

ارزیابی عوامل موثر در کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی نمونه موردی: روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد

سید علی سینا بام زر^۱، عبدالرضا رکن الدین افتخاری^۲، ربیازقربانی نژاد^۳

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی رشته جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ نویسنده مسئول، گروه جغرافیا، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران، eftekhaa@modares.ac.ir

^۳ گروه جغرافیا سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۳/۱۲/۰۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰

چکیده

شناسایی و ارزیابی کارآفرینی در نواحی مقصد گردشگری روستایی، سنگ محکی برای موفقیت برنامه‌ریزی‌های روستایی و رویکردهای حاکم بر نظام برنامه ریزی کشور و روستایی به شمار می‌رود. بنابراین پژوهش حاضر با هدف شناسایی عوامل موثر در توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی استان کهگیلویه و بویراحمد انجام شده که از لحاظ ماهیت و روش، توصیفی و پیمایشی و از نظر هدف در گروه پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود. جامعه آماری تحقیق صاحبان کسب و کار و مدیران محلی (دهیاری و اعضای شورای اسلامی روستا) در ده روستای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد هستند. جهت گردآوری داده‌ها از ابزار پرسش‌نامه و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون واریانس و آزمون تعقیبی توکی و تحلیل مسیر استفاده شد. نتایج نشان داد که از بین عوامل موثر در کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری، سهم عوامل اجتماعی و نهادی بیش از سایر عوامل است. لذا در توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی استان در کنار ویژگی‌های اجتماعی و فردی همچون روحیه و اندیشه کارآفرینانه و دانش و میزان مشارکت مردمی عامل نهادی نیز تاثیرگذار و حائز اهمیت است. براساس دیدگاه صاحبان کسب و کار، دهیاران و اعضای شورا (مدیران محلی) بین عامل نهادی، اقتصادی، اجتماعی و اکولوژیکی و توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به رویکردهای نظری، روابط، ضرایب و سهم عوامل و متغیرها و مدل تحلیل مسیر الگوی مناسب کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد الگویی مشارکتی و شبکه‌ای است.

کلید واژه‌ها: کارآفرینی اقتصادی، مقاصد گردشگری، روستا، کهگیلویه و بویراحمد

مقدمه

یکی از عوامل موثر در توسعه روستایی کارآفرینی است. زیرا کارآفرینی می تواند با خلق فرصت های جدید اشتغال و درآمد نقش موثری در بهبود وضع اقتصادی روستاها داشته باشد. به همین دلیل سنجش میزان کارآفرینی روستاییان و تلاش برای توسعه و تقویت کارآفرینی در فرآیند توسعه ی روستایی از طریق فراهم کردن زمینه های اولیه آن از اهمیت ویژه ای برخوردار است. (حیدری مکرر و سارانی، ۱۳۹۴: ۸). اهمیت کارآفرینی در پیشبرد توسعه جوامع روشن است و این اهمیت از دستاورد و پیامدهای متعدد مستقیم و غیرمستقیم فعالیت های کارآفرینانه ناشی می شود (Lai & Vonortas, 2019: 877). کشورهای درحال توسعه به این واقعیت پی برده اند که هیچ پیشرفتی معنادار نخواهد بود، مگر زمانی که جوامع روستایی نیز توسعه و پیشرفت یابند (Nwankwo & okeke, 2017: 3). امروزه توسعه روستایی بیشتر از همیشه وابسته به توسعه کارآفرینی است و محققان، کارآفرینان روستایی را بزرگ ترین اهرم توسعه مناطق روستایی می دانند (Aggarwal, 2018: 5). به عبارت دیگر، کارآفرینی به مثابه موتور محرکه توسعه و تحول ابعاد اجتماعی - اقتصادی (Vladasel et al, 2021: 2). و در نتیجه تحولات فضایی سکونتگاه های روستایی دارد. از اینرو، اقدامات و فعالیتهای کارآفرینانه در فضای جغرافیایی دارای اثرات فراوان محیطی - اکولوژیک، اجتماعی - اقتصادی و کالبدی است، و در صورت توجه به پتانسیل ها و توانمندی های ذینفعان روستایی در جهت ارتقاء شاخص های فراگرد کارآفرینی میتوان بستر لازم برای پایداری و تعادل اجتماعی - اقتصادی سکونتگاه های روستایی در سطح محلی و ناحیه های فراهم ساخت (اردلان و همکاران، ۱۴۰۱: ۵۲).

امروزه در میان جوامع رو به رشد، صنعت گردشگری به علت تأثیر گذاری آن بر فرایند تولید، اشتغال و توسعه اقتصادی، برای بسیاری از کشورها از اهمیت خاصی برخوردار است. آگاهی جوامع از این که گردشگری منبع درآمدی ارزی بسیار مناسب و قابل ملاحظه ای در اختیار اقتصاد یک کشور قرار می دهد، باعث شده است که گردشگری مفهومی بسیار گسترده در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی پیدا کند و به عنوان یک صنعت تلقی شود. گردشگری از جمله فعالیت هایی است که قابلیت بالایی جهت اثرگذاری بر افراد برای گرایش آنان به سمت کارآفرینی دارد. می توان صنعت گردشگری را به عنوان یکی از عواملی که بر کارآفرینی اثرگذار است معرفی نمود (فاطمی، ۱۳۹۵: ۵).

از جمله عواملی که می تواند صنعت گردشگری را توسعه و بهبود بخشد، بحث کارآفرینی می باشد که با ایجاد فرصت های بکر در حیطه منطقه ای و یا محلی، به شناساندن اهداف گردشگری و توسعه این صنعت کمک خواهد نمود. کارآفرینی اجتماعی نقش مهمی در اتخاذ راهبردهای پایدار اقتصادی برای دستیابی به اهداف اجتماعی و توسعه مسئولانه گردشگری دارد (Dahles et al, 2019: 8). کارآفرینان اجتماعی گردشگری به عنوان عوامل تغییردهنده هایی هستند که از استعداد و اشتیاق خود برای پیشبرد توسعه پایدار مقصد استفاده می کنند (Sheldon et al, 2017: 4).

رشد صنعت گردشگری و قابلیت این صنعت برای توسعه اقتصادی دیدگاهی مهم در ادبیات گردشگری به شمار می رود (Sangolagi & Alagawadi, 2016: 219). تیلور ویژگی تقاضای گردشگری را سرعت تغییرات آن می داند و معتقد است بعد عرضه باید توانایی نطق سریع با تغییرات بازار تقاضا را داشته باشد؛ به عبارت دیگر وجود

سازوکار دریافت اطلاعات و ارزیابی وضعیت و واکنش محیط در نظام گردشگری الزامی است (سجاسی قیداری و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۴۸). مطالعات نشان می دهد که در فرآیند برنامه ریزی روستایی، هرچند به کارآفرینی در کنار برنامه ریزی های اجتماعی و محیطی توجه شده است، لیکن این موضوع در حاشیه ی برنامه ریزی روستایی بوده و در این قالب توجه به کارآفرینی اقتصادی مخصوصاً در حوزه گردشگری کم رنگ بوده است.

بنابراین می توان گفت که یکی از راه های رسیدن به اقتصاد مولد که هزینه ای نیز نداشته باشد توجه به بخش گردشگری است. گردشگری به عنوان بزرگترین صنعت خدماتی جهان در ردیف پر درآمدترین صنایع جهان از جمله نفت و خودروسازی قرار دارد و با ایجاد اشتغال و افزایش درآمد می تواند به اقتصاد کشورها کمک کرده و آن را دچار تغییر و تحول نموده و کل چرخ اقتصاد را در همه بخش ها به حرکت در آورد و به آن سرعت بدهد (یاری حصار و همکاران، ۲۰۱۶). در این چارچوب کارآفرینی گردشگری به عنوان راهکاری موثر برای کاهش بیکاری و افزایش اشتغال پایدار مورد توجه قرار گرفته است و دولت های مختلف با استفاده از سازوکارهای مختلف تلاش نموده اند فرایندهایی را به کار گیرند تا کارآفرینی را توسعه دهند. بدین سان که گردشگری با ویژگی هایی مانند تقاضای متغیر و خواهان نوآوری، قابلیت تولید ثروت در جوامع، بستری مناسب برای فعالیت های کارآفرینانه به شمار می رود و یک عامل اصلی در رقابت بین کشورهاست؛ به خصوص کشورهایی که دارای ویژگی های فرهنگی، انسانی و یا طبیعی هستند که جاذبه هایی برای ورود گردشگر محسوب می شوند. با این توصیف میتوان گفت، گردشگری با رهیافت کارآفرینی شیوه جدیدی است که میتواند در توانمندسازی مردم محلی و توسعه منابع انسانی، تنوع بخشی اقتصادی و رشد آن، خلق فرصت های شغلی و ارتقاء استانداردهای زندگی از طریق تأمین خدمات اجتماعی نقش عمده ای را ایفا نماید (رکن الدین افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۹۳: ۵۶).

اتخاذ راهبردهای کارآفرینی و اشتغال برای روستاییان با حمایت از سیاست های عمومی بر مبنای راهیابی سرمایه گذاری، اشتغال و خدمات به مناطق روستایی منجر به تقویت و ایجاد تغییر در تولیدات کشاورزی و منابع طبیعی، افزایش درآمد و افزایش تقاضا و تولیدات غیر کشاورزی منجر خواهد شد (تفتی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۱۴). بر این مبنای کارآفرینی در عرصه فضایی ناپایدار به لحاظ محیطی - اکولوژیک، اجتماعی - فرهنگی، اقتصادی و کالبدی و کم توجهی به اولویت ها و گرایش های ذینفعان روستایی، بهبود ابعاد فضا را با چالش مواجه ساخته است. افزون بر این، باعث سخت تر شدن چالش های سکونتگاه های روستایی هم نون نابودی فرصت های پایدار منابع مادی و غیرمادی از منظر کارکردهای اجتماعی و اقتصادی شده است. از اینرو، توجه به شاخص های روش و احساس توانمندسازی ذینفعان روستایی در جهت بهبود مشارکت آنها در فراگرد کارآفرینی در راستای تحولات فضایی سکونتگاه های روستایی ضروری قلمداد می شود. بر این شالوده، پژوهش حاضر در حال پاسخگویی به سؤال های زیر است:

- عوامل موثر در الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد کدام هستند؟

- الگوی مناسب برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد چه نوع الگویی است؟

مبانی نظری

کارآفرینی فرآیند یا مفهومی است که طی آن فرد کارآفرین با ایده های نو و حلاق و شناسایی فرصت های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب و کارها و شرکت های نو، سازمان های جدید، با بسیج منابع به ایجاد کسب و کارها و شرکت های نو، سازمان های جدید و نوآور رشد یابنده مبادرت می ورزد (شهیکی تاش و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۲۵). عمل کارآفرینانه به مفهوم سازی و پیاده سازی یک ایده، فرآینده محصول، خدمت یا کسب و کار جدید دلالت دارد. کارآفرینی فرآیندی پویاست که به وسیله کارآفرین جهت خلق ارزش جدید در بازار صورت می گیرد (مطیعی لنگرود و همکاران، ۱۳۹۷: ۵).

