

تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی استان کرمانشاه

تهمینه احسانی فر^۱، سمیه شهبازی^۲، مهنا شاهرادی^۳، مریم علوی نیا^۴، ریحانه عابدین زاده^۵
^۱ دانش آموخته کارشناس ارشد مدیریت کارآفرینی، دانشگاه رازی (tahmineh.ehsanifar@gmail.com)
^۲ دانشجوی دکتری ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه رازی (somayeh.shahbazi22@gmail.com)
^۳ دانشجوی دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی (shahmorade4468@gmail.com)
^۴ دانشجوی ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه کردستان (Alavinia3768@yahoo.com)
^۵ کارشناس مدیریت بازرگانی، دانشگاه گیلان (re.abedinzadeh@gmail.com)

چکیده

گردشگری روستایی امروزه یکی از بخش‌های مهم فعالیت‌های اقتصادی محسوب می‌گردد. هدف اصلی این پژوهش کاربردی، بررسی عوامل مؤثر توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در استان کرمانشاه می‌باشد. برای اجرای این پژوهش از روش تحقیق کیفی - کمی استفاده شد. جامعه آماری بخش کمی این پژوهش را ۹۷۹۷ نفر از روستاییان روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه تشکیل دادند و تعداد ۲۰۹ نفر با روش تصادفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها با استفاده از پرسشنامه‌ی محقق ساخته جمع‌آوری گردید که روایی آن توسط پانل متخصصان تایید و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۵ تایید شد. عامل‌های مؤثر کارآفرینی گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان با تحلیل عاملی اکتشافی استخراج شد که به ترتیب عبارتند از: عوامل اقتصادی، اجتماعی، نهادی، فردی و محیطی می‌باشد. در نهایت مدل استخراج شده از تحلیل عاملی اکتشافی جهت اعتبارسنجی با نرم‌افزار لیزرل بررسی شد و مدل اصلاح شده‌ی نهایی از برازش مطلوبی برخوردار بود. واژگان کلیدی: کارآفرینی، گردشگری روستایی، کرمانشاه.

Analysis the effective factors of rural tourism entrepreneurship development in Kermanshah province

T. Ehsanifar¹, S. Shahbazi², M. Shahmoradi³, M. Alavinia⁴, R. Abedin Zhadeh⁵

¹ M.Sc. Graduated of Entrepreneurship Management, Razi University, Iran ,

² Ph.D. Student, Agricultural Education and Extension, Razi University, Iran

³ Ph.D. Student, Agricultural Development, Razi University, Iran

⁴ M.Sc. Student, Agricultural Education and Extension, Kurdistan University, Iran

⁵ B.S. Graduated of commercial management, University of Guilan, Iran

Abstract

Nowadays rural tourism is considered one the most significant sectors of economic activity. Current applied research seeks to investigate the effective factors of rural tourism entrepreneurship development in Kermanshah province. Implement the present research, qualitative and quantitative methods were used. The statistical population of the present research was comprised of 9797 villagers residing in tourism destination villages of Kermanshah province and 209 people were randomly selected as the sample. The data was collected using a researcher-made questionnaire whose validity was confirmed by a panel of experts and its reliability was confirmed by using of the Cronbach's alpha coefficient 0.85. Effective factors of rural tourism entrepreneurship were extracted from the point of the villagers in the through exploratory factor analysis. The effective factors include economic, social, institutional, individual and environmental factors. Finally, the extracted model was explored from exploratory factor analysis, and it was validated using Laser software. By modifying the and the final modified model took advantage of good fitting.

Keywords: Entrepreneurship; Rural Tourism; Kermanshah.

مقدمه

چالش‌های روزافزون توسعه روستایی نظیر قیمت پایین محصولات کشاورزی، افزایش هزینه‌های تولید، فشارهای زیست محیطی، تغییرات آب و هوا، جهانی‌سازی، صنعتی شدن، نبود برنامه‌های دولتی حمایت‌کننده از کشاورزی و نوسان بازارهای محصولات روستایی و کشاورزی، درآمد روستاییان و کشاورزان خرده‌پا را در آمریکا، اروپا و سراسر جهان روز به روز کاهش می‌دهند (یانگ، ۲۰۱۲: ۳۷۳؛ مگ گهی، ۲۰۰۷: ۱۱۳) به طوری که کاهش توانایی روستاییان برای تولید درآمد کافی سبب شده است که بسیاری از روستاییان مجبور به فروش مزارع خود شوند و در جاهای دیگر به دنبال شغل و درآمد بگردند و یا به دنبال راهبردهای اقتصادی گزیدار و منابع درآمد جدید تنوع اقتصاد محلی برای خود باشند (دولی و مگ گهی، ۲۰۰۲: ۱۲۵). دلایل این امر ناشی از این است که برنامه‌های توسعه روستایی، علی‌رغم تمام کوشش‌ها و تلاش‌ها، با موفقیت همراه نبوده و نتوانسته‌اند مسایلی نظیر فقر، اشتغال و پایداری را رفع نمایند؛ در این راستا، اگرچه تاکنون راهبردهای متفاوتی برای توسعه روستایی مطرح شده است، اما تجارب جهانی و شرایط کنونی حاکم بر کشورهای در حال توسعه بویژه کشور ایران، لزوم به‌کارگیری راهبرد جدیدی را برای توسعه روستاهای کشور بیش از پیش آشکار نموده است.

