

واکاوای عوامل بنیادین آموزشی موثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی شهرستان اردل با استفاده از تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه فازی

حمید نظری^۱، علیرضا جمشیدی*^۲، صید اسکندر صیدایی^۳

^۱دانشجوی دکتری گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا و علوم برنامه‌ریزی، دانشگاه اصفهان، ایران.

^۲استادیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه ارومیه، ایران.

^۳دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه اصفهان، ایران

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف واکاوی عوامل بنیادین آموزشی موثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی انجام شده که از لحاظ ماهیت، توصیفی و از نظر هدف کاربردی بوده و با روش پیمایشی انجام شده است. جامعه آماری تحقیق، فعالان کارآفرین در مناطق روستایی ساکن شهرستان اردل بوده که استفاده از نرم‌افزار Sample power تعداد ۲۴۴ نفر نمونه متناسب باهدف تحقیق برآورد و به روش طبقه‌ای تصادفی انتخاب شده‌اند. برای گردآوری اطلاعات از ابزار پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده که روایی محتوایی آن توسط اساتید و متخصصان تأیید و پایایی با استفاده از پیش‌آزمون و محاسبه ضریب کرونباخ آلفا برای آموزش ۰/۸۴ و برای کارآفرینی گردشگری ۰/۸۷ برآورد شد. به‌منظور تجزیه و تحلیل از تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه فازی استفاده شد. نتایج نشان داد که دسترسی به مراکز آموزش کارآفرینی در کنار آموزش ریسک‌پذیری، وجود کارگروهی در آموزش، وجود آموزش نحوه شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری و وجود دسترسی به مراکز آموزش کارآفرینی و منابع در این زمینه می‌تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردشگری شود. در مقابل عدم آموزش فعالیت‌های گروهی و کار تیمی کمترین سهم را در توسعه و تقویت کارآفرینی گردشگری روستایی دارد.

واژگان کلیدی: آموزش روستاییان، گردشگری روستایی، کارآفرینی روستایی، تحلیل فازی، شهرستان اردل.

مقدمه

بدون تردید روستاها در عصر حاضر با تحولات و تهدیدات گسترده‌ای مانند رکود، ایستایی و کساد اقتصادی روبه‌رو هستند (Heilig & Gerhard, 2002)، افتخاری و همکاران، (۱۳۹۳). از این رو تضمین و تداوم حیات و بقای روستاها نیازمند یافتن روش‌های جدید مقابله با مشکلات است که به نوآوری، ابداع، خلق محصولات، فرآیندهای جدید بستگی زیادی دارد (کریم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۳). کارآفرینی، به‌عنوان کلید حل موانع توسعه محسوب می‌شود. هر زمان صحبتی از تئوری کارآفرینی مطرح می‌شود؛ موضوع توسعه اقتصادی نیز به دنبال آن می‌آید و کارآفرینی محرک اصلی توسعه اقتصادی کشورها است (Ndou and et al., 2018). کارآفرینی گردشگری روستایی با ایجاد راهکارهای بدیع، مسیر جدید را پیش‌روی سرمایه‌گذاران این حوزه باز کرده که به ادعان بسیاری از کارشناسان، این مسیر جدید می‌تواند راهبردی نوین جهت متنوع ساختن اقتصاد روستایی باشد (Su, 2011).

همراه با گسترش شتابان و تخصصی کارآفرینی گردشگری، نیاز به آموزش بیش‌ازپیش احساس می‌شود (Kuratko, 2005; Torrance et al., 2013; Deale, 2016). آموزش کارآفرینی گردشگری به جوانان، به‌عنوان یک ابزار کلیدی برای افزایش جهت‌گیری کارآفرینانه نگاه می‌کند (Ndou and et al., 2018) و درنهایت، با این آموزش، بستر دستیابی به هدف اصلی توسعه، که ایجاد محیطی مناسب برای شکوفایی توانایی‌ها و قابلیت‌های همه افراد نسل کنونی و آینده است؛ پیریزی می‌شود. مسلماً، بدون پیشرفت پایدار اقتصادی و آموزش در سطح فردی و اجتماعی، تحقق چنین امری یک معجزه خواهد بود (Oguntimehin, 2017). درحالی‌که اهمیت آموزش کارآفرینی کاملاً محسوس است و نوآوری و آموزش برای هر کسب‌وکاری یک نیاز اساسی محسوب می‌شود (Ndou and et al., 2018). همچنان چالش‌های متنوعی، از قبیل روش‌های مورد استفاده؛ راهبردهای آموزشی؛ نتایج مورد انتظار و محتوای آموزشی پیش روی مراکز آموزشی قرار دارد (Kuratko, 2005). یکی از دلایل عمده این چالش‌ها در حوزه آموزش کارآفرینی گردشگری، پیچیدگی مفاهیم و ماهیت بین رشته‌ای آن است و صاحب‌نظران بسته به تخصص خود، چند بعد خاص از این مقوله‌ها را بررسی

می‌کنند (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰). همین گستردگی می‌تواند یکی از عوامل سردرگمی و کم‌توجهی به آموزش در این زمینه باشد. باوجود تخصصی شدن رو به رشد صنعت گردشگری، دوره‌های آموزش کارآفرینی مختص مشاغل گردشگری، زیاد برجسته نیست و همچنین رابطه آموزش دانشگاهی و عملی در صنعت گردشگری، دارای جهت‌گیری کارآفرینی نیست (Olsen & Mykletun, 2012).

یکی از تفاوت‌های عمده‌ای که آموزش کارآفرینی با آموزش رسمی دارد؛ این است که بر خلاف آموزش رسمی، آموزش کارآفرینی بر "یادگیری با عمل" و "چگونگی" انجام کار تاکید دارد. همچنین با توجه به اینکه کارآفرینی نتیجه تعامل ویژگی‌های فردی و محیط دربرگیرنده کارآفرین است؛ توجه به محیط اجتماعی - فرهنگی و جغرافیایی بسیار کلیدی است (Kibler, 2014, Solesvik et al., 2013). از طرف دیگر، گردشگری یک صنعت "جامعه محور" است؛ علاوه بر یادگیری با عمل و چگونگی، شناخت عوامل اجتماعی - فرهنگی و محیط جامعه و ساکنین منطقه، نکته‌ی بسیار حائز اهمیت است (Kibler, 2013)، که تا کنون مورد توجه قرار نگرفته است. بدون توجه به آموزش و ابعاد محیطی و فرهنگی آن، چنانچه به بیکاران روستایی، تسهیلاتی در غالب وام کارآفرینی یا اشتغال‌زایی ارائه گردد؛ بعد از مدتی، با ورشکستگی و عدم موفقیت در به‌کارگیری آگاهانه وام دریافتی، آن فرد بیکار، به بیکار بدهکار تبدیل می‌شود.