امروز در نظریه های اقتصادی، به فعالیت های خودجوش اقتصادی در قالب کارآفرینی در مناطق روستایی توجه ویژه می شود. چرا که جوامع محلی، سرمایه های بی بدیلی هستند که بایستی به عنوان فرصت تلقی شوند و بدون تردید با اندک توجه، هویت دادن و ذینفع شدن آن ها از مواهب گردشگری و طبیعت گردی، موجب پایداری محیط زیست، افزایش ورود گردشگران و طبیعت گردان شده و در نتیجه منجر به کارآفرینی و توسعه اشتغال، رونق اقتصادی و رشد شاخص های اجتماعی خواهد شد. افزایش شمار گردشگران نیز به گسترش خدمات و تسهیلات و افزایش درآمد و سطح اشتغال می انجامد (شارپلی^۱، ۱۳۸۰: ۳).

تقویت کارآفرینی در جامعه بر مبنای پژوهش ها می تواند عامل بسیار مهمی برای رشد اقتصادی باشد. هر چند کارآفرینی می تواند آثار مثبت متعددی در جوامع روستایی داشته باشد، ولی خود نیز به عنوان یک پدیده اجتماعی-اقتصادی و فرهنگی وابسته، متأثر از زمینه ها، عوامل و مهارت های مختلفی است (Lee, 2013: 39). از سوی دیگر جوامع محلی روستایی خود نیز نقش مهمی در حفظ جاذبه های گردشگری محلی ایفا می کنند. علاوه بر این مشارکت آنان در توسعه پایداری گردشگری در توسعه اقتصادی و بهبود کیفیت کلی زندگی آنان نیز تاثیرگذار است (Su & Wall, 2014: 149).

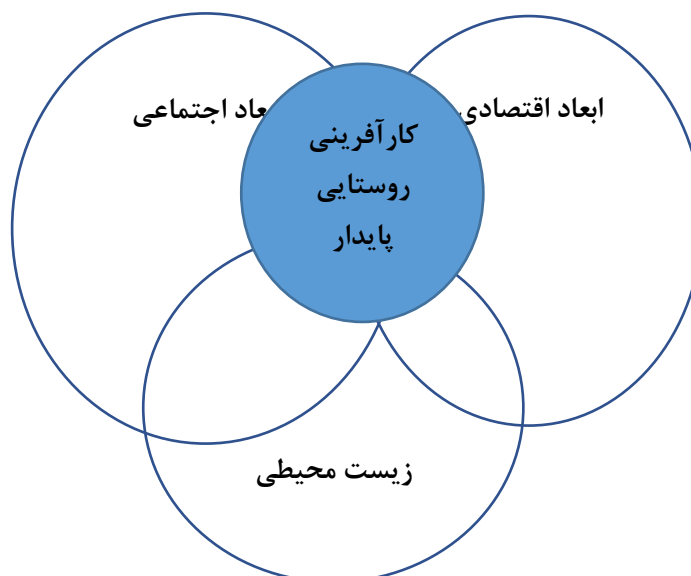
کارآفرینی تأثیر چشم گیری بر تحول مقاصد گردشگری دارد. بر این اساس کارآفرینان ایده نوآورانه ای را درک نموده یا فرصتی می بینند، آن را پیگیری نموده و سپس این ایده و فرصت را به یک کسب و کار مبدل می سازند. چنین رفتاری تأثیر کارآفرینی بر توسعه گردشگری را تشریح می کند (Harvey, 2010: 112).

روستاییان کارآفرین عوامل مختلف تولید و بهره وری اقتصادی را در زمینه گردشگری گردهم آورده و با تلاش و کوشش خلاقانه فرصت ها را شناسایی و بهره گیری کرده و در نهایت الگو و شیوه جدیدی از فعالیت و زیست اقتصادی مبتنی بر گردشگری را در مناطق روستایی خلق می کنند که منجر به حداکثر کردن بازده اقتصادی و به حداقل رساندن ریسک زیست اقتصادی با رهیافت پایداری در مناطق روستایی می شود (افتخاری و سجاسی قیداری، ۱۳۹۳: ۹۴). اما در اکثر جوامع به طور اعم و در جوامع در حال توسعه به طور اخص، نواحی روستایی به دلیل شرایط خاص اکولوژیکی و اقتصادی-اجتماعی، با مشکلات و مسائل متعدد و متنوعی مواجه هستند که فقر و محرومیت از مهم ترین آن محسوب می شود (Pato, & Teixeira, 2018: 740). در واقع، امروزه جایگاه کارآفرینی

^۱ Sharpley

گردشگری در اقتصاد روستایی با توجه به اهمیت این موضوع در اقتصاد جهانی و منطقه ای بر کسی پوشیده نیست (صیدایی و صادقی، ۱۳۹۳، ۱۸۸). به سخن دیگر، کارآفرینی گردشگری به عنوان یکی از راهکاری موثر برای کاهش بیکاری و افزایش اشتغال پایدار مورد توجه قرار گرفته است و دولت‌های مختلف با استفاده از سازوکارهای مختلف تلاش نموده‌اند فرایندهایی را به کار گیرند تا کارآفرینی را توسعه دهند (هاشمی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۷). به رغم تلاش‌هایی که در جهت توسعه کارآفرینی اقتصادی در روستاهای مقصد گردشگری در کشور صورت گرفته در عمل رشد مناسب و پایداری در زمینه توسعه کارآفرینی اقتصادی در این نوع روستاها مشاهده نمی‌شود (حسینی کهنوج و همکاران، ۱۴۰۰: ۷۴). یکی دیگر از موضوعات مرتبط با کارآفرینی، موضوع بازار و تقاضای گردشگری در ارتباط با مقصدهای گردشگری است (عین صالحی، ۱۳۹۰: ۱۰۵). همچنین در بعد زیست محیطی، گردشگری و محیط زیست به طور متقابل به یکدیگر وابسته اند (رضائی و همکاران، ۱۳۹۱). در دیدگاه اقتصادی، گردشگری می‌تواند به عنوان ابزاری در اختیار دولت‌ها قرار گیرد و در جهت دستیابی به اهداف ویژه رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و توسعه منطقه ای از طریق تأمین انگیزه‌های مالی، تحقیق، بازاریابی و ابزارهای توسعه ای از آن استفاده کنند (Kalyan, 2014: 39). کار آفرینی اقتصادی بر تشخیص و بهره برداری آن دسته از فرصت‌هایی تأکید می‌کنند که در نهایت منجر به سودآوری اقتصادی می‌شوند (مقیمي و احمد پور داریانی، ۱۳۸۷: ۲۱۱). ظهور نظریه‌های اقتصاد - محور در زمینه کار آفرینی تا حدود زیادی تحت تأثیر نظریه بازار است (De Lange & Dodds, 2017: 1979). مدت‌ها بود که کارآفرینی از جنبه اقتصادی اهمیت بسیار زیادی داشت و این واژه صرفاً در ادبیات توسعه اقتصادی مشاهده می‌شد. به عنوان مثال، شومپتر کارآفرینی را موتور محرکه توسعه اقتصادی می‌دانست. این جایگاه هنوز هم برای کارآفرینی وجود دارد (Agbim et al, 2013: 70).

همچنان کارآفرین را اصلی‌ترین مهره در اقتصاد نوین می‌دانند. بسیاری از اندیشمندان ابزارهای کار آفرینی برای تسهیل توسعه اقتصادی را نیز معرفی می‌کنند. چایلز و همکاران کارآفرینی را به عنوان پدیده ای برای اشتغال زایی جدید در اقتصاد بازار مورد ارزیابی قرار می‌دهند. دراکر تولید ثروت را هدف مهم کار آفرینی مطرح می‌کند و این مفهوم را اقدامی نوآورانه می‌داند که با بهره‌مندی از منابع موجود، ظرفیت جدیدی برای تولید ثروت ایجاد می‌کند. بنابراین، دیدگاه‌های کارآفرینی در بعد اقتصادی، بر مؤلفه‌های درآمد، ثروت، سود، کارایی و اثربخشی تأکید دارند (York & Venkataraman 2010).