کارآفرینی گردشگری روستایی یکی از راهبردهایی است که در چند دهه اخیر برای متنوع ساختن اقتصاد روستایی و توسعه پایدار روستایی مطرح شده است. اکثر کشورهای جهان این نوع گردشگری را به عنوان راهبردی نوین برای توسعه اجتماعی-اقتصادی، احیا و بازسازی نواحی روستایی مد نظر قرار داده‌اند (سو، ۲۰۱۱: ۱۴۳۹؛ پارلیس، ۲۰۰۲: ۱۱۰۳). این امر بویژه در کشورها و مناطقی که گزینه‌های محدودی برای توسعه روستایی دارند، بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. در اقتصاد ایران نیز گردشگری روستایی می‌تواند با توجه به گوناگونی محیطی و مزیت‌های نسبی موجود در آن به عنوان یکی از عرصه‌های تنوع بخشی به اقتصاد روستایی مد نظر قرار گیرد؛ به طوری که در شرایطی که بسیاری از فعالیت‌های اقتصاد روستایی و سطح درآمد کشاورزی، طی دهه‌های اخیر دچار افول شدید شده و افزایش نرخ بیکاری و در نتیجه خروج نسل جوان و تحصیل کرده از جامعه روستایی، توسعه روستاها را به مخاطره انداخته است، توسعه گردشگری و کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی می‌تواند تا حدودی این مناطق را از رکود و انزوا خارج کند و موجب تنوع فرهنگی و گسترش توسعه روستایی شود (مطیعی لنگرودی و نصرتی، ۱۳۹۰: ۷۳)؛ به طوری که صنعت گردشگری با ایجاد فرصت‌های شغلی جدید و سود ناشی از ارز خارجی، توسعه اقتصادی را برای کشور به دنبال دارد (کالا و ماخوری، ۲۰۱۱: ۹۱) و موجب افزایش درآمدهای ملی می‌شود (اسعلاجی و همکاران، ۱۳۹۰: ۲۶۲). با توجه به دلایل ذکر شده می‌توان گفت: گردشگری به عنوان یک صنعت جدید، بخش مهمی از فعالیت‌های اقتصادی و تولیدی کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه را به خود اختصاص دهد (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۹). در واقع، این صنعت به عنوان یکی از راه‌های درآمدزایی، ارزش افزوده بسیاری داشته (رضوانی، ۱۳۷۹) و از آن به عنوان گذرگاهی برای توسعه یاد کرده‌اند (رینهولد و تکدیر، ۲۰۰۰). به طور کلی، کارآفرینی گردشگری روستایی نوعی تنوع درآمد برای خانوارهای روستایی برای مقابله با فشارهای مالی فراهم می‌کند و گسترش آن می‌تواند فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل گوناگونی را در مناطق روستایی به وجود آورد. این امر به نوبه خود، اشتغالزایی و کاهش نرخ بیکاری و مهاجرت از روستا به شهر را به دنبال داشته و موجب انتقال نیروی کار مازاد بخش کشاورزی و دامداری به بخش خدمات می‌شود (بابوچریس، ۲۰۱۳).

بنابراین، کارآفرینان گردشگری روستایی، کارآفرینی و ظرفیت موجود را ترکیب کرده و یک فعالیت اقتصادی جدید را به نام کارآفرینی گردشگری روستایی خلق می‌کنند که جریان مداومی از درآمد و ثروت را برای آن‌ها به وجود می‌آورد. به عبارت دیگر، کارآفرینی گردشگری

¹Yang

²McGehee

³Doyle and McGehee

⁴Su

⁵Perales

⁶Kala & Maikhuri

⁷Reinhold Tk.diar

⁸Bobochiaris



روستایی راهکاری جدید در نظریه‌های توسعه برای توانمندسازی و ظرفیت‌سازی در مناطق روستایی در جهت کاهش شکاف شهر- روستا، ایجاد برابری اقتصادی، اجتماعی، محیطی و نهادی و ابزاری مهم برای رسیدن به توسعه پایدار به‌شمار می‌رود. این راهبرد نوین در توسعه مناطق روستایی به علت ماهیت اشتغالزایی بالا، می‌تواند برای روستاییان، اشتغال مولد و برای بیکاران فصلی، اشتغال موقت ایجاد نماید و ماندگاری در روستا را تسهیل نماید (رکن الدین افتخاری، ۱۳۹۲: ۳۶). لذا، گسترش کارآفرینی گردشگری روستایی موجب روی آوردن مردم به فعالیت‌های سازنده و رونق اقتصادی و در نتیجه کاهش فقر می‌شود که در نهایت، گسترش خدمات اجتماعی و رشد سرمایه‌گذاری در مناطق روستایی را در پی خواهد داشت (چریستوس و همکاران، ۲۰۱۴: ۳۸۰)؛ به طوری که کارآفرینی گردشگری با ایجاد تقاضای جدید موجب به وجود آمدن فرصت‌های شغلی، ارتقای سطح درآمد خانوار، تعامل فرهنگ‌ها، افزایش سطح آگاهی‌ها، تغییر در ساختارهای موجود و ایجاد زیرساخت‌ها و بستر لازم برای توسعه فعالیت‌های مختلف در نواحی روستایی می‌شود (لردکاپیندیز، ۲۰۰۵: ۷۸۹). در این راستا، ایران به لحاظ جاذبه‌های گردشگری در میان ۱۰ کشور برتر دنیا قرار دارد، اما به لحاظ بهره‌برداری از این جاذبه‌ها، در رده‌های آخر جدول قرار گرفته است؛ به طوری که بر اساس آمار منتشره، سهم ایران از بازار گردشگری فقط ۰/۰۵ درصد است. جدا از جاذبه‌های تاریخی که در نوع خود در سطح جهانی بی‌نظیر هستند، وجود برخی موهبت‌های طبیعی مانند روستاهای تاریخی و شگرف، تمدنی غنی، جلوه‌های بی‌نظیر از گردشگری می‌تواند صنعت گردشگری کشور را با تحولی عظیم روبرو سازند. تنوع آب و هوایی و چهار فصل بودن طبیعت ایران و مستعد بودن کلیه مناطق برای تولید محصولات روستایی عامل مؤثری است که می‌تواند گردشگری روستایی ایران را توسعه دهد. روستاهای کشور، محصولات متنوع و متفاوت از یکدیگر را تولید می‌کنند. مراسم خاص و مرتبط با کاشت و برداشت محصول در مناطق مختلف به شیوه‌های گوناگون برگزار می‌شود و به تبع آن فرهنگ، رسوم و صنایع دستی ویژه‌ای در هر یک از روستاها می‌توان یافت. این تنوع می‌تواند در گسترش کارآفرینی گردشگری روستایی و تقویت این شاخه از گردشگری در کشور بسیار موثر باشد (کامانی، ۲۰۱۳: ۲۲۶). این در حالی است که متأسفانه در خصوص جذب گردشگر در مناطق روستایی کشور برنامه‌ریزی درستی انجام نشده است و متولیان امر در این زمینه چندان موفق عمل نکرده‌اند. در تأیید این مدعا می‌توان به نبود فرصت شغلی، بیکاری فزاینده و فقر که از مشکلات اساسی روستاهای به‌شمار می‌رود، استناد نمود. مشکل زمانی حادث می‌شود که شرایط مذکور زمینه‌ساز مهاجرت روستاییان به مناطق شهری می‌شود. این امر، مشکلاتی نظیر حاشیه‌نشینی، افزایش نرخ بیکاری، افزایش جرم و جنایات و بزهکاری اجتماعی را برای شهرها و روستاها و در واقع برای کل کشور به وجود آورده است؛ اما به وجود آمدن این مشکلات در مناطق شهری، تنها یک روی مشکلات است؛ روی دیگر مشکل زمانی بروز می‌کند که روستاها از وجود نیروی کار جوان و کارآمد محروم می‌شوند. به بیان دیگر، جوان‌گزین و نخبه‌گزین بودن مهاجرت‌های روستایی، از جمله عواملی است که فرایند توسعه درون‌زا و روند بهبود شرایط زندگی را در روستا مختل می‌سازد (هلیچ و همکاران، ۲۰۰۲: ۳۶۸). این در حالی است که با وجود اهمیت موضوع کارآفرینی گردشگری روستایی تاکنون در این زمینه برنامه منسجمی برای توسعه کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی تدوین نشده است و برنامه‌های که در این زمینه وجود دارد چندان موفق عمل نکرده‌اند. دلیل این امر از یک طرف ناشی از وجود محرک‌ها و مشکلاتی است که توسعه کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی با آن‌ها مواجه است و از طرف دیگر به دلیل عدم آشنایی متولیان امر توسعه کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی است. براین اساس، با توجه به اهمیت موضوع گردشگری و نقش اساسی کارآفرینی در توسعه این بخش، به شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری کارآفرینی پرداخته شده است.

