأمین نیازهای اقتصادی جامعه محلی، امکان توسعه منطقه را فراهم نمایند. بررسی نتایج مطالعه نشان می‌دهد که در روستاهای گردشگری این استان با وجود برخورداری از زمینه‌ها و گزینه‌های کارآفرینی گردشگری، در بعضی از موارد امکانات لازم برای استفاده از این فرصت‌ها فراهم نبوده است و این امر موجب مشکلاتی برای جامعه محلی شده است. در ادامه پیشنهاداتی به منظور استفاده از فرصت‌های کارآفرینی گردشگری روستایی ارائه شده است که می‌تواند منجر به تقویت منطقه شود.

مطابق تحلیل‌های انجام گرفته و اهمیت شاخص دسترسی آسان به نهادها و تعاونی‌های حامی فعالیت‌های کارآفرینانه در بعد نهادی، می‌توان گفت با توجه به نیاز مبرم گردشگری کشور، وجود نقشه راهی به عنوان تعیین‌کننده خط‌مشی اصلی توسعه گردشگری ضروری است که به دلیل ماهیت فرابخشی گردشگری باید با همکاری نهادهای مختلف اجرا و پیاده‌سازی شود، بر همین اساس تمامی ارگان‌ها و نهادهای دولتی ذی‌ربط در سطوح ملی، استانی، شهرستانی و محلی و بخش خصوصی مربوطه، ملزم به همکاری و هماهنگی برنامه‌های کاری خود با رویکردهای راهبردی توسعه گردشگری هستند؛ بنابراین در بخش کارآفرینی گردشگری حمایت از کارآفرینی و کسب‌وکارهای نوگردشگری در قالب برنامه‌های کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و ایجاد تسهیلات ویژه برای صدور مجوزهای الکترونیکی برای رونق و توسعه کسب‌وکار در بخش خدمات گردشگری پیشنهاد می‌شود.

با توجه به اهمیت عامل نداشتن استرس در موقعیت‌های سخت و مشکل در بعد اجتماعی، باید گفت کارآفرینی در نواحی روستایی در جست‌وجوی ترکیب واحدی از منابع، هم در درون و هم در خارج از فعالیت‌های کشاورزی است. آنچه می‌توان برای تعریف مقوله کارآفرینی روستایی بکار برد عبارتست از: به‌کارگیری نوآورانه منابع و امکانات روستا در راستای شکار فرصت‌های کسب‌وکار. روستاها نیز همچون شهرها، مملو از فرصت‌های جدید و کشف نشده هستند که کشف و بهره‌برداری به موقع از این فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید و رقابت‌پذیر بر مبنای آن، می‌تواند مزایای اقتصادی چشمگیری برای روستاییان به همراه آورد؛ بنابراین دست-اندرکاران توسعه کارآفرینی در روستاها باید بر دو فعالیت اصلی تأکید کنند: ۱- تشویق و حمایت از کارآفرینان روستایی برای ایجاد کسب‌وکارهای جدید. ۲- تشویق کسب‌وکارهای موجود به توسعه فعالیت‌ها و حرکت به سمت تحقق ایده‌های جدید و کارآمد. توسعه کارآفرینی در روستاها همچون شهرها مستلزم تأکید بر پیش‌نیاز اساسی توسعه فرهنگ کارآفرینی است که نوعی فرهنگ اجتماعی

است که رفتار کارآفرینانه را تشویق و حمایت می‌کند؛ بنابراین برای توسعه فرهنگ کارآفرینی چند مورد اساسی پیشنهاد می‌شود، ایجاد بستر لازم برای تربیت کارآفرینان روستایی، تشویق روستاییان به مشارکت فعالانه در طرح‌های کارآفرینی روستایی و تشویق سازمان‌های دولتی و غیردولتی به حمایت از فعالیت‌های کارآفرینی در روستاها.

با توجه به اهمیت بعد سیاسی - حقوقی (عامل وجود مشوق‌های دولتی برای کارآفرینان در راستای کارآفرینی روستایی) حمایت از فعالان حوزه کارآفرینی گردشگری در قالب سیاست‌های پولی و مالی به‌ویژه ارائه تخفیفات و معافیت‌های مالیاتی، اصلاح بند مربوط به حذف معافیت‌های مالیاتی در برنامه ششم، حمایت از سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و اعمال مشوق‌های مالیاتی برای تقویت انگیزه و امید کارآفرینان پیشنهاد می‌شود.