شکل ۱- ابعاد کارآفرینی روستایی پایدار

منبع: (Guta et al., 2017: 24)

پیشینه تحقیق

واکاوی اسناد نشان می دهد که تاکنون پژوهش های متعددی در حوزه کارآفرینی و گردشگری در ادبیات خارجی و داخلی صورت پذیرفته است. عباسی و میردامادی (۱۴۰۱)، در پژوهشی به این نتیجه دست یافته اند که ترکیب مسئولیت اجتماعی، مسئولیت زیست محیطی، رشد و توسعه از طریق اکوتوریسم و نوآوری ها و خلاقیت های اکوتوریسم، توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی را فراهم می آورند. شایق و کرمپور (۱۴۰۰) در پژوهشی نشان دادند که عوامل متعددی در توسعه کارآفرینی در نوآوری گردشگری سلامت روستایی در روستای قلات دخیل هستند که عوامل برنامه ریزی راهبردی و حمایت ارگان ها و سازمان های دولتی به ترتیب از مرکزیت بیشتر برخوردارند. عباسی و همکاران (۱۳۹۹)، در بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، سه بعد بهبود و توجه به ویژگی های خاص بستر محیطی، ویژگی های نیروی انسانی روستایی و بعد کلان ساختار نهادی و قانونی مناسب کارآفرینی گردشگری روستایی را معرفی کردند. فلاح و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که گردشگری به عنوان صنعتی روبه رشد در دنیا که دائما با تغییر تقاضای بازار روبه روست، بستری مناسب برای کارآفرینی فراهم می کند که می تواند منجر به ایجاد منابع اشتغال و درآمد پایدار به ویژه در جوامع در حال توسعه گردد. آنها در نهایت راهکارهایی برای توسعه اکوسیستم کارآفرینی گردشگری کویر لوت ارائه دادند. پورانجنار و همکاران (۱۳۹۵) نشان دادند که کاربردی ترین راهبرد های مناسب توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی، به ترتیب، عبارت اند از تنوع بخشی در برنامه های تبلیغاتی، طراحی نرم افزارهای کاربردی، بازنگری در برنامه ریزی ها و سرمایه گذاری ها و بازاریابی بین المللی. انوکوری وادیوکوو^۲ (۲۰۲۰)، موانع اداری کارآفرینان گردشگری در ایالت ایمو در جنوب شرقی نیجریه را در هفت عامل برنامه ریزی و پشتیبانی، نوآوری، عامل مدیریتی، ناهماهنگی سازمانی،

² Nwokorie & Adiukwu

سیاست راهبردی، عامل آموزشی و خواستگاه محلی تقسیم کردند. وانگ و همکاران^۳ (۲۰۱۹) در تحقیقی به این نتیجه رسیدند که نشان می دهد که برای درک رابطه بین گردشگری کوچک و مشاغل میهمان نوازی و محیط های اقتصادی و اجتماعی خارجی آنها، کار بیشتری لازم است. به ویژه، ماهیت عوامل شخصی و محیطی مؤثر بر کارآفرینی گردشگری ناشناخته است. سورنسون و همکاران^۴ (۲۰۱۹) نشان دادند که کارآفرینان بسته به نوع کارآفرینی در زمینه گردشگری که دارند، متفاوت به مشاغل دارای طبیعت خود متمرکز می شوند. بسیاری از کارآفرینان سبک زندگی برای کاهش ریسک و دستیابی به رشد، روی توسعه چندین نوع مختلف درآمد متمرکز شده اند. گوتا و همکاران^۵ (۲۰۱۷) برای سنجش پایداری فعالیت های کارآفرینانه روستایی در زیмбаوه، از چارچوب پایداری معیشت بهره گرفتند. آنها کارآفرینی روستایی را شامل فعالیت هایی می دانند که برای تأمین معاش روستاییان ایجاد می شوند. نتایج بررسی آنها نشان داد که فعالیت های کارآفرینانه روستایی به لحاظ تأمین معاش پایدار نبوده است. کروسن و دارسون^۶ (2013) اهمیت پایداری کارآفرینی روستایی را به فعالیت های زراعی نسبت می دهند و معتقدند که اگر حرکت فعالیت های زراعی به سمت کارآفرینی پایدار نباشد، به دنبال رشد جمعیت، افزایش مصرف و ضرورت افزایش تولید محصولات کشاورزی برای سایر انرژی ها، به منابع فشار زیادی وارد خواهد آمد.

معرفی محدوده مورد مطالعه

استان کهگیلویه و بویراحمد با مساحتی حدود ۱۵۵۰۴ کیلومتر مربع واقع در دامنه های سلسله جبال زاگرس، بین ۲۹ درجه و ۵۶ دقیقه تا ۳۱ درجه و ۲۷ دقیقه عرض شمالی و ۴۹ درجه و ۵۳ دقیقه تا ۵۱ درجه و ۵۳ دقیقه طول شرقی قرار گرفته است. از شمال به استان چهارمحال و بختیاری، از جنوب به استان های فارس و بوشهر، از شرق به استان های فارس و اصفهان و از غرب به استان خوزستان محدود می شود. استان کهگیلویه و بویراحمد با داشتن بیش از ۳۰۰ تفرجگاه طبیعی، حدود دو هزار و ۶۰۰ اثر تاریخی، بیش از ۷۵۰ اثر تاریخی ثبت شده در فهرست آثار ملی و مواهب طبیعی چشم نواز مکانی مناسب برای گردشگران است. این استان یکی از اصلی ترین مکان های زیست عشایر ایران است که شیوه های زندگی جذاب آن ها و تعامل ارزشمندشان با طبیعت یکی از زیباترین و کمیاب ترین جلوه های گردشگری ایران را رقم زده است. در سراسر استان و در پهنه شهرستان های آن از نظر اداره گردشگری و صنایع دستی تعداد ۱۰ روستا به عنوان هدف گردشگری شناخته شده است، که روستاهای بی بی حکیمه خاتون، خونگاه، تنگ سیریز، دیل، چم بلبل، امام ضامن، کمر دوغ و برم الوان از این قبیل هستند. اما نبود الگوی آمایشی سیاستگذاری و برنامه ریزی کارآفرینی اشتغالزای گردشگری به همراه زیر ساخت های مناسب برای توسعه کارآفرینی گردشگری (جاده ...)، نبود حمایت های بخش خصوصی، کمبود فرهنگ کارآفرینی گردشگری، مهاجرت روزافزون روستائیان، از جمله

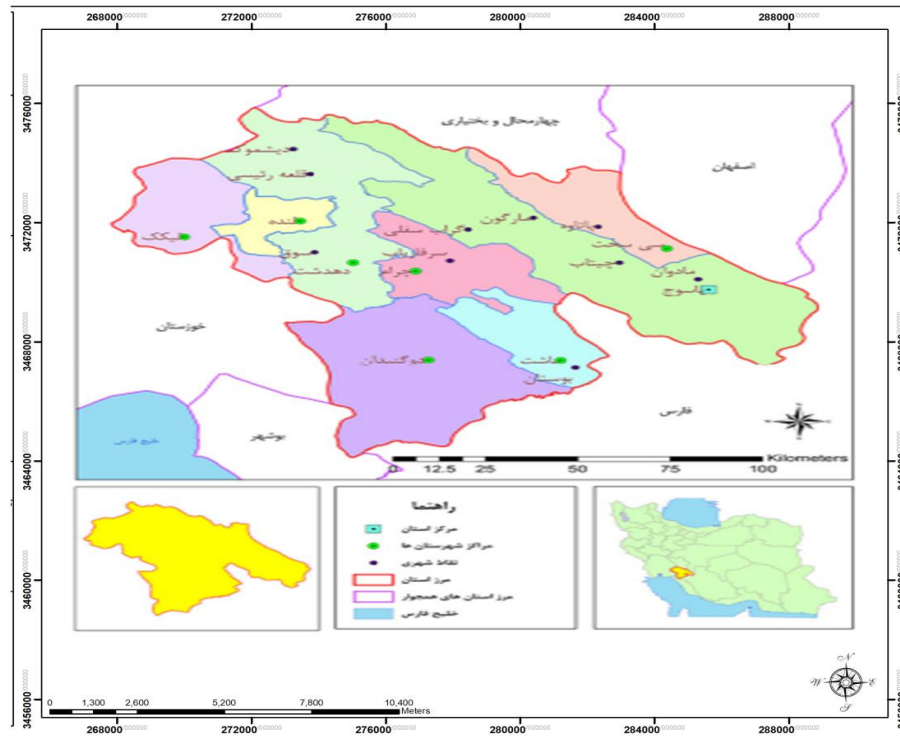
³ Wang

⁴ Sörensson

⁵ Guta et al

⁶ kroesen & Darson

مسائلی است که کارآفرینی اقتصادی روستاهای مقصد گردشگری را در استان با مشکلات و چالش‌هایی مواجه کرده است.



شکل ۲- نقشه تقسیمات سیاسی استان کهگیلویه و بویراحمد

منبع: نگارندگان، ۱۴۰۳

روش شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر روش تحقیق در زمره تحقیقات توصیفی-تحلیلی به شمار می‌رود. چون داده‌های مورد نظر از طریق نمونه‌گیری از جامعه، برای تحلیل توزیع ویژگی‌های جامعه آماری انجام می‌شود این تحقیق از شاخه پیمایشی است. در این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته جهت گردآوری اطلاعات استفاده شد. جامعه آماری در پژوهش حاضر شامل دو گروه (صاحبان کسب و کار یا کارآفرینان، مدیران محلی روستا شامل دهیار و اعضای شورای اسلامی) می‌باشند و با استفاده از روش نمونه‌گیری تمام نگر همه اهالی کسب و کار و دهیاران روستاهای مورد مطالعه و به طور تصادفی دو یا سه نفر از اعضای شورای اسلامی جهت تعیین حجم نمونه انتخاب خواهد شد.

همچنین به منظور گردآوری اطلاعات از شیوه کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در این مرحله با استفاده از مطالعه کتب، مقالات، رساله‌ها، پایگاه‌های اطلاعاتی و ... مفاهیم مورد نیاز استخراج شد. در روش کتابخانه‌ای از ابزار فیش برداری از کتب، مقالات، اسناد و مدارک معتبر و مستند استفاده خواهد شد. در مرحله دوم به منظور گردآوری داده‌های عددی و آماری از روش میدانی استفاده می‌شود. بدین صورت که با استفاده از ابزار پرسشنامه

محقق ساخته اقدام به گردآوری اطلاعات از جامعه آماری مورد مطالعه شد و پس از نمره‌دهی به پاسخ‌های دریافتی، داده‌ها مورد تحلیل قرار گرفت. روستاهای هدف گردشگری استان کهگیلویه و بویراحمد (مورد مطالعه) شامل روستاهای: امام ضامن، خونگاه، بی بی حکیمه، کمردوغ، چم بلبل، دیل، تنگ سریز و برم الوان می باشند. در این تحقیق برای نیل به شاخص‌های عملیاتی تر و همچنین بومی کردن شاخص‌ها متناسب با وضعیت و شرایط مناطق روستایی ایران شاخص‌های کلیدی مورد قضاوت و ارزیابی گروه متخصصان، خبرگان و کارشناسان مرتبط با کارآفرینی و گردشگری قرار گرفت. در این مرحله با توجه به معیارهای عملیاتی کردن شاخص‌ها که متخصصان ارایه کرده‌اند برای هر معیار امتیازی بین (۱ تا ۳) در نظر گرفته شد (که در اینجا امتیاز ۱ به معنای اهمیت و تاثیر کم، امتیاز ۲ به معنای اهمیت و تاثیر متوسط و امتیاز ۳ به معنای اهمیت و تاثیر زیاد آن شاخص از لحاظ معیار انتخابی مربوط می باشد و با توجه به ضرایب هر کدام از شاخص‌ها و مجموعه نمرات آن‌ها و نیز میانگین و انحراف معیار محاسبه شده برای ارزیابی محاسبه شد. برای ارزیابی موضوع مورد مطالعه از ۴ عامل اصلی شامل عامل اقتصادی (شامل مؤلفه‌های اشتغال، سرمایه گذاری)، عامل نهادی شامل (شامل مؤلفه‌های سیاست‌های حمایتی و ترتیبات قانونی)، عامل اجتماعی (شامل مؤلفه‌های مشارکت، ویژگی‌های فردی، امنیت) و عامل اکولوژیکی (شامل مؤلفه‌های مطلوبیت، منظر) و در راستای این عوامل و مؤلفه‌های از بیش از ۶۰ شاخص استفاده شد که در این قسمت به دلیل طولانی شدن حجم مقاله از ذکر آنها خودداری شد.