¹Christos et al

²Lordkipanidze

³Kamani

⁴Heilig et al.

پیشینه تحقیق

با توجه به اهمیت گردشگری روستایی به بررسی مطالعات داخلی و تحقیقات صورت گرفته، پرداخته شده است. در ارتباط با گردشگری روستایی تحقیقات فراوانی صورت گرفته است و همگی به این نتیجه رسیده اند که در صورت وجود برنامه ریزی و قانون مندی مناسب این صنعت می تواند منافع فراوانی را نصیب جوامعی که اهتمام کافی در جهت توسعه آن نموده اند بنماید. متاسفانه تعداد این تحقیقات در کشور ما چندان قابل توجه نمی باشد و در حد چند پایان نامه و مقاله محدود شده است ولی کشورهای اروپایی به ویژه به این پدیده به عنوان یک شاخه تحقیقاتی مهم پرداخته اند. با این وجود در این قسمت سعی شده با گردآوری اطلاعات جامع از منابع داخلی و خارجی، کلیات موضوع را روشن نماییم.

کرمی دهکردی و همکاران در ۱۳۸۹ در پژوهشی با عنوان تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان استان چهارمحال و بختیاری پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می دهد که هفت عامل برنامه ریزی دولتی، مشارکت، فرهنگی - اجتماعی، اقتصادی، بهداشتی و محیط زیست، امنیت و آرامش و تبلیغات و سودمندی در مجموع ۷۲/۰۴ درصد واریانس عوامل موثر بر توسعه گردشگری در این استان را تبیین کرده اند.

جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲)، در مطالعه ای به بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل، اقدام کرده اند. نتایج نشان داد ۶ عامل اقتصادی، اجتماعی، زیرساختی، ترویجی، فردی رفتاری و محیطی مهم ترین عوامل پیش برنده و همچنین، ۶ عامل اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی، آموزشی- مدیریتی، روانشناختی، فنی و سیاستگذاری، مهم ترین موانع بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان در محدوده مورد مطالعه هستند. نتایج تحقیق رکن الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) نیز تحت عنوان "تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی" نشان داد که از دیدگاه هر دو گروه مطالعاتی (مسئولان و کارآفرینان) عامل اقتصادی با میانگین از اهمیت بیشتری در توسعه کارآفرینی گردشگری برخوردار است. همچنین در مطالعه امیری و همکاران در ۱۳۹۵ که با عنوان ارائه یک مدل مفهومی به منظور بررسی تاثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه کارآفرینی روستایی انجام شد، بیان کردند که چهار بعد روستا، کشاورزی، مزرعه و گردشگر از طریق اثرات اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی و زیست محیطی بر توسعه کارآفرینی روستایی اثرگذار است.

راشل (۲۰۰۸)، در مطالعات خود بیان می کند که محیط کارآفرینی از عواملی مانند عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تشکیل می شود که در تمایل و توانایی افراد برای انتخاب فعالیت های کارآفرینی اثرگذار هستند. همچنین نواز (۲۰۰۹) در مطالعه ای به بررسی عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش اقدام کرد. نتایج پژوهش نشان داد ۳ نوع عوامل؛ عامل قانونی، عامل هنجاری و عامل شناختی در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش تأثیرگذار هستند.