با توجه به اهمیت بعد زیرساختی (عامل دسترسی به جایگاه توزیع بنزین و سوخت)، ایجاد امکان دسترسی همگان به منابع و امکانات گردشگری، تسهیل دسترسی به خدمات حمل و نقل (هوایی، ریلی، جاده‌ای) در مقصدهای گردشگری و بازارهای هدف گردشگری، توسعه زیرساخت‌های فناوری نوین و اطلاعاتی در منطقه، اعمال ملاحظات زیست‌محیطی در توسعه زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری، ایجاد زیرساخت‌های موردنیاز مناطق گردشگری از قبیل راه، خدمات رفاهی و اقامتی، دسترسی به انرژی با استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی پیشنهاد می‌شود.

۵- سپاس‌گزاری

این مقاله برگرفته از رساله دکتری خانم رباب نقی‌زاده در رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی (دانشگاه تبریز) است.

۶- فهرست منابع

- اکبری‌سامانی، ناهید، بدری، سیدعلی، رضوانی، محمدرضا (۱۳۹۹) ارزیابی اکوسیستم کارآفرینی گردشگری روستایی (مورد مطالعه: استان تهران)، فصلنامه پژوهش‌های روستایی، دوره ۱۱، شماره ۳، صص ۵۵۶-۵۷۵. <https://doi.org/10.22059/jrur.2020.294235.1435>
- پریزادی، طاهر، اسدی، صالح، مولائی‌قلیچی، محمد، شیخی، حجت (۱۳۹۱). بررسی و تحلیل قابلیت‌های مزایای نسبی توسعه منطقه‌ای در بنادر شمال ایران با استفاده از تلفیق تکنیک‌های TOPSIS و ELECTRE، فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای، سال ۲، شماره ۶، صص ۱۵-۲۹. <https://sid.ir/paper/230617/fa>
- جمشیدی، علیرضا (۱۴۰۲). تحلیل روابط بین عوامل مؤثر بر مؤلفه‌های توسعه رفتار کارآفرینی روستایی با استفاده از تکنیک همبستگی کانونی، مطالعه موردی: سکونتگاه‌های روستایی غرب دریاچه ارومیه، فصلنامه علمی برنامه‌ریزی منطقه‌ای، دوره ۱، شماره ۱، صص ۱-۱۸. [doi: 10.30495/jzpm.2022.31132.4169](https://doi.org/10.30495/jzpm.2022.31132.4169)
- جمینی، داود، جمشیدی، علیرضا (۱۴۰۰). مدل‌سازی عوامل مؤثر بر توسعه شاخص‌های کارآفرینی در مناطق روستایی ایران نمونه پژوهش: منطقه اورامانات، استان کرمانشاه، برنامه‌ریزی فضایی، دوره ۱۱، شماره ۳، صص ۷۳-۹۴. [10.22108/SPPL.2021.128388.1576](https://doi.org/10.22108/SPPL.2021.128388.1576)
- حسینی‌نیا، غلام‌حسین، فلاحی، هادی (۱۳۹۶). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی روستایی (نمونه مطالعه: مناطق روستایی شهرستان منوجان)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیایی، دوره ۸، شماره ۱، صص ۲۲-۳۷. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20087373.1396.8.1.2.0>
- داوری، علی، سفیدبری، لیلا، باقرصاد، وجیهه (۱۳۹۶). عوامل اکوسیستم کارآفرینی ایران براساس مدل آیزنبرگ، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰، شماره ۱، صص ۱۰۰-۱۲۰. <https://doi.org/10.22059/jed.2017.62306>
- دربان آستانه، محمدرضا، شایان، حمید، عنابستانی، علی‌اکبر، سجاسی‌قیداری، حمداله (۱۴۰۱). تحلیل اثرگذاری عوامل ساختاری نوآوری بر فرایند کارآفرینی روستایی، نمونه‌ی مورد مطالعه: شهرستان فاروج، مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره ۱۲، شماره ۴۵، صص ۷۷-۵۸. https://jargs.hsu.ac.ir/article_161549.html
- رستمی، فرحناز، احسانی‌فر، تهمینه (۱۳۹۷). پیشران‌های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، دوره ۵، شماره ۲، صص ۷۰-۸۲. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.24767735.1397.5.2.4.9>