در آمار استنباطی پژوهشگر با استفاده مقادیر نمونه، آماره‌ها را محاسبه کرده و سپس با کمک تخمین و یا آزمون فرض آماری، آماره‌ها را به پارامترهای جامعه تعمیم می‌دهد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار استنباطی استفاده می‌شود. در این پژوهش جهت تجزیه و تحلیل فوق از نرم افزار SPSS24 استفاده خواهد شد.

جدول ۱- محاسبه ضریب آلفای کرونباخ پرسش‌نامه‌های طراحی شده

نوع پرسش‌نامه	پرسش‌نامه مدیران محلی	پرسش‌نامه کارآفرینان	پرسش‌نامه گردشگران
ضریب آلفای کرونباخ	۰/۹۲۸	۰/۸۴۳	۰/۷۴۳

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد ضریب آلفای کرونباخ برای هر یک از پرسش‌نامه‌های طراحی شده بالای ۰/۷ می‌باشد که این مساله نشان دهنده پایایی بالای سوالات پرسش‌نامه و همبستگی درونی برای سوالات برای سنجش متغیرهای پژوهش می‌باشد.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

براساس یافته‌ها، از مجموع ۱۱ نفر از دهیاران روستاهای مورد مطالعه، ۱۰۰ درصد مرد بوده‌اند. به عبارت دیگر هیچ زن دهیاری در میان دهیاران در روستاهای مورد مطالعه وجود نداشته است. بررسی ویژگی سنی دهیاران مورد مطالعه نشان می‌دهد میانه سنی آنها ۴۵-۴۱ است. میانگین تحصیلات دهیاران در سطح فوق دیپلم هست و از

مجموعه دهیاران روستاهای مورد مطالعه، دامنه میانگین سابقه خدمت دهیاران ۱۱-۱۵ سال است. از مجموع اعضای شورای اسلامی در روستاهای مورد مطالعه درصد ۹۷/۱۱ مرد و ۲/۹ درصد را زنان تشکیل می دهند. بررسی ویژگی سنی اعضای شورا در روستاهای مورد مطالعه نشان می دهد که بیشترین گروه سنی مربوط به گروه سنی ۴۱-۴۵ می باشد. بیشترین سطح تحصیلات با ۹۱/۲ درصد مربوط به دارندگان مدرک تحصیلی دیپلم تا لیسانس می باشد. همچنین از مجموع اعضای شورای اسلامی روستاهای مورد مطالعه، ۵۳/۳ درصد دارای سابقه زیر ۵ سال خدمت می باشند.

از مجموع کارآفرینان در روستاهای مورد مطالعه ۶۴/۵ درصد را مرد و ۳۵/۵ درصد را زنان تشکیل می دهند. ۵۹/۱ درصد بین گروه سنی ۲۰-۴۰ سال و ۴۰/۹ درصد را بین گروه سنی ۴۰-۶۰ سال می باشند. بیشترین سطح تحصیلات مربوط به مدرک تحصیلی زیردیپلم و دیپلم تا لیسانس با ۴۳/۶ درصد، همچنین ۷۴/۵ درصد دارای سابقه زیر ۵ سال در عرصه کسب کار می باشند.

از مجموع گردشگران نمونه در روستاهای مورد مطالعه ۸۱/۸ درصد را مرد و ۱۸/۲ درصد را زنان تشکیل می دهند. بیشترین گروه در رده سنی ۴۱-۶۰ سال و با ۶۴/۲ درصد می باشد. ۵۲/۲ درصد از پاسخگویان دارای مدرک تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر هستند. از مجموع گردشگران نمونه در روستاهای مورد مطالعه بیشترین درصد آنها را کارمندان دولتی (۶۷/۳) و کمترین آنها بازنشسته ها با ۹/۷ درصد بوده است.

یافته های استنباطی

ابتدا به منظور مشخص کردن سهم عوامل مؤثر بر الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای کهکیلویه و بویر احمد از آزمون آنالیز واریانس برای مشخص کردن وجود تفاوت ها بین عوامل مؤثر و سپس آزمون Tukey برای مشخص کردن میزان تأثیر هر یک از عوامل استفاده شده است.

بر اساس نتایج حاصل از آزمون آنالیز واریانس (ANOVA) برای تعیین تفاوت معناداری بین ابعاد مؤثر در برنامه ریزی کارآفرینی توسعه اقتصادی، از دیدگاه دو گروه دهیاران و اعضای شورای اسلامی (مدیران محلی) و صاحبان کسب و کار بیانگر این مطلب است که با توجه به مقادیر p.value یا سطح معناداری (Sig) با اطمینان ۹۵٪ و در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵ نتایج به دست آمده در هر سه گروه معنی دار بوده است، به سخن دیگر از دیدگاه هر دو گروه پاسخ دهنده بین عوامل اجتماعی، نهادی و زیست محیطی (بیولوژیکی) تفاوت وجود داشته و این عوامل در الگوی تحقیق یعنی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی نقش دارند (جدول ۲).

جدول ۲- نتایج آزمون تحلیل واریانس (ANOVA) برای تعیین تفاوت معناداری بین عوامل مؤثر در برنامه ریزی کارآفرینی

اقتصادی از دیدگاه مدیران محلی روستا و صاحبان کسب و کار

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
۰/۰۰۴	۳/۵۰۰	۰/۴۷۲	۱۶	۷/۵۵۹	بین گروهی
		۰/۱۳۵	۱۷	۲/۲۹۵	درون گروهی

سطح معناداری	F	میانگین مجذورات	درجه آزادی	مجموع مجذورات	
			۳۳	۹/۸۵۴	مجموع
۰/۰۰۰	۶/۳۵۱	۰/۴۲۹	۱۶	۶/۸۶۲	بین گروهی
			۹۲	۶/۲۱۳	درون گروهی
			۱۰۸	۱۳/۰۷۴	مجموع

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

از دیدگاه هر دو گروه دهیاران و اعضای شورا و همچنین صاحبان کسب و کار ابعاد و عوامل اجتماعی، نهادی و زیست محیطی تفاوت وجود داشته و هر یک از این عوامل اثرگذاری متفاوتی را بر روی شکل‌گیری و برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی دارند. همچنین در درون گروه‌ها نیز پاسخ نمونه‌ها با یکدیگر درباره تاثیرگذاری هر یک از عوامل یادشده در برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی تفاوت وجود دارد.

تعیین تفاوت و سهم عوامل مؤثر در برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی

از دیدگاه صاحبان کسب و کار در مقایسه زوجی عوامل مؤثر بر برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی بین عامل اجتماعی، نهادی و زیست محیطی تفاوت معناداری وجود داشته است. به سخن دیگر از نگاه صاحبان کسب و کار، عوامل اجتماعی و نهادی و زیست محیطی در راستای یکدیگر نبوده و کاملاً از یکدیگر متفاوت هستند. از سویی دیگر، دیدگاه دهیاران و اعضای شورای اسلامی روستا در مقایسه زوجی عوامل اجتماعی، زیست محیطی و نهادی بیانگر این است که هر یک از عوامل در جایگاه خود تاثیرگذاری متفاوتی را بر روی توسعه کارآفرینی گردشگری در روستاهای مورد مطالعه دارند (جدول ۳ و ۴).

جدول ۳- نتایج تفاوت بین عوامل نهادی، اجتماعی و زیست محیطی در برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی از دیدگاه صاحبان کسب و کار

عامل (I)	عامل (J)	میانگین تفاوت دو عامل (I-J)	خطای استاندارد	سطح معناداری	فاصله اطمینان ۹۵٪	
					Lower Bound	UPPER BOUND
اجتماعی	نهادی	۳/۳۹۹	۰/۹۳۹۶	۰/۰۰۰	۳/۲۸۶۲	۳/۵۰۳۵
نهادی	زیست محیطی	۳/۷۳۵۶	۰/۰۶۶۹۱	۰۰	۳/۵۲۱۰	۳/۷۸۶۳
	اجتماعی	۳/۷۰۰۰	۰/۰۵۵۲۹	۰۰	۳/۵۹۰۴	۳/۸۰۹۶
	زیست محیطی	۳/۶۵۳۷	۰/۰۶۶۹۱	۰	۳/۵۲۱۰	۳/۷۸۶۳
زیست محیطی	نهادی	۳/۴۰۵۶	۰/۰۶۶۴۷	۰	۳/۹۲۸۶	۳/۹۲۸۶
	اجتماعی	۳/۷۰۸۳	۰/۰۵۵۱۷	۰	۳/۵۹۹۰	۳/۸۱۷۷

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

جدول ۴- نتایج تفاوت بین عوامل نهادی، اجتماعی و زیست محیطی در برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی از دیدگاه مدیران روستا