مطالعه دیل^۱ (۲۰۱۶) نشان می‌دهد که باید توجه بیشتری به تقویت خلاقیت و مهارت‌های ذهن انتقادی و شناخت عمیق‌تر تجارب کارآموزان شود و درک کامل گردشگری می‌تواند در آماده‌سازی آنان جهت پذیرش نقش کارآفرین کمک کند. پژوهش احمد^۲ (۲۰۱۵) نیاز روزافزون به ایجاد فرهنگ آموزش کارآفرینی را نشان داده و این امر موجب تشویق و تقویت ابتکار عمل در کارآفرینی خواهد شد. در پژوهش سولسویک^۳ و همکاران (۲۰۱۴) با در نظر گرفتن فاکتورهای فرهنگی و تمایل به کارآفرینی و نقش آموزش کارآفرینی در جوامع با اقتصاد در حال گذار، ارتباط نسبتاً محدودی بین مباحث نظری - آموزش و

¹ Deale

² Ahmad

³ Solesvik

بنیادین آموزشی مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری کدام‌اند؟ و چه مسیرهایی از ترکیب این عوامل می‌تواند در توسعه کارآفرینی گردشگری اثرگذاری بیشتری داشته باشد؟

مروری بر ادبیات تحقیق و مبانی نظری

آموزش کارآفرینی یک فرایند نظام‌مند، آگاهانه و هدف‌گرا است که طی آن افراد غیرکارآفرین ولی دارای توان بالقوه به صورتی خلاق تربیت می‌شوند. در واقع این آموزش، فعالیتی است که از آن برای انتقال دانش و اطلاعات مورد نیاز جهت کارآفرین استفاده می‌شود که بهبود نگرش‌ها؛ مهارت‌ها و توانایی افراد غیرکارآفرین را در پی دارد (ذبیحی و مقدسی، ۱۳۸۵). همچنین، کنسرسیوم آموزش کارآفرینی، این آموزش را این‌گونه تعریف می‌کند: نوعی از آموزش که در جستجوی آماده‌سازی افراد به‌ویژه جوانان کارآفرینی که در توسعه اقتصادی و پایداری اجتماعی مشارکت دارند؛ است تا مسئولیت‌پذیر باشند (Ahmed, Chandran, Klobas, Liñán, & Kokkalis, 2020). هدف مهم کارآفرینی که آن را با آموزش‌های معمول متفاوت می‌سازد؛ آموزش همراه کار و تولید سریع مجموعه‌ای از ایده‌های متنوع برای بهره‌برداری از فرصت‌ها و برنامه‌ریزی برای آن است (Solomon, 2007).

تاریخچه آموزش کارآفرینی نشان می‌دهد که از دهه ۱۹۸۰ دوره‌های کارآفرینی در سه سطح پایه، عمومی و تخصصی برگزار می‌شد. سطح پایه با آموزش‌های سرمایه‌گذاری، شرکت، حمایت از اندیشه، مالیات و...؛ در دوره عمومی بر محتوای پروژه‌ها تأکید داشته و به توسعه پروژه و شیوه مدیریت ختم می‌شد و دوره تخصصی بر اندیشه‌سازی، ارزشیابی، اقتصاد کارآفرینی و استراتژی بازاریابی تأکید داشت. در این سه سطح، دو عنصر اصلی که می‌تواند در بهبود وضعیت کارآفرینی و موفقیت آن نقش بسیار مهمی داشته باشد؛ موسسات حامی مانند موسسات آموزشی، دانشگاه، و گروه‌های فعال در این حوزه؛ دوم فضای حاکم بر محیط کارآفرینی است (Edward & Stuart, 2004).

فعالیت جوانان، به‌عنوان کارآفرین گردشگری، غالباً با کیفیت فرایندهای آموزشی و ظرفیت آن در توسعه توانمندی آنان ارتباط دارد (Walker at al., 2007). شناخت مباحثی مانند: درک ذهنیت کارآفرینی، شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های

مباحث تجربی یافت می‌شود. همچنین والتر و دوهسه^۱ (۲۰۱۲)، به این نتیجه دست یافتند که در آموزش کارآفرینانه باید شرایط منطقه‌ای مورد توجه قرار گیرد و بیشتر بر "چگونگی" و "یادگیری با عمل" و "یادگیری با بحران" تأکید و تمرکز کرد. در این پژوهش متغیرهای فرهنگی - اجتماعی و فردی مورد استفاده قرار گرفت. ردفورد^۲ (۲۰۱۲) برای سیاست‌گذاری توسعه کارآفرینی بر آموزش و توانمندسازی سرمایه‌های انسانی تأکید می‌کند. به نظر وی، آموزش و مشاوره (حقوقی، مدیریتی، بازاریابی، توسعه محصول)، توسعه زیرساخت‌ها (پارک‌های فناوری و مراکز رشد) و حمایت مالی نقش مهمی در موفقیت کارآفرینان بازی می‌کنند. نتایج لی^۳ و همکاران (۲۰۰۵) نشان می‌دهد که در زمینه آموزش کارآفرینی تفاوت‌های فرهنگی باید در نظر گرفته شود.

استان چهارمحال و بختیاری به‌عنوان یکی از قطب‌های طبیعت‌گردی ایران شناخته می‌شود. آموزش با رویکرد کارآفرینانه در صنعت گردشگری به دو دلیل در استان چهارمحال و بختیاری و شهرستان اردل دارای اهمیت است؛ اول اینکه، هم‌اکنون این استان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری طبیعی در ایران شناخته می‌شود و در سال ۱۳۹۸، ۴۶۴۸۳۱۷ نفر گردشگر به این استان وارد شده‌اند (میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی چهارمحال و بختیاری، ۱۳۹۸) و کم‌توجهی به مسئله آموزش سبب شده که از پتانسیل‌های عظیم گردشگری در توسعه اشتغال به‌صورت ناچیز بهره‌برده شود. از طرف دیگر، یکی از راهبردهای بسیار مهم در چشم‌انداز توسعه استان چهارمحال و بختیاری مبتنی بر صنعت گردشگری تدوین شده است؛ به گونه‌ای که برند این استان در چشم‌انداز به عنوان "سرزمین پاک" شناخته می‌شود (طرح آمایش سرزمین استان چهارمحال و بختیاری، ۱۳۹۶)؛ آموزش، یکی عوامل بنیادین پیشرفت در این مسیر است. این مهم می‌طلبد پژوهش‌های عملیاتی و بازنگاری در آسیب‌شناسی آموزش صورت گیرد و با ارائه پیشنهادهای مناسب مسیر را در رسیدن به اهداف توسعه‌ای مورد نظر هموار کند. بر همین اساس پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سؤالات است: عوامل

¹ Walter & Dohse

² Redford

³ Lee

آموزشی و فعالیت‌هایی که این اهداف را محقق می‌کنند؛ مانند آموزش‌های ترکیبی با رویکرد چندبعدی و سیستمی، ضروری است. (Ndou et al., 2018; Secundo et al., 2016).