- رستمی، کورش، رحمانی، بیژن، منشی‌زاده، رحمت اله (۱۴۰۱). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی نواحی روستایی مورد مطالعه: روستاهای بخش چنار شهرستان ساوجبلاغ، فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)، دوره ۱۲، شماره ۴۶، صص ۱-۱۷. doi: 10.22034/jgeoq.2022.207566.2201
- رضایی، بیژن، نادری، نادر، سلیمانی، معین (۱۳۹۹). راهبردهای توسعه اکوسیستم کارآفرینی در نواحی روستایی شهرستان کرمانشاه، فصلنامه اقتصاد، فضا و توسعه روستایی، سال ۹، شماره ۱، صص ۶۷-۹۴. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3489-fa.html>
- رهنمایی، محمدتقی (۱۳۸۹). توان‌های محیطی ایران، تهران: انتشارات دانایی توانایی.
- زرافشانی، کیومرث، شرفی، لیدا، گراوندی، شهپر، قبادی، پرستو (۱۳۹۲). بررسی اثرات توسعه گردشگری در ارتقاء شاخص‌های اقتصادی-اجتماعی نواحی روستایی مورد: منطقه گردشگری ریجاب در استان کرمانشاه، فصلنامه اقتصاد، فضا و توسعه روستایی، دوره ۲، شماره ۳، صص ۱۱۹-۱۳۴. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-1748-fa.html>
- سجاسی‌قیداری، حمدالله، رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، پورطاهری، مهدی، آذر، عادل (۱۳۹۳). تدوین و اعتبار سنجی شاخص‌های توسعه کارآفرینی اکوتوریستی در مناطق روستایی، چشم‌انداز جغرافیایی در مطالعات روستایی، دوره ۷، شماره ۲۶، صص ۴۵-۷۰. http://jshsp.iaurasht.ac.ir/article_513747.html
- سختی، کمال، سیدامیری، نادر، رجائیان، علیرضا، سختی، جواد (۱۳۹۸). شناسایی عوامل نهادی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه گردشگری سلامت در ایران، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ۷، شماره ۱۳، صص ۸۱-۱۰۰. <https://sid.ir/paper/259347/fa>
- شاردردی، اسلام، روشن، سیدعلیقلی، سهرابی، فاطمه (۱۳۹۹). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در شهرستان چابهار، فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال ۸، شماره ۳، صص ۱۷۱-۱۸۸. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3406-fa.html>
- صادقی‌شاهدانی، مهدی، غفاری‌فرد، محمد (۱۳۸۸). بررسی مزیت‌های نسبی و تحلیل ساختاری تولید ناخالص داخلی در استان‌های کشور، فصلنامه پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، دوره ۱۷، شماره ۵۰، صص ۱۱۵-۱۳۶. <https://sid.ir/paper/497662/fa>
- صدموسوی، میرستار، حسین کریم‌زاده، عقیل خالقی، (۱۳۹۵). تحلیلی بر عوامل مشارکت پایین زنان روستایی در نیروی کار با استفاده از روش آمیخته مورد: دهستان سینا در شهرستان ورزقان، فصلنامه اقتصاد، فضا و توسعه روستایی، دوره ۵، شماره ۱۶، صص ۲۰-۱. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-2598-fa.html>
- عباسی، محمدجواد، سجادی، ژیلا، عبداللهی، علی، رضویان، محمدتقی (۱۳۹۹). تبیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در ایران، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، سال ۱۵، شماره ۵۲، صص ۱-۲۶. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.46417.2204>
- عبدالمالکی، حجت‌الله (۱۳۸۷). تأثیرات سیاست‌های اقتصاد کلان در رشد بخشی ایران، اصفهان: انتشارات الگوی پیشرفت (وابسته به مرکز الگوی ایرانی-اسلامی پیشرفت).
- فراهانی، حسین، حسینی، سیده پروین، بایزیدی، شادی (۱۳۹۷). تحلیل عوامل مؤثر در کارآفرینی گردشگری روستایی مطالعه موردی: دهستان زوارم شهرستان شیروان، فصلنامه راهبردهای توسعه روستایی، دوره ۵، شماره ۳، صص ۳۴۶-۳۲۹. <https://doi.org/10.22048/rdsj.2019.128321.1727>
- فرزین، محمدرضا، حسن‌پور، محمود، محمودزاده، سیدمجتبی، عرب مازار یزدی، علی (۱۳۹۹). تحلیلی نهادگراییانه بر فضای کسب و کار و کارآفرینی بخش گردشگری ایران، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۵، شماره ۵۰، صص ۱-۳۴. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.42394.2139>
- قدیری‌معصوم، مجتبی، خراسانی، محمدمین، ترکاشوند، زهرا، عمیدی، شیما (۱۴۰۰). شناسایی و اولویت‌بندی پیشران‌های توسعه کارآفرینی در مناطق روستایی ایران، فصلنامه اقتصاد، فضا و توسعه روستایی، دوره ۱۰، شماره ۳۷، صص ۲۱-۴۰. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3732-fa.html>
- قمبرعلی، رضوان، آگهی، حسین، علی‌بیگی، امیرحسین، زرافشانی، کیومرث (۱۳۹۳). راهبرد اکوسیستم کارآفرینی: پارادایم جدید توسعه کارآفرینی، نشریه کارآفرینی در گردشگری، دوره ۱، شماره ۳، صص ۲۱-۳۸. <https://dori.net/dor/20.1001.1.24767735.1393.1.3.2.1>