مبانی نظری

با توجه به اهمیت گردشگری روستایی به عنوان یک فعالیت گسترده گردشگری و تاکید روزافزون به آن در سیاست های ملی و منطقه ای، بدیهی است که تعریف مشترک و قابل قبولی از گردشگری روستایی نمی تواند، وجود داشته باشد. باید پذیرفت که ویژگی های متمایزی از قبیل فعالیت ها و موقعیت های ویژه، گردشگری روستایی را از سایر بخش های گردشگری متمایز می سازد. در مجموع، گردشگری روستایی به عنوان بخشی از فرایند توسعه روستایی و توسعه پایدار مورد توجه قرار گرفته است. به گونه ای که وبستر (۱۹۷۵) توسعه روستایی را فرایندی می داند که منجر به افزایش توانایی روستاییان برای کنترل محیط شان شده و از کاربرد وسیع منافعی که این کنترل را تضمین می کنند، ناشی می شود. یکی از راه کارهایی که این کنترل را ضمانت می بخشد، صنعت گردشگری روستایی است. همچنین ویلیرز^۴

^۱Rashel

^۲Nawaze

^۳ Webster

^۴ Williers



(۱۹۹۷) توسعه پایدار را، راهی به سوی ارتقاء استانداردهای زندگی می‌داند، که به مردم این امکان را می‌دهد تا ضمن پی‌بردن به توانمندی‌های خود و برخورداری از یک زندگی آبرومندانه، خوشبختی و سعادت نسل‌های کنونی و آتی را نیز تضمین کنند. گردشگری روستایی، یکی از مفاهیم و اشکال توسعه پایدار است که در آن از منابع موجود در مناطق روستایی به صورت بهینه بهره‌برداری می‌شود. این‌گونه توسعه، کمترین تاثیر مخرب را داراست و یا اصولاً فاقد چنین تاثیراتی است که از رهگذر ارتقای سطح بهره‌وری در مناطق روستایی، ایجاد اشتغال، اصلاح توزیع درآمد، حفظ محیط زیست روستایی و فرهنگ بومی، جلب مشارکت مردم محلی و آرایه شیوه‌های مناسب برای منطبق ساختن باورها و ارزش‌های سنتی با شرایط کنونی، منافع روزافزونی را نصیب مناطق روستایی می‌نماید (خیاطی، ۱۳۸۲).

هم‌اکنون گردشگری روستایی به عنوان صنعتی که به طور بالقوه دارای پایداری است، قلمداد می‌شود. هرچند که ممکن است تاثیرات منفی نیز در پی داشته باشد، البته موانع بسیاری بر سر راه توسعه صنعت گردشگری وجود دارد. از این رو هر دو نوع اجرا، نظارت و برنامه‌ریزی کوتاه مدت و بلندمدت برای اجتناب از آسیب رسیدن به مناطق روستایی امری حیاتی است. توریسم روستایی برای دستیابی به پایداری نیازمند مدیریت محیط زیست، مشارکت محلی، قوانین صریح، بازاریابی پایدار و برنامه‌ریزی واقع بینانه می‌باشد (خیاطی، ۱۳۸۲).

پایداری گردشگری در مناطق روستایی بدون شناخت از منابع بالقوه و طبیعی و فرهنگی منطقه روستایی در بلند مدت صورت نمی‌گیرد و پایداری آن منوط به شناخت منابعی از جمله توانایی‌های بالقوه و طبیعی و از سوی دیگر شناخت آداب و رسوم و عقاید و روند شکل‌گیری سنت‌های اجتماعی مردم روستایی است. این ثبات و توسعه آن نیازمند روش‌های جدید در تشویق مردم روستایی، برای ایجاد زمینه‌های مشارکت از طریق افزایش آگاهی‌ها که خود زمینه رشد درآمد از یک سو و بالابردن سطح استاندارد زندگی آن‌ها را از دیگر سو، فراهم می‌سازد، می‌باشد. اساس توسعه پایدار توریسم در نظر داشتن رابطه‌ای است که میان سه جزء سازنده محیط‌زیست توریسم برقرار است. این سه جزء عبارتند از: گردشگران، مقصد گردشگری و جامعه میزبان. این رابطه می‌تواند پیچیده و پویا و سازنده یا مخرب باشد. از یک طرف توریسم می‌تواند با مشارکت در اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد، اقتصاد جوامع محلی را احیا نماید و در تقویت فرهنگ محلی سهمیم باشد و از دیگر سوی، قادر است اقتصاد محلی را از جلوه بیاندازد و کیفیت زندگی و محیط زیست جوامع محلی را پایین آورد. بنابراین هدف اصلی توریسم پایدار این است که با حفظ منابع طبیعی در درازمدت بین این سه جزء تشکیل دهنده گردشگری، اعتدالی موزون برقرار نماید (شارپلی، ۱۳۸۰).

روش بررسی

تحقیق حاضر از نظر ماهیت کمی - کیفی، از نظر هدف کاربردی و از لحاظ نحوه گردآوری داده‌ها توصیفی - پیمایشی است. جامعه مورد مطالعه در بخش کیفی ۱۵ نفر از کارشناسان و متخصصان گردشگری و در بخش کمی، ۱۴ روستای هدف گردشگری استان کرمانشاه، مطالعه شد. جامعه آماری را روستاییان ساکن در روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه که جمعیتی بالغ بر ۹۷۹۷ نفر هستند، تشکیل می‌دهند، که طبق جدول بارتلت و همکاران (۲۰۰۱)، تعداد ۲۰۹ نفر از طریق روش نمونه‌گیری تصادفی با فن‌انتساب متناسب به عنوان نمونه انتخاب شدند. در ادامه به منظور شناسایی عوامل بازدارنده کارآفرینی گردشگری روستایی به منظور ساخت پرسشنامه از مصاحبه‌های عمیق و نیمه ساختارمند با کارشناسان سازمان میراث فرهنگی و حوزه گردشگری استان کرمانشاه که به صورت هدفمند و با تکنیک گلوله برفی انتخاب شده بودند، استفاده شد. برای بخش کیفی این مطالعه، جهت گردآوری و تکمیل اطلاعات روش مصاحبه نیمه ساختارمند انجام شد. سنجش پایایی پرسشنامه با بهره‌مندی از روش آلفای کرونباخ انجام شد و مقدار آن ۰/۸۵ محاسبه شد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها

¹Sharpli
²Bartlet

در گروه‌های نمونه، استخراج اطلاعات و انتقال آن‌ها روی رایانه صورت گرفت. به منظور دسته بندی عوامل از تحلیل عاملی اکتشافی با رویکرد تلخیص داده‌ها استفاده شده است. برای پردازش داده‌ها نیز از نرم افزار spsswin22 استفاده گردید و در ادامه، یافته‌های تحقیق ذکر شده است و سپس با نرم افزار لیزرل مدل پژوهش مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها

بر طبق یافته‌های توصیفی، بیشتر افراد مورد مطالعه در فاصله سنی ۲۷ تا ۳۹ سال قرار داشتند، ۷۱ درصد افراد پاسخ‌دهنده متاهل هستند. بیشتر افراد (۳۲/۱) درصد از تحصیلات دانشگاهی برخوردارند و همچنین اکثر افراد، به شغل دامداری و کشاورزی (۶۱/۵) درصد مشغول هستند که نشان از غالب بودن کشاورزی و دامپروری در منطقه مورد مطالعه بوده است. به منظور دسته‌بندی عوامل پیش برنده کارآفرینی گردشگری روستایی از دیدگاه روستاییان از تحلیل عاملی اکتشافی بهره گرفته شد. به منظور رعایت پیش شرط‌های تحلیل عاملی اکتشافی از دو شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شد از آنجا که شاخص $KMO=0.796$ و بیش از ۰/۷۰ می‌باشد لذا داده‌ها برای تحلیل عاملی مناسب تشخیص داده شد. همچنین مقدار آزمون بارتلت $867/787$ بود که در سطح یک درصد معنی‌دار بود. با توجه به ملاک کیسرا ۱ پنج عامل دارای مقادیر ویژه بالاتر از یک استخراج شدند که تبیین کل واریانس این پنج عامل ۷۰/۳۵ درصد گردید. به عبارت دیگر، این پنج عامل توانسته‌اند ۷۰/۳۵ درصد از اثرات توسعه کارآفرینی گردشگری را پیش‌بینی نمایند. همچنین، این یافته نشان می‌دهد که ۲۹/۶۵ درصد از واریانس باقی‌مانده مربوط به دیگر عامل‌هایی است که پیش‌بینی آن‌ها در این پژوهش میسر نشده است.

جدول ۲ تحلیل عاملی اکتشافی عوامل پیش برنده کارآفرینی گردشگری روستایی

عامل	مقدار ویژه	واریانس	واریانس تجمعی
۱	۴/۲۲	۲۶/۸۴	۲۶/۸۴
۲	۳/۴۳	۱۳/۱۶	۴۰/۰۰
۳	۲/۳۱	۱۰/۹۴	۵۰/۹۴
۴	۲/۲۱	۱۰/۳۸	۶۱/۳۲
۵	۱/۷۷	۹/۰۳	۷۰/۳۵

برای تحقیق درباره ماهیت روابط بین متغیرها و دست‌یابی به تعریف عامل‌ها، فرض بر این قرار گرفت که ضرایب بالاتر از ۰/۵ در تعریف عامل‌ها سهم مهم و با معنی دارند و بنابراین ضرایب کمتر از این مقدار به عنوان صفر (عامل تصادفی) در نظر گرفته شد. برای تفسیر پذیر کردن عامل‌ها، از روش چرخش واریماکس استفاده شد. در ماتریس بدست آمده هر متغیری که بار بیشتری بر یک عامل داشته باشد، بدان تعلق می‌گیرد. بر این اساس ۵ عامل استخراج و نامگذاری شد که در جدول (۳) ارائه شده است. یافته‌های چرخش عامل‌ها به روش واریماکس نشان می‌دهد که در عامل اول پنج گویه، در عامل دوم چهار، در عامل سوم سه گویه، در عامل چهارم سه گویه و در عامل پنجم نیز سه گویه جای گرفتند. ملاحظه می‌شود که پنج گویه عامل اول از لحاظ مفهومی، همگی مربوط به مسائل اقتصادی است. این عامل در برگیرنده اثراتی از قبیل «تشکیل صندوق‌های قرض الحسنه روستایی»، «برخوردار از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید»، «ترغیب سرمایه‌گذاران خصوصی برای سرمایه‌گذاری»، «تسهیلات بانکی با بهره‌ی پایین» و «حمایت مالی خانواده» می‌باشد. این عامل با توجه به مقدار ویژه آن (۴/۲۲)، ۲۶/۸۴ درصد از کل واریانس گویه‌ها را تبیین می‌نماید. می‌توان این چنین بیان نمود که گردشگری امتیازات اقتصادی قابل ملاحظه‌ای برای روستاییان و کالبد روستایی از طریق توسعه درآمدی و زیرساختی ایجاد می‌نماید، به طوری که، گردشگری