با توجه به اجتماع محور بودن صنعت گردشگری، کار گروهی در آن بسیار حائز اهمیت است. در آموزش یک تفکر سیستمی، کار گروهی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. کار گروهی و ارتباط گروهی در آموزش کارآفرینی گردشگری نیازمند یک حرکت نظام‌مند است بر همین اساس، در طراحی آموزش کارآفرینی موارد زیر باید در نظر گرفته شود: اهمیت کار گروهی در موفقیت و ارتقاء دانش، اطلاعات گروهی و تیمی و توسعه استراتژی هنگام شروع یک فعالیت، اهمیت الگوی کارآفرینی با خرد جمعی و در نهایت یادگیری لزوم شرکت همه اعضای گروه در حل مسئله است (Alebiou and Garavan & O' Cinneide, 1994; Akintayo 2007). هدف اصلی آموزش کارآفرینی ایجاد یا تقویت روحیه کارآفرینانه و اشاعه فرهنگ کارآفرینی به عنوان پیش فرض اصلی توسعه کارآفرینی در جامعه است. با وجود تفاوت‌های زیادی که آموزش کارآفرینی در ایران با کشورهای موفق در این زمینه دارد و دلیل آن را می‌توان به تاکید آموزش در ایران بر کاهش بیکاری و سایر کشورها بر توسعه منطقه‌ای اذعان داشت؛ اما یکی از اهداف عمده آموزش کارآفرینی در ایران افزایش فرهنگ کارآفرینی در جامعه بوده است (یزدانی، ۱۳۹۱).

به نظر می‌رسد کارآفرینی روند بسیار پیچیده‌ای را در طول زمان گذرانده است ارزش‌ها، رفتارها و صفات کارآفرینی در طول زمان تعابیر ناممگونی را دریافت کرده است (Kyro, 2005). کارآفرینی یک پیش‌بینی کننده مهم در موفقیت اقتصادی افراد و جامعه است (Appolloni, & Sagiri, 2009; Segal, 2005). بر اساس نظر شان و ون کاتارامن (۲۰۰۰)، که کارآفرینی را بر اساس ابعاد اقتصادی-محیطی تریف می‌کنند؛ کارآفرینی فرایند شناسایی، ارزیابی و بهره برداری اقتصادی از فرصت‌های ناشی از نقص بازار که منجر به کاهش پایداری شده به ویژه آنهایی که با محیط زیست در ارتباط هستند. و پاچکو و همکاران (۲۰۰۹)، جهت-دهی آن را توسعه بنیان و روندی پایدار ترسیم می‌کنند. بر همین اساس با توجه به اینکه کارآفرینی با دیدگاه‌های مختلفی مورد بررسی و سنجش قرار گرفته است؛ دیدگاه آلن و همکاران (۲۰۰۳) بر اساس ساختارهای جامعه محلی و ملی به نظر برای

شغلی، خلاقیت و نوآوری، تأمین سرمایه‌گذاری، مواجهه با عوامل موفقیت کارآفرینی شغلی و مسئولیت‌های اجتماعی در آموزش کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است (Chiru et al, 2012).

افزایش برنامه آموزش کارآفرینی (EEP)^۱ در زمینه‌های مختلف مانند گردشگری، خدمات، هتل‌داری ... و افزایش روزافزون منابع اختصاص یافته به این‌گونه ابتکارات، مسئله اثربخشی و کارایی آن برنامه را مورد تأیید و تأکید قرار داده است (Fiet, 2001). برای تقویت کارآفرینان و تداوم فعالیت آن‌ها، داشتن مراکز آموزشی با امکانات به روز، اطلاعات نو، مشاوران متخصص و دسترسی به مربی با پشتوانه کارآفرینی ضروری است. دسترسی به مراکز آموزشی و مربی که صرفاً با مباحث کارآفرینی آشنایی دارند کفایت نمی‌کند و باید این مراکز و مربی‌ها خود یک کارآفرین با فعالیت‌های کارآفرینانه باشد تا بتواند تمام ابعاد فعالیت کارآفرینی را برای کارآموزان توضیح دهد. بنابراین متخصص باید در انجمن تجاری، کارشناسان ادارات دولتی، سازمان‌های مشاوره فنی و کارآفرینان برتر و حتی کارآفرینان ناموفق باشند و همچنین با شرایط و محیط فرهنگی و جغرافیایی شناخت داشته باشند (Oguntimehin, 2017).

با توجه به اینکه تعریف مشترک جهانی راجع به فرهنگ وجود ندارد و کارآفرینی نتیجه تعامل ویژگی‌ها و اندوخته‌های فردی و محیط اطراف است؛ بنابراین انطباق آموزش در کشورهای مختلف با فرهنگ آن ضروری است (Kibler, 2013). عوامل فرهنگی و محیطی می‌توانند تصمیمات مربوط به انتخاب یک شغل را شکل دهند (Iakovleva and Solesvik, 2014). همچنین باعث تضعیف و یا ارتقاء کارآفرینی شود (Kreiser et al., 2010). علاوه بر آن ارتباط بین درک شخصی از بافت فرهنگی و محیطی فرد با میزان گرایش به کارآفرینی ارزیابی و تأیید شده است (Linan and Chen, 2009).