- قیاسی فرد، نصراله، محبی، حسین، نبی‌میبدی، مرتضی (۱۴۰۲). تحلیل موانع توسعه کارآفرینی در مناطق محروم با استفاده از روش دلفی و فرایند تحلیل شبکه‌ای، فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، دوره ۱۶، شماره ۱، صص ۶۱-۷۶.
<https://doi.org/10.22059/jed.2023.348813.654053>
- کریم‌زاده، حسین، نیکجو، محمدرضا، صدر موسوی، میرستار، کوهستانی، حسین (۱۳۹۳). شناسایی عوامل مؤثر در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در بخش گردشگری نواحی روستایی با استفاده از مدل معادلات ساختاری، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۵، شماره ۲، صص ۲۶۹-۲۹۰.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085362.1393.25.2.18.2.290-269>
- مطیعی‌لنگرودی، سیدحسن، نصرتی، ماهره (۱۳۹۰). امکان‌سنجی توسعه گردشگری در نواحی روستایی از دیدگاه گردشگران در بخش کرگان رود شهرستان تالش، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، دوره ۲۲، شماره ۱، صص ۶۹-۸۴.
<https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085362.1390.22.1.5.6>
- میرکی اناری، حسین، عنابستانی، علی‌اکبر، واعظ‌طیسی، علی (۲۰۲۲). عوامل اثرگذار بر زیست‌بوم کارآفرینی روستایی در شهرستان کاشمر. نشریه مدیریت سبز و توسعه، دوره ۱، شماره ۲، صص ۳۷-۵۸. DOI: 10.22077/jgmd.2023.5994.1014.58-37
- یاسوری، مجید، وطنخواه کلورزی، ژیللا (۱۳۹۴). نقش گردشگری در توسعه‌ی کارآفرینی زنان روستایی (دهستان گوراب‌پس شهرستان فومن). مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره ۶، شماره ۲۰، صص ۴۶-۵۹.
https://jargs.hsu.ac.ir/article_161388.html