عامل (I)	عامل (J)	میانگین تفاوت دو عامل (I-J)	خطای استاندارد	سطح معناداری	فاصله اطمینان ۰/۰۹۵	
					Lower Bound	UPPER BOUND
اجتماعی	نهادی	۲/۹۷۲۷	۰/۱۱۹۶۱	۰/۰۱	۱/۸۹۹۱	۵/۵۲۹۵
	زیست محیطی	۴/۱۱۱۱	۰/۱۶۳۲۵	۰/۰	۳/۷۷۹۰	۴/۴۴۳۲
نهادی	اجتماعی	۳/۵۰۰۰	۰/۱۱۳۲۸	۰/۰۰۲	۰/۲۶۹۵	۳/۷۳۰۵
	زیست محیطی	۰/۹۵۱۸۹	۰/۱۶۳۲۵	۰	۳/۷۷۹۰	۴/۴۴۳۲
زیست محیطی	نهادی	۲/۹۷۲۷	۰/۱۱۹۶۱	۰	۲/۴۹۴۳	۵/۶۴۸۵
	اجتماعی	۳/۵۰۰۰	۰/۱۱۳۲۸	۰	۳/۲۶۹۵	۳/۷۳۰۵

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

براساس نتایج به دست آمده از گروه صاحبان کسب و کار، برای مشخص کردن میزان تفاوت ها در تاثیرگذاری هر یک از عوامل در توسعه و برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری، سه گروه همگن شکل گرفته است. در گروه اول عامل اجتماعی با میانگین ۳/۵۶ از نظر صاحبان کسب و کار بیشترین سهم را در الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری داشته، در گروه دوم عامل نهادی با میانگین ۳/۴۰ و در گروه سوم عامل زیست محیطی با میانگین ۳/۲۷ به ترتیب اثرگذار بوده‌اند. با در نظر گرفتن سهم میانگین مورد مطالعه عامل اجتماعی و پس از آن عامل نهادی از سهم بالاتری در الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی در مقاصد گردشگری برخوردار بوده است (جدول ۵).

جدول ۵- میزان و سهم تفاوت ها میان عوامل موثر در برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی از دیدگاه صاحبان کسب و کار

(کارآفرینان)

عوامل تاثیرگذار	تعداد	Subest for alpha=0.05		
		گروه همگن اول	گروه همگن دوم	گروه همگن سوم
اجتماعی	۱۱۰	۳/۵۶۲۵		
نهادی	۱۱۰		۳/۴۰۲۴	
زیست محیطی	۱۱۰			۳/۲۷۵۰
سطح معناداری		۰/۰۴	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

بر اساس نتایج به دست آمده از گروه مدیران محلی روستا، در گروه اول عامل اجتماعی با میانگین ۳/۹۱ از نظر صاحبان کسب و کار بیشترین سهم را در الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری داشته، در گروه دوم عامل نهادی با میانگین ۳/۲۵ و در گروه سوم عامل زیست محیطی با میانگین ۳/۱۴ به ترتیب اثرگذار بوده‌اند. با در نظر گرفتن سهم میانگین مورد مطالعه عامل اجتماعی و پس از آن عامل نهادی از سهم بالاتری در الگوی برنامه

ریزی کارآفرینی اقتصادی در مقاصد گردشگری از نگاه دهیاران و اعضای شورای اسلامی روستا برخوردار بوده است (جدول ۶).

جدول ۶- میزان و سهم تفاوت ها میان عوامل موثر در برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی از دیدگاه مدیران محلی روستا

عوامل تاثیرگذار	تعداد	Subest for alpha=.05		
		گروه همگن اول	گروه همگن دوم	گروه همگن سوم
اجتماعی	۳۴	۳/۹۱۶۷		
نهادی	۳۴		۳/۲۵۰۰	
زیست محیطی	۳۴			۳/۱۴۲۲
سطح معناداری		۰/۲۶۱	۱	۱

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

بنابراین می‌توان گفت که عوامل مؤثر در کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد نهادی، اجتماعی و اکولوژیکی است و سهم عوامل اجتماعی و نهادی بیش از سایر عوامل است. لذا در توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی استان در کنار ویژگی‌های اجتماعی و فردی همچون روحیه و اندیشه کارآفرینانه و دانش و میزان مشارکت مردمی عامل نهادی نیز تاثیرگذار و حائز اهمیت است. در این چارچوب در بخش نهادی سیاست های حمایتی در توسعه فضای کسب و کار و گردشگری و در نتیجه بهبود شرایط کارآفرینی مورد توجه بوده است. از جمله این سیاست ها می توان به سیاست های بلند مدت و پایدار دولتی در حوزه مالی، بانکی، پولی، سرمایه گذاری، مبارزه با فساد و... اشاره کرد. در صورتی که در سطوح ملی و در حوزه مدیریت محلی برای روستاهای مورد مطالعه تحقیق در حوزه این سیاست ها ناکارآمدی وجود داشته باشد، این موضوع منجر به شکست گردشگری و به بن بست رسیدن کارآفرینی اقتصادی خواهد شد. همچنین اهمیت ترتیبات قانونی در این تحقیق این نکته اساسی را به ما گوشزد خواهد کرد که با وجود آنکه عوامل ساختاری و مدیریتی بیشترین نقش را در نارسایی قوانین گردشگری دارند، اما همواره باید بر اهمیت حاکمیت قانون، قوانین مالیاتی در حوزه گردشگری، سیستم نظارت و داوری، مقررات بازار کار در حوزه گردشگری تاکید ویژه ای داشت.

– الگوی مناسب برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد چه نوع الگویی است؟

در پاسخ به سوال دوم که به الگوی مناسب می پردازد متغیرهای عوامل نهادی، اجتماعی و زیست محیطی مطرح هستند و از تعامل آنها الگوی مناسب مشارکتی و شبکه ای شکل می گیرد.

دیدگاه صاحبان کسب و کار

در گروه صاحبان کسب و کار، نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون نشان می دهد که بین عامل نهادی و توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار و میزان همبستگی بین عامل نهادی و توسعه کارآفرینی اقتصادی بر اساس آزمون پیرسون ۰/۶۰۸ می باشد که حاکی از همبستگی مثبت و بالا بین این دو عامل می باشد.

بین عامل اجتماعی و توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار و میزان همبستگی بین عامل نهادی و توسعه کارآفرینی اقتصادی بر اساس آزمون پیرسون ۰/۷۷۱ می باشد که حاکی از همبستگی مثبت و بالا بین این دو عامل می باشد.

همچنین بین عامل بیولوژیکی و توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار و میزان همبستگی بین عامل نهادی و توسعه کارآفرینی اقتصادی بر اساس آزمون پیرسون ۰/۶۰۳ می باشد که حاکی از همبستگی مثبت و تقریباً بالا بین این دو عامل می باشد.

جدول ۷- همبستگی بین عامل نهادی، اجتماعی و زیست محیطی با کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری از دیدگاه صاحبان کسب و کار

-		نهادی	کارآفرینی گردشگری اقتصادی
نهادی	Perarson Correlatiom	۱	۰/۶۰۸**
	Sig	۱۱۰	۰/۰۰۰
	N	۱۱۰	۱۱۰
کارآفرینی گردشگری اقتصادی	Perarson Correlatiom	۰/۶۰۸**	۱
	Sig	۰/۰۰۰	۱۱۰
	N	۱۱۰	۱۱۰
-		اجتماعی	کارآفرینی گردشگری اقتصادی
اجتماعی	Perarson Correlatiom	۱	۰/۷۷۱**
	Sig	۱۱۰	۰/۰۰۰
	N	۱۱۰	۱۱۰
کارآفرینی گردشگری اقتصادی	Perarson Correlatiom	۰/۷۷۱**	۱
	Sig	۰/۰۰۰	۱۱۰
	N	۱۱۰	۱۱۰
		بیولوژیکی	کارآفرینی گردشگری اقتصادی
بیولوژیکی	Perarson Correlatiom	۱	۰/۶۰۳**
	Sig	۱۱۰	۰/۰۰۰
	N	۱۱۰	۱۱۰
کارآفرینی گردشگری اقتصادی	Perarson Correlatiom	۰/۶۰۳**	۱
	Sig	۰/۰۰۰	۱۱۰
	N	۱۱۰	۱۱۰

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

دیدگاه دهیاران و اعضای شورا (مدیران محلی)

در گروه مدیران، نتایج به دست آمده از آزمون همبستگی پیرسون نشان می دهد که بین عامل اجتماعی و توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار و میزان همبستگی بین عامل اجتماعی و توسعه کارآفرینی اقتصادی بر اساس آزمون پیرسون ۰/۸۳۹ می باشد که حاکی از همبستگی مثبت و بالا بین این دو عامل می باشد.

از آزمون همبستگی پیرسون نشان می دهد که بین عامل نهادی و توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار و میزان همبستگی بین عامل نهادی و توسعه کارآفرینی اقتصادی بر اساس آزمون پیرسون ۰/۸۵۵ می باشد که حاکی از همبستگی مثبت و بالا بین این دو عامل می باشد. همچنین نشان می دهد که بین عامل زیست محیطی و توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری در سطح آلفا ۰/۰۱ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه معنادار و میزان همبستگی بین عامل زیست محیطی و توسعه کارآفرینی اقتصادی بر اساس آزمون پیرسون ۰/۷۵۴ می باشد که حاکی از همبستگی مثبت و بالا بین این دو عامل می باشد.

جدول ۸- همبستگی بین عامل نهادی، اجتماعی و زیست محیطی با کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری از دیدگاه مدیران محلی

-		نهادی	کارآفرینی گردشگری اقتصادی
نهادی	Perarson Correlatiom	۱	.۸۵۵**
	Sig	۳۴	۰/۰۰۰
	N		۳۴
کارآفرینی گردشگری اقتصادی	Perarson Correlatiom	۰/۶۰۸**	۱
	Sig	۰/۰۰۰	
	N	۱۱۰	۱۱۰
-		اجتماعی	کارآفرینی گردشگری اقتصادی
اجتماعی	Perarson Correlatiom	۱	.۸۳۹**
	Sig		۰/۰۰۰
	N	۳۴	۳۴
کارآفرینی گردشگری اقتصادی	Perarson Correlatiom	۰/۷۷۱**	۱
	Sig	۰/۰۰۰	
	N	۱۱۰	۱۱۰
		بیولوژیکی	کارآفرینی گردشگری اقتصادی
بیولوژیکی	Perarson Correlatiom	۱	۰/۷۵۴**
	Sig	۳۴	۰/۰۰۰

کارآفرینی گردشگری اقتصادی		نهادی	-
۳۴	N		
۱	Perarson Correlatiom	۰/۷۵۴**	کارآفرینی گردشگری اقتصادی
	Sig	۰/۰۰۰	
۳۴	N	۳۴	

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

در مرحله دیگر از سوال دوم، راه حل مناسب به کارگیری آزمون تحلیل مسیر است تا با بهره‌گیری از الگوی نظری و چیدمان مورد نظر از متغیرها، با در نظر گرفتن نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی و با لحاظ نمودن اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها در چارچوب این آزمون، در راستای رسیدن به الگوی مناسب پژوهش قدم محکم تری برداشته شود، نتایج حاصل از این آزمون با حضور متغیرهای معنی دار در تحلیل رگرسیون انجام شده است.