برنامه‌های آموزشی با رویکرد کارآفرینی نسبت به برنامه‌های سنتی آن بسیار متفاوت بوده و بیشتر بر مهارت‌ها، ویژگی‌ها، رفتارهای با رویکرد خلاقیت و تفکر انتقادی تمایل به تغییر، تفکر چندبعدی، ظرفیت‌های یادگیری، هوش اجتماعی و مهارت‌های رقابتی هوشمند تأکید دارند (Ndou & Vecchio, 2019; Gibb, 2012). از این رو، یک تغییر اساسی با تمرکز بر ارائه برنامه‌های

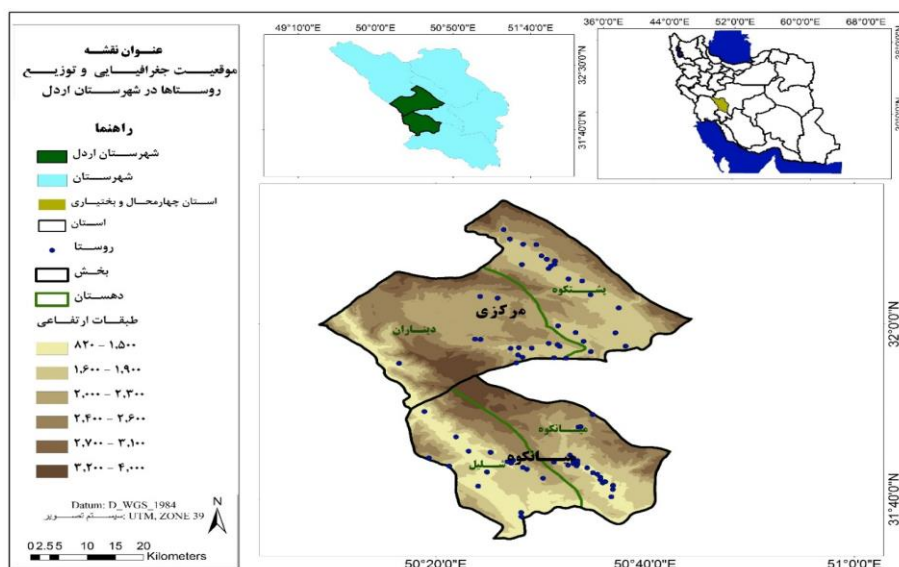
¹ Entrepreneurship Education Program

گردشگری و روستای از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. همچنین بدون در نظر گرفتن نقش سازمان ها و نهادها، نمی توان توسعه کارآفرینی گردشگری و روستایی را متصور شد. زیرا انجام هرگونه فعالیتی در این زمینه، در سطحی از یک سازمان محلی و یا ملی قرار دارد. در واقع محیط کارآفرینی مهمترین عامل در توسعه کارآفرینی گردشگری است (Kline, 2007) که در آن ساختار، دسترسی به منابع، نیروی انسانی و باورها و ارزش ها را مهمترین مولفه های آن می داند (غنیان و همکاران، ۱۳۹۰). بنابراین، براساس آنچه که گفته شد، می توان عنوان کرد شاخص های اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، زیرساختی و نهادی به صورت کلی بر توسعه کارآفرینی تأثیرگذار بوده و از طرفی دیگر، مشخص شد آموزش به عنوان پیش فرض اصلی توسعه کارآفرینی در جامعه مورد نظر باید قرار گیرد.

داده ها و روش ها:

مطالعه حاضر در شهرستان اردل استان چهارمحال و بختیاری اجرا شد. این شهرستان بر اساس سرشماری سال ۱۳۹۵ با ۴۸۸۸۰ نفر جمعیت متشکل از دو بخش و چهار دهستان است (شکل ۱).

توسعه کارآفرینی گردشگری جامعه میزبان مثر ثمر واقع شود. دیدگاه ساختار جامعه محلی و ملی بر محیط اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، سازمان ها، زیرساخت و صنعت تاکید دارد و آنها را مورد مطالعه قرار می دهد (سجاسی قیداری، ۱۳۹۱؛ رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳).
زمینه های توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی می تواند موارد زیر باشد: عامل اقتصادی: با توجه به اینکه بهبود وضعیت فقر با رشد اقتصادی می تواند صورت گیرد، توسعه اقتصادی در مناطق روستایی نیازمند استراتژی جدیدی است که این امر توسط توسعه کارآفرینی و توانمندسازی سیاست های محیطی امکان پذیر است (سجاسی قیداری، ۱۳۸۷). یکی دیگر از ابعاد فراموش شده کارآفرینی، عامل اجتماعی و فرهنگی است که ناشی از نگاه تک بعدی به کارآفرینی تا به امروز بوده است. آلیسون بر نقش های موجود در جامعه، تجربیات حاصل از زندگی، سطح آموزش و آگاهی و پیش زمینه های خانوادگی بر توسعه کارآفرینی تأیید کرده و آنها را در این زمینه موثر می داند (Alison, 1990). با توجه به ماهیت وجودی و کارکرد و ساختار جامعه روستایی که ارتباط بسیار نزدیکی با محیط پیرامون خود دارد؛ تاثیر کارآفرینی بر محیط و محیط بر کارآفرینی را نمی توان نادیده گرفت. در نتیجه، توجه به عوامل محیطی در توسعه کارآفرینی



شکل (۱) نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

جدول ۱) معرفی نمونه آماری تحقیق در روستاهای هدف

شهرستان	مجموع نمونه انتخابی	دهستان	حجم نمونه انتخابی	روستا	حجم نمونه انتخابی
		پشتکوه (۱۰۹۳۳)	۹۶	سرپیر، بهشت‌آباد، سرچاه، رستم‌آباد، قلعه درویش	۱۳+۲۷+۳۶+۱۰+۱۰
اردل	۲۵۴	دیناران (۵۸۹۰)	۵۴	شهرک قراب، سرمور، آبسرد، مور، دهکهنه، سرمازه، رفن	۱۳+۲۵+۱۷
		میانکوه (۶۹۷۳)	۶۲		۲۹+۱۱+۱۲+۱۰
		شلیل (۴۵۹۳)	۴۲	شلیل، گوزلک، لندی	۱۷+۱۳+۱۲

ماخذ: مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵؛ یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

روش تحقیق:

تحقیق حاضر از نوع کاربردی و روش آن توصیفی-تحلیلی و پیمایشی است که در محدوده زمانی اردیبهشت ۱۳۹۸ انجام گرفت. ابزار اصلی جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه بوده که روایی آن با دریافت نظرات اساتید حاصل شد و پایایی آن نیز با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ (روستا چشمه دینه شهرستان کوه‌رنگ با استفاده از ۳۰ پرسشنامه اولیه) به ترتیب برای آموزش کارآفرینی ۰/۸۴ و برای توسعه کارآفرینی گردشگری ۰/۸۷ حاصل شد. برای محاسبه حجم نمونه متناسب با هدف تحقیق که تأثیر شرایط بر نتیجه را بررسی می‌کند؛ تعداد ۲۵۴ نفر با استفاده از نرم‌افزار SPSS Sample power برآورد شد. این تعداد با توان آزمون ۰/۸۰ و سطح اطمینان ۰/۹۵ به دست آمد. جامعه آماری تحقیق را افراد بالای ۲۰ سال ساکن روستاهای شهرستان اردل تشکیل داده است. با استفاده از روش تصادفی طبقه‌ای با انتساب تناسب، ۱۶ روستا به‌عنوان روستاهای هدف در نظر گرفته شد (جدول ۱) و نمونه موردنظر در آن‌ها به‌صورت تصادفی ساده (در دسترس) انتخاب شد و پرسشنامه در اختیار آن‌ها قرار گرفت. در مطالعه حاضر، به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات میدانی، از پرسشنامه‌ای مبتنی بر توسعه برخی مطالعات یزدانی، ۱۳۹۱؛ Chiru et al, 2012, Appolloni, & Sagiri, 2009 Ndou & Vecchio, Stephan, 2009. Oguntimehin, 2017 در قالب پنج شاخص آموزشی: ۱- دسترسی به منابع آموزشی، ۲- آموزش شروع سرمایه‌گذاری، ۳- آموزش ریسک‌پذیری، ۴ ~ آموزش کار گروهی، ۵- آموزش محیط فرهنگی - جغرافیایی در قالب شرایط تاثیرگذار استفاده شد. قسمت توسعه کارآفرینی گردشگری نیز از دیدگاه آلن و

همکاران (۲۰۰۳) که ساختاری جامعه محلی و ملی را مد نظر دارد؛ با شاخص‌های اجتماعی، اقتصادی، اکولوژیکی، زیرساختی، نهادی مورد سنجش قرار گرفت. لازم به ذکر است که در این مطالعه، از الگوریتم تحلیل مقایسه‌ای کیفی مجموعه فازی^۱ (fs/QCA) برای تجزیه و تحلیل پاسخ پاسخگویان استفاده شد. Fs/QCA یک تحلیل وضعیت است که ارتباط زیرمجموعه‌های بین نتیجه مطلوب و تمام ترکیبات منطقی احتمالی که از آن پشتیبانی می‌کنند را سنجش می‌کند (Ragin, 2008). الگوریتم ذکرشده از این ایده اصلی پشتیبانی می‌کند که تعداد نامحدودی از وضعیت‌های ممکن در بین عناصر مرتبط وابسته به هم وجود دارد، اما تعداد کمی از آن‌ها در واقعیت عملی می‌شوند (Fiss et al., 2013).

یافته‌ها و بحث

نتایج نشان داد، سن نمونه آماری بین حداقل ۲۳ تا حداکثر ۶۸ سال است و میانگین سنی آن ۳۹ سال است. از نظر تحصیلات بیشترین فراوانی را افراد دارای دیپلم با ۳۱/۵ داشته و حدود ۲۵/۳ درصد از نمونه مورد مطالعه دارای تحصیلات دانشگاهی در مقاطع کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد بوده است و مابقی زیر دیپلم بوده است. از نظر اشتغال، حدود ۲۷ درصد بیکار، ۳۷/۱ درصد کشاورز و دامدار، ۲۶ درصد دارای مشاغل آزاد و ۹/۹ درصد نیز در مشاغل دولتی مشغول به فعالیت بودند.

¹ Fuzzy-set qualitative comparative analysis

بررسی همبستگی شرایط و رویه کدگذاری داده‌های فازی

(۲) نشان می‌دهد که همبستگی کمتر از متوسط بین شرایط وجود دارد و عدم وجود کار گروهی با سایر شرایط دارای همبستگی معکوس است.

جدول ۲ ماتریس همبستگی بین شرایط را نشان می‌دهد. میزان همبستگی شرایط برای ورود به الگوریتم fs/QCA باید مورد توجه قرار گیرد و از همپوشانی بسیار بالا جلوگیری شود. جدول

جدول ۲) همبستگی بین شرایط

میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵
۴/۳۰	۰/۸	۱				
۳/۴۹	۰/۹۸	**۰/۴۳۰	۱			
۳/۹۵	۷۱۲۱	*۰/۲۶۲	*۰/۳۱۲	۱		
۴/۸۰	۱/۰۷	*-۰/۳۱۶	**۰/۳۲۰	*-۰/۲۷۰	۱	
۲/۶۴	۱/۱	**۰/۴۱۰	*۰/۳۱۹	**۰/۳۷۰	*-۰/۳۹۳	۱

* معناداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ** معناداری در سطح اطمینان ۹۹ درصد مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

جدول ۳) رویه کدگذاری مجموعه فازی

شاخص‌ها	امتیاز اصلی	امتیاز فازی	شاخص‌ها	امتیاز اصلی	امتیاز فازی
	۱-خیلی کم	۰/۰۵		۱-خیلی کم	۰/۰۵
	۲-کم	۰/۲۵		۲-کم	۰/۲۵
دسترسی به منابع آموزشی، آموزش شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری، آموزش ریسک‌پذیری، ~آموزش کار گروهی، آموزش فرهنگی و جغرافیایی	۳-متوسط	۰/۵۰	توسعه کارآفرینی گردشگری	۳-متوسط	۰/۵۰
	۴-زیاد	۰/۷۵		۴-زیاد	۰/۷۵
	۵-خیلی زیاد	۰/۹۵		۵-خیلی زیاد	۰/۹۵

عضویت کامل = ۰/۹۵ عدم عضویت کامل = ۰/۰۵

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

کامل توسعه کارآفرینی گردشگری برابر ۰ (صفر) است. همان‌گونه که در جدول (۳) نمایش داده شده است؛ شاخص‌ها با طیف لیکرت، به نمره‌های مجموعه فازی با استفاده از نرم‌افزار fs/QCA 3، واسنجی و محاسبه شده است.