References

- Abbasi, M. J., Sajjadi, J., Abdulahi, A., & Razovian, M. T. (2020). Explanation of factors affecting the development of rural tourism entrepreneurship in Iran. *Tourism Management Studies*, 15 (52), 1-26. doi: 10.22054/tms.2020.46417.2204 [In Persian]
- Abdul Maliki, H. (2008). Analyzing the impact of macroeconomic policies on regional growth in Iran, Esfahan, Paradesh al-Shamadah (affiliated with the center of Iranian Islamic pattern of progress). [In Persian]
- Aggarwal, A. K. (2018). Rural Entrepreneurship Development Ecosystem – An Emerging Paradigm of Rural Socio-Economic Development (May 24, 2018). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3184127>. or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3184127>
- Ahlstrom, D., & Bruton, G. D. (2001). Learning from successful local private firms in China: Establishing legitimacy. *The Academy of Management Executive*, 15(4), 72-83. <https://www.jstor.org/stable/4165787>.
- Ajide, F. M. (2020). Infrastructure and entrepreneurship: Evidence from Africa, *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 25(03), 2050015. <https://doi.org/10.1142/S1084946720500156>.
- Akbari Samani, N., Badri, S. A., rezvani, M. R., & Salmani, M. (2020). Performance Evaluation of Elements of Rural Tourism Entrepreneurship Ecosystem; Case Study: Tehran Province. *Journal of Rural Research*, 11(3), 556-575. doi: 10.22059/jrur.2020.294235.1435. [In Persian]
- Audretsch, D.B., Heger, D. & Veith, T. (2015). Infrastructure and entrepreneurship. *Small Bus Econ* 44(2), 219-230. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9600-6>.
- Bertoni, F., Martí, J., & Reverte, C. (2019). The impact of government-supported participative loans on the growth of entrepreneurial ventures. *Research Policy*, 48(1), 371-384. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2018.09.006>.
- Bichler, B. F., Kallmuenzer, A., & Peters, M. (2020). Entrepreneurial ecosystems in hospitality: The relevance of entrepreneurs' quality of life. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 152-161. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.009>.
- Boettke, P.J., & C. J., Coyne. (2009). Context Matters: Institutions and Entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(3), 135-209. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000018>.
- Butler, J. C., Garg, R., & Stephens, B. (2015). Social Networks, Funding, and Regional Advantages in Technology Entrepreneurship: An Empirical Analysis. *Information Systems Research*, 1(31), 80-100. <https://doi.org/10.1287/isre.2019.0881>.
- Butt, M., Jamil, N., & Nawaz, R. (2015). The mediating role of risk perception among cognitive biases towards decision to start a new venture. *International letters of social and humanistic sciences*, 5(154), 1-5. <http://dx.doi.org/10.18052/www.scipress.com/ILSHS.54.88>.
- Cunha, C., Kastenholz, E., & Carneiro, M.J. (2020). Entrepreneurs in rural tourism: Do lifestyle motivations contribute to management practices that enhance sustainable entrepreneurial ecosystems?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44(3), 215-226. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.007>.