'Kaiser

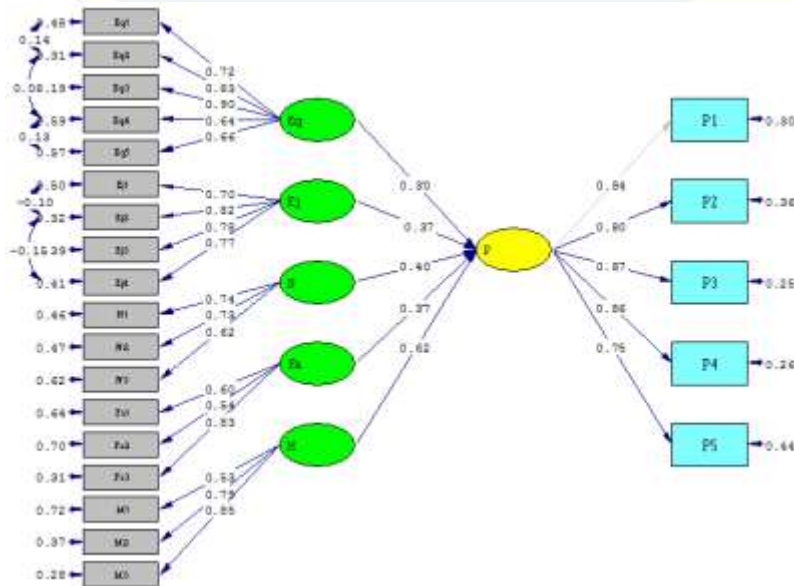
می تواند برای روستاییان با سرمایه اندک، رشد اقتصادی ارگانیک فراهم کند و یک جایگزین بالقوه برای فعالیت های سنتی در روستاها ارائه دهد. عامل دوم مربوط به عوامل اجتماعی موثر بر توسعه کارآفرینی گردشگری است. این عامل دربرگیرنده اثراتی از قبیل «تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب»، «وجود امنیت عمومی در منطقه»، «تمایل افراد به پذیرش گردشگران» و «تقویت ارتباطات با سازمان های مرتبط کارآفرینی» می باشد. این عامل با توجه به مقدار ویژه آن (۳/۴۳)، ۱۳/۱۶ درصد از کل واریانس گویه ها را تبیین می نماید. می توان این چنین بیان نمود که نگاه مثبت افراد جامعه و اطرافیان به بازار آزادکار و تجارت، سبب شده که فرهنگ کارآفرینی در میان ساکنین منطقه از جایگاه مناسبی برخوردار باشد. عامل سوم بیانگر عوامل نهادی می باشد که تاثیر به سزایی بر توسعه کارآفرینی گردشگری دارد. این عامل شامل: «توسعه خدمات مرتبط»، «وجود طرح های حمایتی از کارآفرینی» و «هماهنگی میان نهادها و سازمان های متولی» می باشد. این عامل با توجه به مقدار ویژه آن (۲/۳۱)، ۱۰/۹۴ درصد از کل واریانس گویه ها را تبیین می نماید. می توان چنین بیان کرد که گردشگری با توسعه زیرساخت های آب، برق، حمل و نقل ارتباط تنگاتنگی دارد. به طوری که گردشگری می تواند برطرف کننده مشکلات جاده ای و حمل و نقلی، برق و آب باشد و در نتیجه رفاه بیشتری را برای روستاییان به وجود آورد. عامل چهارم مربوط به عوامل فردی می باشد که توسعه روزافزون گردشگری بر آن ها تاثیر دارد. این عامل شامل: «اعتماد به نفس در پذیرش مسئولیت و کار»، «وجود پشتکار در فعالیت کارآفرینانه» و «توانایی مدیریت صحیح مسائل و مشکلات» می باشد. این عامل با توجه به مقدار ویژه آن (۲/۲۱)، ۱۰/۳۸ درصد از کل واریانس گویه ها را تبیین می نماید. می توان این چنین نتیجه گیری کرد؛ توسعه گردشگری می تواند خلاقیتی که در بین جوانان روستایی از بین رفته، فعال سازد و اعتماد به نفس از دست رفته آن ها را برگرداند. در نهایت عامل پنجم مربوط به اثرات محیطی می باشد که در نتیجه توسعه گردشگری به بار می آید. این عامل از قبیل: «شرایط اقلیمی مناسب»، «وجود منابع و جاذبه های تاریخی فرهنگی» و «سابقه کم وقوع حوادث غیرمترقبه» می باشد. این عامل با توجه به مقدار ویژه آن (۱/۷۷)، ۹/۰۳ درصد از کل واریانس گویه ها را تبیین می نماید. به طوری کلی در زمینه اثرات محیطی می توان گفت: وجود جاذبه های اقلیمی و منطقه ای در مناطق روستایی هدف گردشگری که به دلایل مختلف ناشناخته مانده است با استفاده از گردشگری می تواند شناسایی شود و موجب آثار مثبت برای توسعه محیط روستا و بهبود معیشت روستاییان شود.

جدول ۳ عوامل پیش برنده‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی

بار عاملی	متغیر	عوامل
۰/۷۴۸	تشکیل صندوق‌های قرض الحسنه روستایی	اقتصادی
۰/۷۶۸	برخوردراری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید	
۰/۶۴۳	ترغیب سرمایه‌گذاران خصوصی برای سرمایه‌گذاری	
۰/۵۵۴	تسهیلات بانکی با بهره‌ی پایین	
۰/۵۰۹	حمایت مالی خانواده	اجتماعی
۰/۷۰۹	تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب (از طریق بروشور و...)	
۰/۶۹۹	وجود امنیت عمومی در منطقه	
۰/۶۹۸	تمایل افراد به پذیرش گردشگران (میهمان‌پذیری)	
۰/۵۰۲	تقویت ارتباطات با سازمان‌های مرتبط کارآفرینی	نهادی
۰/۷۲۴	توسعه خدمات مرتبط با حمل و نقل، آب، برق، سوخت و...	
۰/۶۴۱	وجود طرح‌های حمایتی از کارآفرینی در بخش گردشگری	
۰/۵۳۴	هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های متولی	
۰/۷۱۳	اعتماد به نفس در پذیرش مسئولیت و کار	فردی
۰/۶۴۵	وجود پشتکار در فعالیت کارآفرینانه	
۰/۵۵۷	توانایی مدیریت صحیح مسائل و مشکلات	
۰/۶۴۵	شرایط اقلیمی مناسب	محیطی
۰/۵۶۰	وجود منابع و جاذبه‌های تاریخی فرهنگی	
۰/۵۳۸	سابقه کم وقوع حوادث غیرمترقبه	