الگوریتم جدول حقیقت

پس از کالیبره شدن داده‌ها، وضعیت شرایط، در الگوریتم جدول حقیقت محاسبه می‌شود. بر این اساس، الگوریتم جدول حقیقت کارآفرینی گردشگری، ۱۰ حالت وضعیت شرایط با مقادیر سازگاری بالاتر از آستانه موردقبول (۰/۸)، پیشنهاد داده است (Ragin, 2008). در هر ردیف مقدار ۰ نشان‌دهنده عدم وجود آن شرط و مقدار ۱ نشان‌دهنده حضور شرط در دستیابی به توسعه

درواقع در این الگوریتم، توسعه کارآفرینی گردشگری = دسترسی به منابع آموزشی، آموزش شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری، آموزش ریسک‌پذیری، ~آموزش کار گروهی، آموزش فرهنگی و محیط جغرافیایی است. علامت ~ به معنی نبود یک متغیر یا شاخص است (Ragin, 2008). به عبارت دیگر، این معادله نشان می‌دهد پنج شرط در توسعه کارآفرینی گردشگری اثرگذارند: دسترسی به منابع آموزشی، آموزش نحوه شروع کسب‌وکار و نحوه سرمایه‌گذاری، آموزش مبتنی بر ریسک‌پذیری، فقدان آموزش کار تیمی و آموزش‌های فرهنگی و محیطی. بر اساس این معادله توسعه کارآفرینی گردشگری برابر است با ۱ منهای (-) عدم توسعه کارآفرینی؛ بنابراین عضویت کامل توسعه کارآفرین گردشگری برابر ۱ است و عدم عضویت

در نهایت نبود آموزش کار گروهی کمترین میزان همراهی را با نتیجه مورد نظر دارد. نکته جالب در این مورد، حمایت بسیار محدود مسیری است که در آن وجود ~ آموزش کار تیمی و نبود سایر شرایط، از توسعه کارآفرینی گردشگری داشته است و به همین دلیل در همان ابتدا از مسیرهای حمایت کننده توسعه کارآفرینی گردشگری حذف شد.

کارآفرینی گردشگری است. جدول حقیقت نشان می‌دهد که آموزش ریسک‌پذیری بیشترین حمایت و همراهی را با توسعه کارآفرینی گردشگری دارد و تمام ۱۰ مسیر ممکن شامل عضویت کامل آموزش ریسک‌پذیری در نتیجه مورد نظر است و پس از آن دسترسی به مراکز آموزشی و نخبگان و مراکز آموزش کارآفرینی و فضای آموزش محیط جغرافیایی و فرهنگی است.

جدول ۴) الگوریتم جدول حقیقت برای نتیجه

میزان ثبات	توسعه کارآفرینی گردشگری	تعداد	دسترسی	شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری	ریسک‌پذیری	~ آموزش کار گروهی	آموزش‌های محیطی
۰/۹۶۷۲۳	۱	۵۲	۱	۱	۱	۰	۱
۰/۹۴۴۰۸۱	۱	۳۴	۱	۱	۱	۱	۱
۰/۹۳۱۰۳۱	۱	۱۷	۱	۰	۱	۰	۱
۰/۹۲۶۴۷۹	۱	۱۳	۱	۰	۱	۱	۱
۰/۹۱۵۷۲۷	۱	۹	۱	۱	۱	۰	۰
۰/۹۱۲۵۸	۱	۹	۰	۱	۱	۰	۱
۰/۹۰۰۱۲۴	۱	۶	۱	۰	۱	۰	۰
۰/۸۹۰۰۶۹	۱	۵	۰	۱	۱	۱	۱
۰/۸۶۴۸۳۱	۱	۵	۱	۱	۱	۱	۰
۰/۸۱۷۲۳۵	۱	۴	۰	۰	۱	۰	۱

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

آموزش‌های محیط جغرافیایی و فرهنگی می‌تواند به توسعه کارآفرینی گردشگری کمک کند و آن را تقویت کند (ثبات = ۰/۹۳۰، پوشش = ۰/۶۰۵). در نهایت مسیر چهارم بیانگر این است که وجود دسترسی به مراکز آموزش کارآفرینی و منابع در این زمینه مانند کارآفرینان موفق، وجود آموزش شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری و وجود آموزش‌های محیطی منجر به توسعه کارآفرینی گردشگری می‌شود (ثبات = ۰/۹۰۵، پوشش = ۰/۶۱۷).

ارائه راه‌حل متوسط و نمودار X,Y

در مرحله بعد با استفاده از راه‌حل متوسط^۱، مسیرهای علی تبیین کننده نتیجه مطلوب بررسی می‌شود. بر اساس اطلاعات جدول ۵، شرایط علی زمینه‌ساز آموزشی توسعه کارآفرینی گردشگری را می‌توان در چهار مسیر مجزا مورد بررسی قرار داد. اولین مسیر، نشانگر آن است که دسترسی به مراکز آموزش کارآفرینی در کنار آموزش ریسک‌پذیری می‌تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردشگری شود (ثبات = ۰/۸۹۸ و پوشش = ۰/۶۸۶). مسیر دوم بیانگر وجود آموزش ریسک‌پذیری، وجود آموزش‌های نشأت گرفته از محیط جغرافیایی و مراودات روزمره بین مردم و ~ وجود کارگروهی در آموزش، می‌تواند منجر به توسعه کارآفرینی گردشگری شود (ثبات = ۰/۹۳۱، پوشش = ۰/۶۲). مسیر علی سوم نشان می‌دهد که وجود آموزش نحوه شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری، وجود آموزش ریسک‌پذیری و وجود

¹ Intermediate

جدول ۵) شکل‌بندی و دسته‌بندی عوامل تأثیرگذار بر نتیجه موردنظر

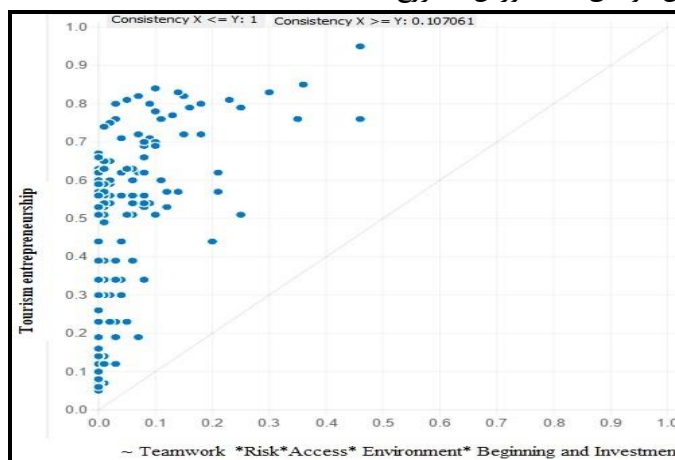
دسته‌بندی شرایط	میانگین خام	ثبات و پایداری
دسترسی به مراکز آموزشی * آموزش ریسک‌پذیری	۰/۶۸۶۶۱	۰/۸۹۸۸۰۳
آموزش ریسک‌پذیری * ~ آموزش کار گروهی * آموزش‌های محیط جغرافیایی-فرهنگی	۰/۶۱۹۳۱	۰/۹۳۱۱۵۵
آموزش شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری * آموزش ریسک‌پذیری * آموزش‌های محیط جغرافیایی-فرهنگی	۰/۶۰۵۷۹	۰/۹۳۰۹۹۶
دسترسی به مراکز آموزشی کارآفرینی و کارآفرینان موفق * آموزش شروع کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری * آموزش‌های محیط جغرافیایی-فرهنگی	۰/۶۱۷۷۸	۰/۹۰۵۰۶۶