- Darban astaneh, M. R., shayan, H., anabestani, A. A., & sojassi gheydari, H. (2022). An analysis of the Effect of Structural Factors of Innovation on the Rural Entrepreneurship Process (Case Study of Farouj County). *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 12(45), 58-77. https://jargs.hsu.ac.ir/article_161549.html. **[In Persian]**
- Davari, A., Sefidbari, L., Baghersad, V. (2017). The factors of entrepreneurial ecosystem in Iran Based on Isenberg's Model. *Entrepreneurial Development*, 10(1), 100-120. <https://doi.org/10.22059/jed.2017.62306>. **[In Persian]**
- Del Olmo-García, F., Domínguez-Fabián, I., Crecente-Romero, F. J., & del Val-Núñez, M. T. (2023). Determinant factors for the development of rural entrepreneurship .*Technological Forecasting and Social Change*, 191, 122487. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122487> .
- Dragoi, M.C., Iamandi, I.E., Munteanu, S.M., Ciobanu, R., Tartavulea, R.I., & Ladaru, R.G .(2017). Incentives for Developing Resilient Agritourism Entrepreneurship in Rural Communities in Romania in a European Context. *Sustainability*, 9(12), 2205-2235. <https://doi.org/10.3390/su9122205>.
- Estrin, S., Korosteleva, J., & Mickiewicz, T. (2013). Which institutions encourage entrepreneurial growth aspirations?. *Journal of Business Venturing*, 28(4), 564-580. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2012.05.001>.
- Farahani, H., Hosseini, S. P., & Bayazidi, S. (2018). Analysis of effective factors in rural tourism entrepreneurship, case study: Zavarem village, Shirvan city. *Rural Development Strategies*, 5 (3), 329-346. doi: 10.22048/rdsj.2019.128321.1727. **[In Persian]**
- Farzin, M.R., Hassan pour, M., Mahmoud zadeh, S.M., Arab Mazar Yazdi, A. (2020). An institutional Analysis of Tourism Business Environment and Entrepreneurship of Iran. *Tourism management studi*, 15(50),1-34. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.42394.2139>. **[In Persian]**
- Gambar Ali, R., Aghahi, H., Ali Beigi, A. H., & Zarafshani, K. (2013). Entrepreneurial Ecosystem Strategy: New Paradigm of Entrepreneurial Development. *Entrepreneurship studies and sustainable agricultural development*, 1 (3), 21-38. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.24767735.1393.1.3.2.1>. **[In Persian]**
- Ghadiri Masom, M., Khorasani, M. A., Torkashvand, Z., Amidi, S.(2021). Identifying and Prioritizing the Drivers for Entrepreneurship Development in Rural Areas of Iran. *SPACE ECONOMY & RURAL DEVELOPMENT*, 10 (37), 21-40. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3732-fa.html>. **[In Persian]**
- Güzel, Ö., Ehtiyar, R., & Ryan, C. (2021). The Success Factors of wine tourism entrepreneurship for rural area: A thematic biographical narrative analysis in Turkey.*Journal of Rural Studies*, 84, 230-239. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.04.021>.
- Herath, j., Gebremedhin, T., & Maumbe, B.M. (2010). A dynamic Shift Share Analysis of Economic Growth in West Virginia. *Journal of Rural and Community Development*, 6(2), 155-169. https://researchrepository.wvu.edu/rri_pubs/48.
- Hosseini, G., & Fallahi, H. (2017). Factors Affecting the Development of Rural Entrepreneurship: A Case Study on the Rural Areas of Manoojan County. *Journal of Rural Research*, 8(1), 22-37. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20087373.1396.8.1.2.0>. **[In Persian]**
- Isenberg, D. (2011). The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship. The Babson entrepreneurship ecosystem project, Babson College, Massachusetts.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard business review*, 88(6), 40-50. https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5419320/mod_resource/content/1/Harvard-Ecosystem.pdf.
- Jamini, D., & Jamshidi, A. (2021). Modeling the Factors Affecting the Development of Entrepreneurship Indicators in Rural Areas of Iran (Case study: Owramanat Region, Kermanshah Province). *Spatial Planning*, 11(3), 73-94. doi: 10.22108/sppl.2021.128388.1576. **[In Persian]**
- Jamshidi, A. (2023). Analysis of Relationships between Factors Affecting the Components of Rural Entrepreneurship Development Using Canonical Correlation Analysis (Case Study: Rural settlements west of Lake Urmia). *Regional Planning*, 1(1),1-18. doi: 10.30495/jzpm.2022.31132.4169. **[In Persian]**
- Karimzadeh, H., nikjoo, M., sadrmosavi, M., & kohestani, H. (2014). Identify the factors in creating entrepreneurial opportunities in the tourism sector in rural areas using structural equation model (SME). *Geography and Environmental Planning*, 25(2), 269-290. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20085362.1393.25.2.18.2>. **[In Persian]**
- Kline, C., Hao, H., Alderman, D.H., & Kleckley, J.W. (2014). A Spatial Analysis of Tourism. Entrepreneurship and the Entrepreneurial Ecosystem in North Carolina, USA, *Tourism Planning and Development*, 11(3), 305-316. <http://dx.doi.org/10.1080/21568316.2014.890127>.