برازش مدل^۱

به طور کلی، برای ارزیابی مدل تحلیل عاملی تاییدی چندین مشخصه برازندگی وجود دارد، در این پژوهش برای ارزیابی مدل تحلیلی عاملی از شاخص‌های NC، میانگین مجذور پس مانده‌ها RMR، شاخص نرم شده برازندگی NFI، شاخص نرم نشده برازندگی NNFI، شاخص برازندگی تطبیقی CFI و شاخص بسیار مهم ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA استفاده شده است. شاخص NC نسبت مقدار کای اسکوتر بر درجه آزادی است. این نسبت که کای اسکوتر نسبی نیز خوانده می‌شود، مقادیر ۱ تا ۵ برای آن مناسب است و مقادیر نزدیک به ۲ تا ۳ بسیار خوب تفسیر می‌شود که در این پژوهش مقدار به دست آمده ۲/۲۱ می‌باشد. هر چه RMR برای مدل مورد آزمون به صفر نزدیک‌تر باشد، مدل مذکور برازش بهتری دارد، مقدار ناچیز PRM در این پژوهش (۰/۰۶۸) نشان دهنده تبیین مناسب کوواریانس است. برای بررسی اینکه یک مدل به خصوص در مقایسه با سایر مدل‌ها ممکن از نظر تبیین مجموعه‌ای از داده‌های مشاهده شده تا چه حد خوب عمل می‌کند، از مقادیر شاخص نرم شده برازندگی NFI، شاخص نرم نشده برازندگی NNFI و شاخص برازندگی CFI استفاده شده است. به اعتقاد گفن و همکاران، مقادیر بالای ۰/۸ دو شاخص اول و بالای ۰/۰۹ شاخص بعدی حاکی از برازش مناسب مدل طراحی شده در مقایسه با سایر مدل‌های موجود است. در نهایت، برای بررسی اینکه مدل مورد نظر چگونه برازندگی و صرفه‌جویی را باهم ترکیب می‌کند، از شاخص بسیار توانمند ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب RMSEA استفاده شده است. تا ریشه میانگین مجذورات تقریب است. این شاخص برای مدل‌های خوب ۰/۰۵ و کمتر است، مدلی که در آن این شاخص ۰/۱۰ یا بیشتر باشد، برازش ضعیفی دارد (هامون^۲؛ ۲۰۰۵). مقدار بسیار ناچیز این شاخص ۰/۰۷۶ برای مدل تحلیلی عاملی تاییدی مدل مولفه‌های لازم برای عوامل بازدارنده توسعه کارآفرینی گرد شگری مورد استفاده در این پژوهش نشان دهنده برازش مناسب و طراحی مناسب طرح تحقیق است. از این رو، در این قسمت می‌توان پارامترهای برآورده شده در مدل به دست آمده را قابل اتکا دانست. شاخص های برازش کلی مدل وضعیت مطلوبی را نشان می‌دهند. حالت استاندارد بودن ضرایب در ادامه رسم شده است. مشاهده می‌شود که در تمام مسیرها، ضرایب مقادیر مطلوبی را نشان می‌دهند. حالت استاندارد بودن ضرایب در ادامه رسم شده است. مشاهده می‌شود که در تمام مسیرها، ضرایب مقادیر مطلوبی را نشان می‌دهند:



شکل ۱ مدل کامل پیش برندهی کارآفرینی گردشگری روستایی در حالت استاندارد بودن ضرایب

^۱Confirmatory Factor Analyze (CFA)
^۲Hamoon

نتیجه گیری

در کشور ایران اقتصاد متکی به نفت موجب رکود بخش کشاورزی و مهاجرت روستاییان و از بین رفتن زمین‌های زراعی و نهایتاً نابودی بسیاری از روستاها و رکود بخش کشاورزی و زاغه نشینی در شهرها شده است. به منظور مقابله با این معضلات و برای رونق بخشیدن به فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد رشد و توسعه‌ی هماهنگ، بخش صنعت و کشاورزی را می‌بایست باز سازی نمود (امین بیدختی و نظری، ۱۳۸۸: ۴۷) و در کنار آنها در جهت توسعه صنایع دیگر تلاش کرد. یکی از اصلی‌ترین این صنایع گردشگری است که یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است و نقش مهمی در توسعه پایدار محلی ایفا می‌کند. این صنعت از طریق ترکیب و بکارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی منابع اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی زیادی را به دنبال دارد (ابراهیم زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۱۸). به این منظور در این پژوهش سعی شده است تا عواملی که موجب توسعه بخش گردشگری می‌شود شنا سایی شود. بنابراین، هدف پژوهش حاضر تحلیل عوامل موثر بر گردشگری کارآفرینی روستایی بود. با توجه به یافته‌های بخش کمی می‌توان گفت: جهت توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی در کنار ویژگی‌های فردی و اجتماعی همچون تبلیغات و اطلاع رسانی مناسب (از طریق بروشور و...)، وجود امنیت عمومی در منطقه، میهمان پذیری روستاییان، تقویت ارتباطات با سازمان‌های مرتبط کارآفرینی، اعتمادبه نفس در پذیرش مسئولیت و کار، وجود پشتکار در فعالیت کارآفرینانه و توانایی مدیریت صحیح مسائل و مشکلات، عامل اقتصادی مثل تشکیل صندوق های قرض الحسنه روستایی، برخورداری از تخفیف‌های مالیاتی در ایجاد کارگاه‌ها و مشاغل جدید و... از پایه‌های اساسی برای شکل گیری فعالیت‌های کارآفرینی گردشگری می‌باشد.

به دنبال عوامل اقتصادی به عنوان پیشگوترین عامل در توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی، فراهم بودن شرایط محیطی و نهادی نیز می‌تواند تقویت کننده‌ی این امر باشد تا روستاییان علاقه‌مند و دارای روحیه‌ی کارآفرینی بتوانند ایفای نقش کرده و ظرفیت‌های خود را برای کارآفرینی گردشگری به کارگیرند. توسعه خدمات مرتبط با حمل و نقل، آب، برق، سوخت و... در روستاها، وجود طرح‌های حمایتی از کارآفرینی در بخش گردشگری و هماهنگی میان نهادها و سازمان‌های متولی از جمله موارد مربوط به نهادهای متولی در این حوزه می‌باشد که با فراهم کردن زیر ساخت‌های فیزیکی و امکانات اولیه‌ی روستا، زمینه را برای توسعه کارآفرینی و پذیرایی گردشگران تسهیل کنند. البته وجود منابع و جاذبه‌های تاریخی-فرهنگی، اقلیم چهار فصل روستاهای هدف گردشگری استان کرمانشاه و سابقه کم وقوع حوادث غیرمترقبه در این روستاها سبب شده که بیش از پیش پذیرای گردشگران درون و خارج استانی باشد. عوامل پیش برنده‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی در پژوهش حاضر عبارتند از: عوامل اقتصادی، اجتماعی، نهادی، فردی و محیطی می‌باشند.