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری * آموزش‌های محیط جغرافیایی " از نمودار X,Y استفاده می‌شود. بر اساس این نمودار، اگر نتیجه زیرمجموعه علت یا شرایط باشد، بدین معناست که شرایط برای ایجاد نتیجه مطلوب ضرورت دارد و در مقابل اگر تأیید شود که شرایط زیرمجموعه نتیجه است، این فرض را مورد تأیید قرار می‌دهد که شرایط برای تشکیل نتیجه مطلوب، کفایت می‌کند. بر همین اساس شکل ۲ نشان می‌دهد که با توجه به مقدار Consistency $X \leq Y: 1$ و $Consistency Y \leq X: 0/10$ نشان می‌دهد که مجموع شرایط موجود برای نتیجه مطلوب که توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی است؛ ضرورت دارد.

در تمام مسیرهای علی، آموزش ریسک‌پذیری به همراه شرایط علی دیگر نقش بسزایی در توسعه کارآفرینی گردشگری دارد. به‌نحوی که با بهبود این عامل، توسعه کارآفرینی گردشگری رونق بیشتری خواهد یافت. در بررسی مسیرهای علی، توجه به آموزش فردگرایی نشان می‌دهد که نیاز به یک آسیب‌شناسی مناسب در این مورد ضروری به نظر می‌رسد. آموزش کار گروهی و فاصله گرفتن از آموزش‌های خودمحوری و فردگرایی می‌تواند در توسعه صنعت کارآفرینی گردشگری مؤثر باشد.

درنهایت برای نمایش ترکیب راه‌حل نهایی متوسط "آموزش کار گروهی * آموزش ریسک‌پذیری * دسترسی به مراکز آموزشی کارآفرینی و کارآفرینان موفق * آموزش شروع



شکل ۲) نمودار X,Y تأثیر شرایط بر نتیجه

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۳۹۹

نتیجه‌گیری و پیشنهادها:

مطالعه حاضر باهدف بررسی و شناخت عوامل زمینه‌ساز آموزشی مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی صورت گرفت. تحلیل داده‌ها نشان داد که مسیرهای مختلف علی آموزشی بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی تأثیرگذار است. اما نوع و نحوه تأثیر هر کدام از آن‌ها متفاوت است. به گونه‌ای که متغیری مانند آموزش ریسک‌پذیری تأثیر بیشتری نسبت به سایر متغیرها دارد و در مقابل ~ وجود آموزش کار گروهی کمترین همراهی را در توسعه و تقویت کارآفرینی گردشگری روستایی دارد.

روش تحلیل مقایسه کیفی مجموعه فازی با توجه به شناسایی و بررسی عوامل مختلف تأثیرگذار در حالات مختلف به صورت منفرد و در نهایت شناسایی ترکیب‌های مختلف این عوامل به صورت مسیرهای تأثیرگذار؛ یک روش مناسب جهت به کارگیری در این گونه موضوعات است و نسبت به روش‌های متداول مشابه، درک شفاف‌تر و سیستمی از تأثیر عوامل تأثیرگذار آموزشی بر کارآفرینی گردشگری ارائه می‌دهد.

یافته‌های پژوهش در زمینه تدوین چشم‌انداز آموزش، به‌ویژه توجه به موضوع کارآفرینی و اختصاصاً کارآفرینی گردشگری در آموزش با اهمیت است. بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت که بخشی از دانش ما از محیط جغرافیایی اطراف حاصل می‌شود. شناخت این جنبه از علم کمک می‌کند تا یک برنامه‌ریزی مناسب برای جهت‌دهی به آن در توسعه کارآفرینی گردشگری صورت گیرد. از طرف دیگر تقویت روحیه کار تیمی و گروهی می‌تواند در این مسیر مردم منطقه را با یک خرد جمعی آگاهانه به دنبال فعالیت‌های کارآفرینی تعالی بخشد. وجود مراکز آموزشی و دسترسی به آن در کنار دسترسی به کارآفرینان موفق می‌تواند در توسعه دانش فرد کارآفرین، به‌روز کردن اطلاعات خود و استفاده از تجارب کارآفرینان موفق در مواجهه با بحران‌های پیش رو فرایند شروع کارآفرینی تا مرحله بلوغ و بعدازآن در ادامه این روند بسیار حائز اهمیت خواهد بود.

آموزش‌های شروع کارآفرینی و سرمایه‌گذاری، عدم چشم‌انداز مناسب، عدم شناخت بازار و مشتری در ابتدای مسیر، ترس از شکست در این مسیر و.. می‌تواند از عوامل مهم در عدم موفقیت کارآفرینی در گردشگری شود. در نظر گرفتن این بعد از آموزش می‌تواند در توسعه کارآفرینی گردشگری کمک کند.

فضای حاکم بر مناطق روستایی مورد مطالعه از روحیه کارآفرینی، کمی فاصله دارد. این وضعیت در صورتی است که در چشم‌انداز توسعه استان چهارمحال و بختیاری محوریت گردشگری و طبیعت‌گردی قابل تأمل است و ایجاب می‌کند که آموزش‌های لازم در زمینه گردشگری و اختصاصاً کارآفرینی گردشگری با جدیت بیشتری دنبال شود. توجه به آموزش‌های کارگاهی، عملیاتی و کارآفرینانه که به جوانان اعتماد به نفس لازم برای ریسک‌پذیری را بدهد و با آگاه‌سازی اهمیت کار تیمی و آموزش تجربی در این زمینه می‌تواند در مسیر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی اقدامی بسیار تأثیرگذار و مثبت باشد.