- Kumar, S., Valeri, M. & Shekhar. (2022). Understanding the relationship among factors influencing rural tourism: a hierarchical approach. *Journal of Organizational Change Management*, 35(2), 385-407. 385-407. <https://doi.org/10.1108/JOCM-01-2021-0006>.
- Lofstrom, M., Bates, T., & Parker, S. C. (2013). Why are some people more likely to become small-business owners than others: Entrepreneurship entry and industry-specific barriers. *Journal of Business Venturing*, 29(2), 232–251. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.01.004>.
- Lounsbury, M., & Glynn, M. A. (2001). Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 545–564. <https://doi.org/10.1002/smj.188>.
- Martens, M. L., Jennings, J. E., & Jennings, P. D. (2007). Do the stories they tell get them the money they need? The role of entrepreneurial narratives in resource acquisition. *Academy of Management Journal*, 50(5), 1107–1132. <https://www.jstor.org/stable/20159915>.
- Mat, Z., Yusoff, M., Zainol, F., & Afthanorhan, A. (2020). Risk-taking propensity & personality of women entrepreneurs in Malaysia. *J. Crit. Rev*, 7(6), 1214-1221. <http://dx.doi.org/10.31838/jcr.07.06.217>.
- Miles, M. P., & Morrison, M. (2018). an effectual leadership perspective for developing rural entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*, 54(6), 933-949. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0128-z>.
- Miraki anari, H., Anabestani, A., & vaez tabasi, A. (2022). Influential Factors on Rural Entrepreneurship Ecosystem in Kashmar County. *Green Management and Development*, 1(2), 37-58. doi: 10.22077/jgmd.2023.5994.1014. **[In Persian]**
- Morant-Martínez, O., Santandreu-Mascarell, C., Canós-Darós, L., & Roig, J.M. (2019). Ecosystem Model Proposal in the Tourism Sector to Enhance Sustainable Competitiveness, *Sustainability*, 11(23), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su11236652>.
- Motieei Langroudi, S. H., & Nosrati, M. (2011). Feasibility of tourism development in rural areas from the point of view of tourists (Kerganrud section of Talesh city). *Geography and Environmental Planning (Isfahan University Humanities Research Journal)*, 22(1), 69-84. SID. <https://sid.ir/paper/358167/fa>. **[In Persian]**
- Naghizadeh, R. (2021). Human Factors in Rural Entrepreneurship Development in Tourism Sector: A Case Study (Moeil Village in Meshginshahr County). *East African Scholars Journal of Economics, Business and Management*, 4(10), 201-208. DOI: 10.36349/easjebm.2021.v04i10.001.
- Nordbø, I. (2022). Female entrepreneurs and path-dependency in rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 96, 198-206. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.09.032>.
- Parizadi, T., Asadi, S., Moulai Qalichi, M., & Sheikhi, H. (2011). Investigating and analyzing the capabilities of relative advantages of regional development in the ports of northern Iran using the combination of TOPSIS and ELECTRE techniques. *Regional Planning*, 2(6), 15-29. <https://sid.ir/paper/230617/fa>. **[In Persian]**
- Qiyasi Fard, N., Mohebbi, H., & Meybodi, M.N. (2023). Analyzing obstacles to entrepreneurship development in underprivileged areas using Delphi method and network analysis process. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(1), 61-76. <https://doi.org/10.22059/jed.2023.348813.654053>. **[In Persian]**
- Rahmani, M.T.(2010). Iran's environmental capabilities, Tehran, Danai Tavanaee Publications. **[In Persian]**
- Rezaei, B., Naderi, N., & Soleimani, M. (2020). Strategies for the development of the entrepreneurial ecosystem in the rural areas of Kermanshah. *Space economy and rural development*, 9 (31), 67-94. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3489-fa.html>. **[In Persian]**
- Rostami, F., & Ehsanifar, T. (2017). Development drivers of rural tourism entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, 5(2), 70-82. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.24767735.1397.5.2.4.9>. **[In Persian]**
- Rostami, K., rahmani, B., & monshizadeh, R. (2022). Analysis of Factors Affecting Rural Entrepreneurship Development Case Study: Villages of Chandar district of Savojbolagh city. *Geography (Regional Planning)*, 12(46), 1-17. doi: 10.22034/jgeoq.2022.207566.2201. **[In Persian]**
- Roundy, P. T., Brockman, B. K., & Bradshaw, M. (2017). The resilience of entrepreneurial ecosystems. *Journal of Business Venturing Insights*, 8(11), 99–104. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2017.08.002>.
- Rytkönen, P., & Tunón, H. (2020). Summer Farmers, Diversification and Rural Tourism—Challenges and Opportunities in the Wake of the Entrepreneurial Turn in Swedish Policies (1991–2019). *sustainability*, 12(5217), 1-27. <https://doi.org/10.3390/su12125217>.
- Sadeghi Shadani, M., & Ghaffary Fard, M.(2009). A Review on Relative Advantage and Structure of Regional Growth Domestic Production in Provinces of Iran. *Qjerp*, 17 (50), 115-136. <http://qjerp.ir/article-1-261-fa.html>. **[In Persian]**