در ابتدای کار متغیرهای قوانین، مشارکت، اعتماد، امنیت، سیاست‌های حمایتی، ویژگی‌های فردی، دانش، اعتماد و سرمایه ترکیب شدند و به عنوان متغیر وابسته در مقابل متغیرهای مستقل پژوهش مورد آزمون قرار گرفتند.

پس از اجرای آزمون در نرم افزار spss برای تفسیر نتایج جدول زیر از ضرایب رگرسیون استاندارد شده یعنی بتا (Beta) استفاده می‌کنیم. بدین صورت که، به عنوان مثال قوانین با بتای ۰/۵۱۱ بیشترین میزان تأثیر را بر متغیر الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی دارد. بر اساس این نتیجه یک انحراف استاندارد در متغیر میزان قوانین، میزان الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی را به میزان ۰/۵۱۱ انحراف استاندارد افزایش می‌دهد بر عکس کاهش یک انحراف استاندارد در متغیر تصمیم‌گیری موجب کاهش ۰/۵۱۱ انحراف استاندارد در متغیر الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی می‌شود. در خصوص تأثیر سایر متغیرها نیز می‌توانیم به همین نحو قضاوت کنیم. همچنین همان طور که جدول ۹ نشان می‌دهد همه متغیرها بدون متغیر سرمایه دارای تأثیر معنی داری بر متغیر الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی هستند.

جدول ۹- ارزیابی تأثیر متغیرهای تحقیق بر متغیر الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی

مدل	ضرایب استاندارد نشده		مقدار t	سطح معنی داری
	B	خطای استاندارد		
عدد ثابت	۰/۰۰۵	۰/۰۱۸	۰/۲۹۱	۰/۷۲۲
قوانین	۰/۰۹۹	۰/۰۰۱	۱۱۸/۷۵۷	۰/۰۰۰
مشارکت	۰/۲۲۵	۰/۰۰۲	۴/۷۳۵	۰/۰۰۰
اعتماد	۰/۱۰۸	۰/۰۰۳	۳۳/۸۰۸	۰/۰۰۰
امنیت	۰/۰۶۲	۰/۰۰۴	۱۷/۰۱۶	۰/۰۰۰
ویژگی‌های فردی	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۴	-۰/۱۶۷	۰/۸۶۸
سیاست‌های حمایتی	۰/۳۸۱	۰/۰۰۴	۸۸/۴۷۱	۰/۰۰۰

سطح معنی داری	مقدار t	ضرایب استاندارد نشده		مدل	
		ضرایب استاندارد شده	خطای استاندارد		
		(بتا) β	B		
۰/۰۰۰	۳۱/۶۹۰	۰/۱۸۶	۰/۰۰۴	۰/۱۲۲	دانش
۰/۰۵۲	۱/۹۶۵	۰/۰۰۸	۰/۰۰۳	۰/۰۰۶	اشتغال
۰/۶۱۱	-۰/۵۱۰	-۰/۰۰۲	۰/۰۰۲	-۰/۰۰۱	سرمایه

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

در مرحله بعد فرض شده است که متغیر سیاست‌های حمایتی بیشترین تاثیر را بر متغیر الگوی برنامه‌ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی دارد. به همین خاطر در این مرحله متغیر سیاست‌های حمایتی را به عنوان متغیر وابسته در نرم افزار spss وارد معادله رگرسیون کرده و تاثیر سایر متغیرهای مستقل را بر آن آزمون می‌کنیم. جدول ۹ نشان می‌دهد که متغیرهای دانش کارآفرینی و اعتماد دارای تاثیر معنی داری بر متغیر سیاست‌های حمایتی می‌باشد و سایر متغیرهای مستقل دارای تاثیر معنی داری بر آن نمی‌باشند.

جدول ۱۰- نتایج آزمون رگرسیون (تاثیر متغیرها بر سیاست‌های حمایتی)

سطح معنی داری	مقدار t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		(بتا) β	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۷/۵۴۳		-۰/۳۳۹	۲/۵۵۶	عدد ثابت
۰/۲۰۴	-۱/۲۷۷	-۰/۱۱۸	۰/۰۱۹	-۰/۰۲۴	قوانین
۰/۱۶۵	-۱/۳۹۸	-۰/۱۱۵	-۰/۰۴۳	-۰/۰۶۱	مشارکت
۰/۰۰۰	۳/۸۳۷	-۰/۳۲۸	-۰/۰۶۹	-۰/۲۶۵	اعتماد
۰/۲۷۵	-۱/۰۹۶	-۰/۱۴۹	-۰/۰۸۴	-۰/۰۹۲	امنیت
۰/۰۳۶	-۲/۱۲۱	-۰/۲۹۷	-۰/۰۸۸	۰/۱۸۷	ویژگی های فردی
۰/۰۰	۷/۱۴۹	۰/۷۵۶	۰/۰۷۳	۰/۵۱۹	دانش کارآفرینی
۰/۱۲۸	-۱/۵۳۳	-۰/۱۳۳	۰/۰۷۰	-۰/۱۰۸	اشتغال
۰/۰۰۵	-۲/۸۷۴	-۰/۲۶۵	۰/۰۳۷	-۰/۱۰۷	سرمایه

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

در مرحله بعد فرض بر این است که متغیر سرمایه، بعد از متغیر سیاست‌های حمایتی بیشترین میزان تاثیر را بر متغیر الگوی برنامه‌ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی در روستاهای مورد مطالعه دارد، به همین منظور در این مرحله از تحلیل مسیر، با استفاده از دستور تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره، متغیر سرمایه را به عنوان متغیر وابسته قرار داده و تاثیر سایر متغیرهای مستقل را بر آن در نرم افزار spss آزمون می‌کنیم.

در نتیجه جدول زیر در خصوص ضرایب تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میانی سرمایه نشان می‌دهد که به ترتیب سه متغیر قوانین و مشارکت و ویژگی‌های فردی با ضریب بتای ۰/۰۵۴- و ۰/۰۳۸- و ۰/۰۸۴۵- دارای تاثیر معنی داری بر متغیر سرمایه می‌باشند.

جدول ۱۱- نتایج تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میانی سرمایه گذاری

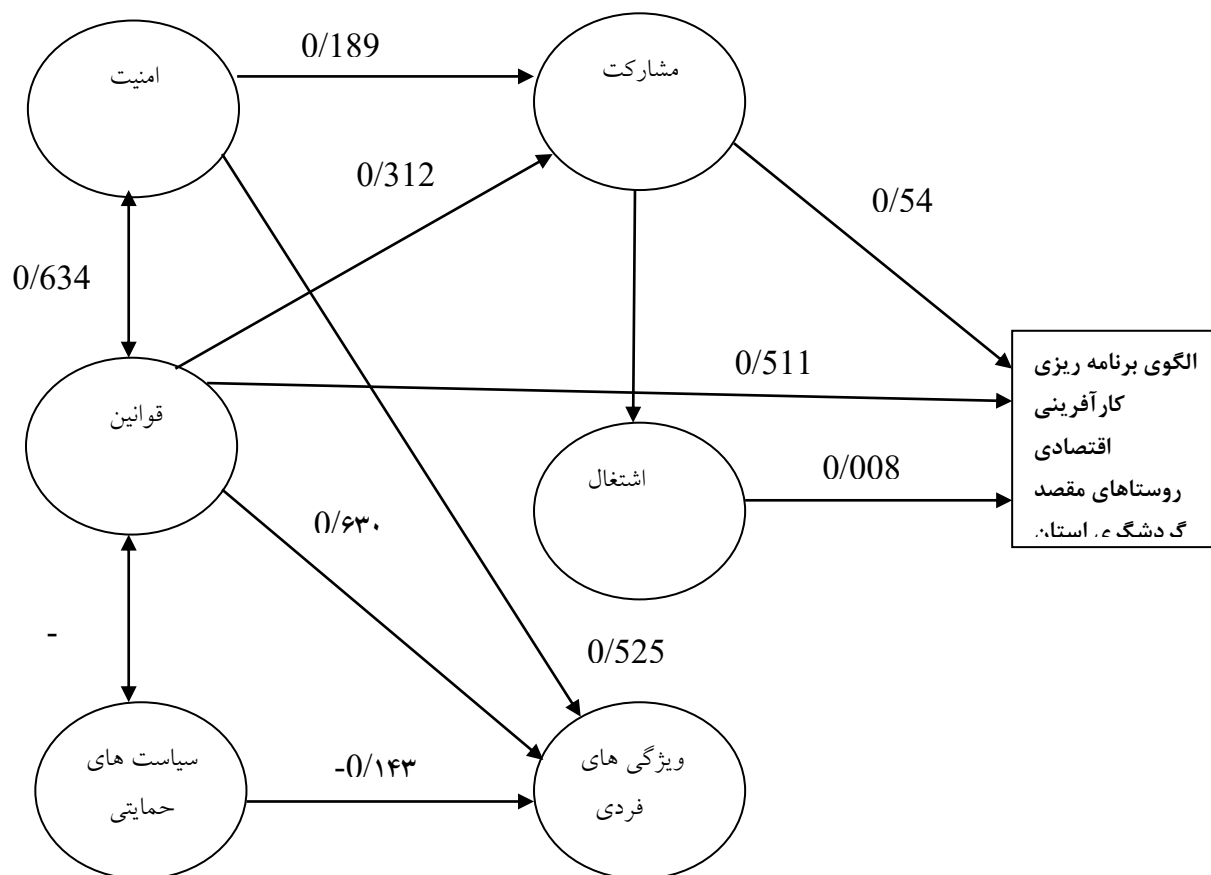
سطح معنی داری	مقدار t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		(بتا) β	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۰/۹۲۲		۰/۹۸۰	-۴/۸۲۵	عدد ثابت
۰/۵۸۱	۰/۵۵۴	-۰/۰۵۴	۰/۰۴۹	-۰/۰۲۷	قوانین
۰/۶۵۹	-۰/۴۴۲	-۰/۰۳۸	۰/۱۱۳	-۰/۰۵۰	مشارکت
۰/۰۶۹	۱/۸۳۷	۰/۱۷۲	۰/۱۸۷	۰/۳۴۴	اعتماد
۰/۰۰۰	۳/۸۰۹	۰/۵۰۴	۰/۲۰۳	۰/۷۷۵	امنیت
۰/۰۰۰	-۶/۸۹۵	-۰/۸۴۵	۰/۱۹۱	-۱/۳۱۶	ویژگی های فردی
۰/۰۰۰	۴/۴۵۰	۰/۱۹۶	۰/۰۲۵	۰/۱۱۰	سیاست های حمایتی
۰/۶۸۱	۰/۴۱۲	۰/۰۵۵	۰/۲۲۹	۰/۰۹۴	دانش
۰/۰۸۱	۱/۷۶۵	۰/۱۵۸	۰/۱۸۰	۰/۳۱۸	اشتغال
۰/۰۴۶	۱/۷۲۵	۰/۰۸۷	۰/۰۳۳	۰/۰۵۸	سرمایه

منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۳

در مرحله آخر فرض بر این است که متغیر ویژگی های فردی کارآفرینان، بعد از متغیر سرمایه بیشترین میزان تاثیر را بر متغیر الگوی برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی در روستاهای مورد مطالعه دارد، به همین منظور در این مرحله از تحلیل مسیر، با استفاده از دستور تحلیل رگرسیون خطی چند متغیره، متغیر ویژگی های فردی کارآفرینان را به عنوان متغیر وابسته قرار داده و تاثیر سایر متغیرهای مستقل را بر آن در نرم افزار spss آزمون می کنیم. در نتیجه جدول زیر در خصوص ضرایب تاثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته میانی ویژگی های فردی کارآفرینان نشان می دهد که همه متغیرها به غیر از متغیر سیاست های حمایتی دارای اثر معنی داری بر متغیر ویژگی های فردی می باشند.

جدول ۱۲- نتایج تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر ویژگی های فردی

سطح معنی داری	مقدار t	ضرایب استاندارد شده	ضرایب استاندارد نشده		مدل
		(بتا) β	خطای استاندارد	B	
۰/۰۶۹	۱/۸۴۱		۰/۴۶۱	۰/۸۴۹	عدد ثابت
۰/۳۳۲	۰/۹۷۵	۰/۰۶۳	۰/۰۲۱	۰/۰۲۰	قوانین
۰/۰۰۰	۱/۴۲۴	۰/۰۸۱	۰/۰۴۸	۰/۰۶۸	مشارکت
۰/۰۸۶	۱/۷۳۲	۰/۱۰۹	۰/۰۸۱	۰/۱۴۰	اعتماد
۰/۰۰۰	۶/۶۴۳	۰/۵۲۵	۰/۰۷۸	۰/۵۱۸	امنیت
۰/۰۳۶	-۲/۱۲۱	-۰/۱۴۳	۰/۱۰۸	-۰/۲۲۹	سیاست های حمایتی
۰/۰۲۱	۲/۳۴۹	۰/۲۰۶	۰/۰۹۶	۰/۲۲۶	دانش
۰/۰۰۴	۲/۹۳۳	۰/۱۷۱	۰/۰۷۶	۰/۲۲۲	اشتغال
۰/۰۴۶	۱/۷۲۵	۰/۰۸۷	۰/۰۳۳	۰/۰۵۸	سرمایه



شکل ۳- مدل تحلیل مسیر الگوی مناسب کارآفرینی اقتصادی

در جمع بندی می توان گفت در مجموع با توجه به رویکردهای نظری، روابط، ضرایب و سهم عوامل و متغیرها و مدل تحلیل مسیر فوق الگوی مناسب کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد الگویی مشارکتی و شبکه ای است.

نتیجه گیری

امروزه کارآفرینی اقتصادی بر مبنای گردشگری به عنوان یکی از راهکاری موثر برای کاهش بیکاری و افزایش اشتغال پایدار مورد توجه قرار گرفته است و دولت های مختلف با استفاده از سازوکارهای مختلف تلاش نموده اند فرایندهایی را به کار گیرند تا کارآفرینی را توسعه دهند. زیرا توسعه کارآفرینی می تواند در رفع مشکلات فوق نقش اساسی ایفا کند و به عنوان راهبردی مناسب برای توسعه روستایی از طریق افزایش مشارکت های مردمی و فعال سازی سرمایه های اجتماعی و به کارگیری منابع انسانی، موانع موجود در این زمینه را حل کند.

در تبیین توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد سه عامل نهادی و اجتماعی و بیولوژیکی اثرگذار هستند که در این میان سهم عوامل اجتماعی و نهادی بیشتر است و همچنین به دنبال شناسایی مهم ترین عامل تاثیرگذار در توسعه و برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی در مقاصد گردشگری مورد نظر در دو سطح مدیران محلی و صاحبان کسب و کار از طریق آزمون آنالیز واریانس برای مشخص کردن وجود تفاوت بین سه عامل و آزمون توکی برای مشخص کردن میزان تاثیرگذاری هر یک از عوامل استفاده شده است. نتایج تحلیل ها نشان داد که از دیدگاه مدیران روستا و صاحبان کسب و کار هر سه عامل نهادی، اجتماعی و بیولوژیکی در توسعه کارآفرینی اقتصادی موثر هستند. در زمینه میزان اثرگذاری هر یک از عوامل در تبیین توسعه کارآفرینی اقتصادی، نتایج آزمون توکی نشان داد که از دیدگاه مدیران و صاحبان کسب و کار، سهم عوامل اجتماعی و نهادی بیش از سایر عوامل است. لذا در توسعه کارآفرینی اقتصادی مقاصد گردشگری روستایی استان در کنار ویژگی های اجتماعی و فردی همچون روحیه و اندیشه کارآفرینانه و دانش و میزان مشارکت مردمی عامل نهادی نیز تاثیرگذار و حائز اهمیت است.

به منظور بدست آوردن الگوی مناسب برنامه ریزی کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد از آزمون تحلیل مسیر استفاده شد، تا با بهره گیری از الگوی نظری و چیدمان مورد نظر از متغیرها، با در نظر گرفتن نتایج حاصل از تحلیل رگرسیونی و با لحاظ نمودن اثرات مستقیم و غیر مستقیم متغیرها در چارچوب این آزمون، در راستای رسیدن به الگوی مناسب پژوهش قدم محکم تری برداشته شود، نتایج حاصل از این آزمون با حضور متغیرهای معنی دار در تحلیل رگرسیون انجام شده است.

نشان می دهد با توجه به رویکردهای نظری، روابط، ضرایب و سهم عوامل و متغیرها و مدل تحلیل مسیر فوق الگوی مناسب کارآفرینی اقتصادی مقصد گردشگری روستاهای استان کهگیلویه و بویراحمد الگویی مشارکتی و شبکه ای است.

در این چارچوب در بخش نهادی سیاست های حمایتی در توسعه فضای کسب و کار و گردشگری و در نتیجه بهبود شرایط کارآفرینی مورد توجه بوده است. از جمله این سیاست ها می توان به سیاست های بلند مدت و پایدار دولتی در حوزه مالی، بانکی، پولی، سرمایه گذاری، مبارزه با فساد و.. اشاره کرد. در صورتی که در سطوح ملی و در حوزه مدیریت محلی برای روستاهای مورد مطالعه تحقیق در حوزه این سیاست ها ناکارآمدی وجود داشته باشد، این موضوع منجر به شکست گردشگری و به بن بست رسیدن کارآفرینی اقتصادی خواهد شد. همچنین اهمیت ترتیبات قانونی در این تحقیق این نکته اساسی را به ما گوشزد خواهد کرد که با وجود آنکه عوامل ساختاری و مدیریتی بیشترین نقش را در نارسایی قوانین گردشگری دارند، اما همواره باید بر اهمیت حاکمیت قانون، قوانین مالیاتی در حوزه گردشگری، سیستم نظارت و داوری، مقررات بازار کار در حوزه گردشگری تاکید ویژه ای داشت.

لازم به ذکر است که یافته های این تحقیق با نتایج مطالعات عباسی و میردامادی (۱۴۰۱)، شائق و کریمپور (۱۴۰۰)، پورانجنار و همکاران (۱۳۹۵)، انووکوری وادیوکوو (۲۰۲۰)، وانگ و همکاران (۲۰۱۹)، گوتا و همکاران (۲۰۱۷)

همسویی دارد، چرا که آنها نیز در نتایج خود به نحوی به ابعاد اقتصادی، اجتماعی و نهادی کارآفرینی گردشگری پرداخته اند.