منابع:

1. احمدپور داریانی، م.، مقیمی، س. ا. (۱۳۸۹). *مبانی کارآفرینی*. چاپ نهم، تهران، نشر فراندیش.
2. ذبیحی، م.، مقدسی، ع. (۱۳۸۵). *کارآفرینی در تئوری تا عمل*. مشهد، جهان فردا.
3. رکن الدین افتخاری، ع.، پورطاهری، م.، فضل‌ی، ن. (۱۳۹۳). تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی. *برنامه ریزی و توسعه گردشگری*، سال سوم، شماره ۸، صص ۸۷-۱۰۷.
4. سجاسی قیداری، ح. (۱۳۹۱). *ارائه الگوی توسعه کارآفرینی اکوتوریسم در مناطق روستایی (روستاهای دره ای اکوتوریسم تهران)*. رساله دکتری، دانشگاه تربیت مدرس.
5. غنیان، م.، خانی، ف.، و بقایی، ل. (۱۳۹۰). ارزیابی فضای کارآفرینی در گردشگری روستایی مطالعه موردی منطقه اورامان. *پژوهش‌های روستایی*، سال دوم، شماره سوم، صص ۹۹-۱۲۳.
6. یزدانی، ا. (۱۳۹۱). *تأثیر آموزش کارآفرینی بر قصد کارآفرینی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
7. Ahmed, T., Chandran, V., Klobas, J. E., Liñán, F., and Kokkalis, P. (2020). Entrepreneurship education programmes: How learning, inspiration and resources affect intentions for new venture creation in a developing economy. *The International Journal of Management Education*, 18(1): 100327.
8. Alebiosu, K.A. and Akintayo, D.I (2007). Entrepreneurship Education and Sustainable Development in Nigeria in Alebiosu, K.A. and Ogunkola, B.J (eds) *Perspectives in Sustainable*

22. Kyro, P. (2005). Entrepreneurial learning in universities: Bridges across borders. The dynamics of learning entrepreneurship in a cross-cultural university context, 14-43.
23. Lee, S. M., Chang, D., & Lim, S.-B. (2005). Impact of entrepreneurship education: A comparative study of the US and Korea. *The International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(1), 27-43.
24. Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(3), 593-617.
25. Marina Solesvik Paul Westhead Harry Matlay , (2014), "Cultural factors and entrepreneurial intention",
26. McKelvey, B. (1982). *Organizational systematics--taxonomy, evolution, classification*: Univ of California Press.
27. Mendel, J.M. and Korjani, M.M. (2013), "Theoretical aspects of Fuzzy set qualitative comparative, *Information Sciences*, Vol. 237, pp. 137-161
28. Ndou, V., Mele, G., & Del Vecchio, P. (2019). Entrepreneurship education in tourism: An investigation among European Universities. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 25.
29. Ndou, V., Secundo, G., Schiuma, G., & Passiante, G. (2018). Insights for shaping entrepreneurship education: Evidence from the European entrepreneurship centers. *Sustainability*, 10(11), 4323.
30. Oguntimehin, A. (2017). Building Sustainable Development Through Entrepreneurship Education in Nigeria. *Social Sciences*, 2(2), 307-316.
31. Olsen, M. A., & Mykletun, R. J. (2012). *Entrepreneurship in the hospitality industry*. Cornell University School of Hotel Administration. The Scholarly Commons.
32. Ragin, C. C. (2008). Measurement versus calibration: A set-theoretic approach. In *The Oxford handbook of political methodology*.
33. Redford, T. D., (2012), *Entrepreneurship and Public Policy for today and tomorrow's Portuguese Republic*, Working paper, Portuguese Studies Program, University of California, Berkeley.
34. Sagiri, S., and Appolloni, A. (2009). the Effect of Psychological Variables on Entrepreneurial Intention. *DSM Business Review*, 1 (2): 61-86.
35. Secundo, G., Dumay, J., Schiuma, G., and Passiante, G. (2016). Managing intellectual capital through a collective intelligence approach. *Journal of Intellectual Capital*.
36. Segal, G., Borgia, D., and Schoenfeld, J. (2005). The Motivation to Become an Entrepreneur. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1): 42-57.
37. Solomon, G. (2007). An Examination of Entrepreneurship Education in the United State. *Journal Development, Institute of Education, Olabisi Onabanjo University, Ago-Iwoye*.
9. Chiru, C., Tachiciu, L., and Ciuchete, S. G, (2012). Psychological factors, behavioural variables and acquired competencies in entrepreneurship education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 46 (2012): 4010 – 4015.
10. Deale, C. S. (2016). Entrepreneurship education in hospitality and tourism: insights from entrepreneurs. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, Vol. 56 Iss 8/9 pp. 680 – 696.
11. Fiet, J.O. (2001). The pedagogical side of teaching entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, Vol. 16 No. 2, pp. 101-17.
12. Fiss, P.C., Cambré, B. and Marx, A. (2013). "Configurational theory and methods in organizational research, in Fiss, P.C., Cambré, B. and Marx, A. (Eds), *Research in the Sociology of Organizations*, Vol. 38, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 1-22.
13. Garavan, T. N., & O' Cinneide, B. (1994). Entrepreneurship education and training programmes: a review and evaluation—part 1. *Journal of European industrial training*, 18(8): 3-12.
14. Ghanian, M., Khani, F., and baghayi, L. (2012). Evaluation of Entrepreneurship Climate in Rural Tourism (Case Study: Oraman Region). *Journal of Rural Research*, 2(7): 99-123.
15. Gibb, A. (2012). Exploring the synergistic potential in entrepreneurial university development: Toward the building of a strategic framework. *Annals of Innovation & Entrepreneurship*, 3: 1–21.
16. Heilig, K., and Gerhard, M. (2002). *European Rural Development, International Institute for Applied Systems Analysis, Luxemburg, Austria*.
17. Iakovleva, T., and Solesvik, M. (2014). Entrepreneurial intentions in post-Soviet economies. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 21(1): 79-100.
18. Kibler, E. (2013). Formation of entrepreneurial intentions in a regional context. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(3-4), 293-323.
19. Kohestani, H., Sadrmosavi, M., Nikjoo, M., and Karimzadeh, 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.
20. Kreiser, P.M., Marino, L.D., Dickson, P. and Weaver, K.M. (2010). Cultural influences on entrepreneurial orientation: the impact of national culture on risk taking and proactiveness in SMEs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(5): 959-983.
21. Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends and challenges'. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577–597.

- education. Kansas City, MO: Ewing Marion Kauffman Foundation.
41. Walker, R. M., Damanpour, F. and Avellaneda, C. N. (2007). *Combinative effects of innovation types on performance: A longitudinal study of public services*. Academy of Management Proceedings, 1-6.
42. Walter, S. G., & Dohse, D. (2012). Why mode and regional context matter for entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(9-10): 807-835.
38. Stephan, U. (2009). *Development and first validation of the culture of entrepreneurship (C-ENT) scale*. Paper presented at the Academy of Management Annual Meeting, 7-11 August, Chicago, IL.
39. Su, B. (2011). Rural Tourism in China. *Tourism Management*, 32(6): 1438-41.
40. Torrance, W. E., Rauch, J., Aulet, W., Blum, L., Burke, B., D'Ambrosio, T. and Jacquette, J. P. (2013). *Entrepreneurship education comes of age on campus: The challenges of bringing entrepreneurship to higher*