- Sadr Mousavi, M., Karimzadeh, H., & Khaleghi, A. (2016). Analyzing the causes of low participation of rural women by using mixed method Case: rural district of Sina in Varzeghan County. *SPACE ECONOMY & RURAL DEVELOPMENT* 2016, 5 (16), 1-20. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-2598-fa.html>. **[In Persian]**
- Sakhdari, K., Seiyed Amirt, N., Rajaian, A., & Sakhdari, J. (2019). Identifying the institutional factors affecting the exploitation of health tourism entrepreneurial opportunities in Iran under study: Tehran province. *Tourism social studies*, 7(13), 81-100. <https://sid.ir/paper/259347/fa> . **[In Persian]**
- Seraphin, H., & Meldrum, T. (2014). Entrepreneurship and tourism: An inclusive and sustainable strategy for the development of Haiti. in Roberts, S., Best, M. & Cameron, A. (Eds), *Contemporary Caribbean Tourism: Concepts and Cases*, Barbados: Ian Randle.
- Sharaf, A., El-Gharbawy, A., & Ragheb, M. A. (2018). Factors that influence entrepreneurial intention within university students in Egypt. *Open Access Library Journal*, 5(10), 1-14. <https://doi.org/10.4236/oalib.1104881>.
- Shardari, I., Roshan, S. A., & Sohrabi, F. (2019). Analysis of factors affecting the development of rural tourism entrepreneurship in Chabahar city. *Space economy and rural development*, 8 (S2), 171-188. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3406-fa.html>. **[In Persian]**
- Sojasi Qedari, H., Ruknuddin Eftekhari, A., & Pourtaheri, M. (2013). Compilation and validation of ecotourism entrepreneurship development indicators in rural areas. *Studies of Human settlement planning*, 9(26), 45-70. http://jshsp.iurasht.ac.ir/article_513747.html. **[In Persian]**
- Stam, E., & Van de Ven, A. (2019). Entrepreneurial ecosystem elements. *Small Business Economics*, 8(11), 1-25. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00270-6>.
- Su, B. (2011). Rural Tourism in China. *Tourism Management*, 32(6), 1438-1441. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.12.005>.
- Tajeddini, K., Ratten, V., & Denisa, M. (2017). Female tourism entrepreneurs in Bali, Indonesia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 52-58. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.10.004>. **[In Persian]**
- Troilo, M. (2011). Legal institutions and high-growth aspiration entrepreneurship. *Economic Systems*, 35(2), 158-175. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2010.08.001>.
- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>.
- Vlachou, C., Iakovidou, O., Sergaki, P., & Menexes, G. (2021). The entrepreneurial environment in Greek rural areas: The entrepreneur's viewpoint. *Sustainability*, 13(4), 1719. <https://doi.org/10.3390/su13041719>.
- Yasouri, M., & Vatankeh Kalurazi, Z. (2015). The Role of Tourism in the Development of Rural Women Entrepreneurship (Gurab-Pass Village, Fooman City). *Journal of Arid Regions Geographic Studies*, 6(20), 46-59. https://jargs.hsu.ac.ir/article_161388.html?lang=en . **[In Persian]**
- Yurtkoru, E. S., Acar, P., & Teraman, B. S. (2014). Willingness to take risk and entrepreneurial intention of university students: An empirical study comparing private and state universities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 150, 834-840. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.092>.
- Zarafshani K., Sharafi L., Garavandi S., & Ghobadi, P. (2013). The Investigation of Tourism Development Impact upon Promotion of Social – Economic Indices in Rural Areas, Case: Rijab Resort in Kermanshah Province. *SPACE ECONOMY & RURAL DEVELOPMENT*, 2 (5), 119-134 <http://serd.khu.ac.ir/article-1-1748-fa.html>. **[In Persian]**