منابع

۱. اردلان، سعید، زیاری، کرامت اله، سعیدی رضوانی، نوید، و حبیبی، کیومرث. (۱۴۰۱). «الگوی گردشگری خلاق مبتنی بر رویکرد بازآفرینی فرهنگ محور با تاکید بر ایده شهر خلاق». گردشگری و توسعه، ۱۱(۱)، ۳۵-۵۲.
۲. پورانجنار، گل بهار، سالارزهی، حبیب اله، و تباوار، علی اصغر. (۱۳۹۵). «شناسایی و رتبه بندی راهبردهای توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان گلستان با رویکرد تلفیقی فرایند تحلیل سلسله مراتبی و روش سوات». روستا و توسعه، ۱۹(۲)، ۱۰۷-۱۲۹.
۳. حسینی کهنوج، سیدرضا، سجاسی قیداری، حمدلله، عنابستانی، علی اکبر، و شهدادی، علی. (۱۴۰۰). «شناسایی چالش های اثرگذار بر توسعه اکوسیستم کسب و کارهای گردشگری با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی». برنامه ریزی و آمایش فضا، ۲۵(۴)، ۷۱-۱۱۲.
۴. حیدری مکرر، حمید، و سارانی، افسانه. (۱۳۹۴). «بررسی و تحلیل عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی زنان در مناطق روستایی». همایش ملی عمران و معماری با رویکردی بر توسعه پایدار، ۱-۱۵.
۵. رضائی، روح اله، صفا، لیلا، و رنجبران، پریسا. (۱۳۹۱). «شناخت و واکاوی مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان اصفهان (مطالعه موردی: روستای ایبانه)». فضای جغرافیایی، ۱۵(۴۹)، ۳۷-۵۶.
۶. رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، و سجاسی قیداری، حمدلله. (۱۳۹۳). توسعه روستایی با تاکید بر کارآفرینی. سمت، تهران.
۷. سجاسی، قیداری، حمدلله، افتخاری، رکن الدین، و مهدوی، داوود. (۱۳۹۵). توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری. سمت، تهران.
۸. شاریلی، ریچارد. (۲۰۱۶). گردشگری روستایی. مترجمین رحمت الله منشی زاده و فاطمه نصیری، تهران، کانون اسلامی انصار.
۹. شایق، امیرحسین، و کریمپور، عبدالحسین. (۱۴۰۰). «بررسی عوامل مرتبط با توسعه کارآفرینی در نوآوری گردشگری سلامت روستایی، مورد مطالعه: روستای قلات». نشریه گردشگری و اوقات فراغت، ۶(۱۱)، ۹۹-۹۱.
۱۰. شهیکی تاش، مهیم، ولی نفس، عبدالعزيز، و رئیسی، ابوبکر. (۱۳۹۷). «نقش عوامل کارآفرینی غیرکشاوری در ارتقاء کیفیت زندگی خانوارهای روستایی شهرستان کنارک». فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، ۳(۲۵)، ۲۰۹-۲۲۳.
۱۱. صیدایی، سید اسکندر، و صادقی، حسین. (۱۳۹۳). کارآفرینی و برنامه ریزی توسعه روستایی. اصفهان، نشر دارخوین.
۱۲. عباسی، صوفیا، و میردامادی، سیدمهدی. (۱۴۰۱). «طراحی مدل توسعه کارآفرینی اکوتوریسم روستایی با رویکرد کیفی». فصلنامه جغرافیا و توسعه، ۲۰(۶۶)، ۱۶۰-۱۳۱.
۱۳. عباسی، محمد جواد، سجادی، ژیلا، عبدللهی، علی، و رضویان، محمد تقی. (۱۳۹۹). «تبیین عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در ایران». مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵۳)، ۱-۲۶.

۱۴. فلاح. محبوبه،، ثامنی، علیرضا، و رحمت نیا، علیرضا. (۱۳۹۸). «ارائه راهکارهای توسعه کارآفرینی گردشگری در کویر لوت بر اساس مدل اکوسیستم کارآفرینی آیزنبرگ». اولین کنفرانس بین المللی گردشگری لوت.
۱۵. مطیعی لنگرودی، سیدحسن، رضوانی، محمدرضا، و دهقانی، ندا. (۱۳۹۷). «اثرات ارزیابی محصولات گردو بر ویژگی های کارآفرینانه روستاییان شهرستان جیرفت». فصلنامه اقتصاد فضا و توسعه روستایی، سال هفتم، ۳(۲۵)، ۱-۱۸.
۱۶. مقیمی، سید محمد، و احمدپور داریانی، محمود. (۱۳۸۷). «آموزش کارآفرینی در کسب و کارهای کوچک و متوسط ایران: نیازها و راهکارها». فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، شماره ۱، دوره ۱، صص ۲۰۵-۴۴۵.
۱۷. هاشمی، سید سعید، مطیعی لنگرودی، سیدحسن، قدیری معصوم، مجتبی، رضوانی، محمد رضا، و مقیمی، سید محمد. (۱۳۹۰). «تبیین نقش دهیاری ها و شوراهای اسلامی در توسعه کارآفرینی روستایی مطالعه موردی: بهاباد استان یزد». نشریه پژوهش های روستایی، ۲(۱)، ۹۳-۱۱۴.

18. Agbim, C.K., Oriarewo, O.G., & Owutuamor, Z. (2013). *An Exploratory Study of the Entrepreneurial Leadership Capabilities of Entrepreneurs in Anambra State*. Nigeria, Research Journal of Business Management, 2(9), 68-75.
19. Aggarwal, A. K. (2018). *Rural Entrepreneurship Development Ecosystem-An Emerging Paradigm of Rural Socio-Economic Development*. Project of Rural Entrepreneurship Development in the State of Haryana, India, 1-16.
20. Dahles, H., Khieng, s., Verver, M., & Manders, R. (2019). *Social entrepreneurship and tourism in Cambodia: advancing community engagement*, Journal of Sustainable Tourism. Pp 1-18.
21. De Lange, D., & Dodds, R. (2017). *Increasing sustainable tourism through social entrepreneurship*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 29(7), 1977-2002. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-02-2016-0096>.
22. Guta, G., Vhudzi, G., & Chazovachii, B. (2017). *Sustainability of Rural Entrepreneurship as a Livelihood Strategy in Zaka District*. Zimbabwe. Bangladesh Sociological Society, 14(1): 70.
23. Hall, J.K., Daneke, G.A., & Lenox, M. J. (2010). *Sustainable development and entrepreneurship: Past contributions and future directions*. Journal of Business Venturing, 25(5): 439-448.
24. Harvey, D. (2010). *The Enigma of Capital: and the Crises of Capitalism*. Oxford University Press.
25. Kroesen, O., & Darson, R. (2013). *Capacity building as part of sustainable rural entrepreneurship*. In *Engineering, Technology and Innovation (ICE) and IEEE International Technology Management Conference*, 2013 International Conference on (pp. 1-8). IEEE.
26. Lai, Y., & Vonortas, N. S. (2019). *Regional entrepreneurial ecosystems in China*. *Industrial and Corporate Change*, Vol. 28, No. 4, PP.875-897.
27. Lee, T. H. (2013). *Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development*. Tourism Management, 34, 37-46. doi:10.1016/j.tourman.2012.03.007.
28. Nwankwo, F. O., & Okeke, C. S. (2017). *Rural entrepreneurship and rural development in Nigeria*. Africa's Public Service Delivery and Performance Review, Vol. 5, No. 1. 1-7.
29. Nwokorie, E.C & Adiukwu, K.I (2020), *Hospitality and Tourism Entrepreneurship: Administrative Barriers in Imo State, Nigeria*. International Scientific Journal TURIZAM, 24(1), 13-32. ISSN 1821-1127. 24. 13-32. 10.5937/turizam24-22955.
30. Pato, M.L & Teixeira, A (2018), *Rural entrepreneurship and transformation: the role of learnerships*. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & amp Research, Vol. 23 Iss 5, 734-751.
31. Sangolagi, K., & Alagawadi, K. (2016). *Woman entrepreneurs*. International Journal of Advancement In Engineering Technology Management & Applied Science, 3(1), 216-222.

32. Sheldon, P., Pollock, A., & Daniele, R. (2017). *Social entrepreneurship and tourism: Setting the stage*. In P. J. Sheldon, & R. Daniele (Eds.). *Social entrepreneurship and tourism: Philosophy and Practice*, Cham, Switzerland: Springer International Publishing. 1-8.
33. Sörensson, A., Bogren, M., Cawthorn, A (2019), *Tourism Entrepreneurs with Nature-Based Businesses in Sweden – The Role of the Lifestyle and the Place*. *ATHENS JOURNAL OF TOURISM*, 6. 211-224.
34. Su, M., & Wall, G. (2014). *Community participation in tourism at a world heritage S.M. Rasoolimanesh et al*, *International Journal of Tourism Research Management*, 16,(2), 146-156.
35. Vladasel, T., Lindquist, M. J., Sol, J., & Van Praag, M. (2021). *On the origins of entrepreneurship: Evidence from sibling correlations*. *Journal of business venturing*, Vol. 36, No. 5,1-21.
36. Wang, C., Xu, h., W., Jing; Liang, Y., Jiao, Y., & Nazneen, Sh (2018), *Human Poverty Alleviation through Rural Women's Tourism Entrepreneurship*. *Journal of China Tourism Research*, 4(14),1-16.
37. York, J.G., & Venkataraman, S. (2010). *The entrepreneur–environment nexus: Uncertainty, innovation, and allocation*. *Journal of Business Venturing*. 25(5): 449-463.

Evaluation of effective factors in economic entrepreneurship of rural tourism destinations Case Study: target villages for tourism in Kohkiluyeh and Boyer Ahmad province

¹Seyed Ali Sina Bamzar, Abdolreza Ruknuddin Eftekhari^{2*}, Ribaz Qurbanejad³

¹Department of Geography and Rural Planning, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

²Department of Geography Department, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.

³Department of Political Geography, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

Identifying and evaluating entrepreneurship in rural tourism destination areas is a touchstone for the success of rural planning and approaches to the country and rural planning system. The aim of this study was to identify the factors affecting the development of economic entrepreneurship in rural tourism destinations in Kohkiluyeh and Boyer-Ahmad provinces, which in terms of nature and method, descriptive and survey and in terms of purpose in the group of applied research. The statistical population of the study is business owners and local managers (Dehyari and members of the Islamic Council of the village) in ten target villages of tourism in Kohkiluyeh and Boyer-Ahmad provinces. A questionnaire was used to collect data and analysis of variance and Tukey post hoc test and path analysis were used.

The results showed that among the effective factors in the economic entrepreneurship of tourism destinations, the contribution of social and institutional factors is more than other factors. Therefore, in the development of economic entrepreneurship of the rural tourism destinations of the province, along with social and individual characteristics such as entrepreneurial spirit and thought, knowledge and the level of public participation, the institutional factor is also influential and important. Based on the point of view of business owners, villagers and council members (local managers), there is a significant relationship between the institutional, economic, social and ecological factors and the development of economic entrepreneurship of tourist destinations at the alpha level of 0.01 and with 99% confidence. According to the theoretical approaches, relations, coefficients and contribution of factors and variables and path analysis model, the appropriate model of economic entrepreneurship of tourism destination villages of Kohkiluyeh and Boyer Ahmad provinces is a collaborative and network model.

Keywords: Economic Entrepreneurship, Tourism Destinations, Villages, Kohkiluyeh and Boyer-Ahmad