نتیجه حاضر تحقیق با نتایج تحقیق رکن الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) که نشان داد عامل اقتصادی از اهمیت بیشتری در توسعه‌ی کارآفرینی گردشگری برخوردار است، همسو می‌باشد. همچنین نتیجه‌ی تحقیق حاضر با نتیجه تحقیق نواز (۲۰۰۹)، که عوامل هنجاری، شامل: رسم و عادات اجتماعی، دسترسی به سرمایه و پول و میزان ارتباط با بازار را در توسعه کارآفرینی زنان در روستاهای بنگلادش تأثیرگذار می‌داند و با نتیجه تحقیق راشل (۲۰۰۸)، که نشان داد محیط کارآفرینی از عواملی مانند عوامل کلان اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تشکیل شده که در تمایل و توانایی افراد برای انتخاب فعالیت‌های کارآفرینی اثرگذار هستند، مطابقت دارد.

همچنین عوامل استخراج شده از تحقیق جمشیدی و همکاران (۱۳۹۲) که بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی بخش میانکوه شهرستان اردل، پرداختند با عوامل بازدارنده و پیش برنده‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی تحقیق حاضر مطابقت دارد.

همچنین در مدل مستخرج شده از عوامل پیش برنده‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی، مدل اندازه‌گیری تدوین شده برای عوامل اقتصادی و اجتماعی توسط داده‌های گردآوری شده مورد حمایت قرار نگرفت و نیاز به اصلاح را نشان داد که با اصلاح و تغییر در مدل اندازه گیری عوامل اجتماعی و اقتصادی، شاخص‌های برازش کلی مدل عوامل پیش برنده‌ی کارآفرینی گردشگری روستایی نیز از برازش مطلوبی برخوردار بود.

منابع

- امیری، صبا. احسانی فر، تهمنه. نادری، نادر. رستمی، فرحناز. (۱۳۹۵). «ارائه یک مدل به منظور بررسی تاثیر گردشگری کشاورزی بر توسعه روستایی»، نشریه کارآفرینی در کشاورزی، جلد سوم، شماره اول، بهار ۱۳۹۵.
- ابراهیم زاده، عیسی. کاظمی زاده، شمس‌اله. اسکندری ثانی، محمد. (۱۳۹۰). «برنامه ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تاکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)»، پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۷۶، صص: ۱۱۵-۱۴۱.
- استعلاجی، علیرضا. خوش نیت بیاتی، محمد. (۱۳۹۱). «شناخت توانمندی‌های گردشگری و ارائه الگوهای بهینه توسعه گردشگری از دیدگاه جغرافیای کاربردی»، مجله انجمن جغرافیای ایران، سال ۱۰، شماره ۳۴، صص: ۲۵۱-۲۷۴.
- افتخاری، عبدالرضا. پورطاهری، مهدی. مهدویان، فاطمه. (۱۳۹۰). «اولویت بندی ظرفیت‌های گردشگری مناطق روستایی شهرستان نیر»، مجله جغرافیا و توسعه، شماره ۲۴، صص: ۲۳-۳۸.
- امین بیدختی، علی اکبر. نظری، ماشالله. (۱۳۸۸). «نقش گردشگری در صنعت توریسم»، چشم انداز مدیریت، شماره ۳۲، صص: ۶۸-۴۴.
- ایزدی، نسیم. عطائی، پوریا. (۱۳۹۲). «کارآفرینی روستایی و نقش ترویج و آموزش کشاورزی در توسعه آن»، فصلنامه نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی، سال ۱۱، شماره ۴۰، صص: ۳۰-۳۴.
- تی‌پترین، تد. (۱۳۸۱). کارآفرینی به منزله یک نیروی اقتصادی در توسعه روستایی. ترجمه حمیدرضا زرنگار، نشریه جهاد. سال ۲۲، شماره ۲۵۳، تاریخ انتشار اثر به زبان اصلی ۱۹۹۴، صص: ۶۸-۷۵.
- جمشیدی، علی. جمینی، داود. نظری سرمازه، حمید. (۱۳۹۲). «بررسی عوامل پیش برنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی زنان روستایی»، فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، سال ۴، شماره ۲، صص: ۱۳۷-۱۶۶.
- خیاطی، محمدرضا. (۱۳۸۲). «توریسم روستایی و تاثیر آن بر جوامع روستایی مطالعه موردی: تایلند»، مجله جهاد ماهنامه توسعه روستایی و ترویج کشاورزی، شماره ۲۵۷.
- رضوانی، محمدرضا؛ نجارزاده، محمد، (۱۳۸۷). «بررسی و تحلیل زمینه‌های کارآفرینی روستاییان در فرایند توسعه نواحی روستایی»، توسعه کارآفرینی، سال ۱، شماره ۲، صص: ۱۶۱-۱۸۲.
- رضوانی، علی اصغر. (۱۳۷۹). جغرافیا و صنعت توریسم، چاپ اول: انتشارات دانشگاه پیام نور، تهران.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا. پوطاهری، مهدی. فضلی، نفیسه. (۱۳۹۳). «تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی»، مجله برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال سوم، شماره ۸، صص: ۱۰۷-۸۷.
- شهیدی، محسن. (۱۳۸۸). «بررسی تاثیرات توریسم در برنامه‌ریزی نواحی روستایی». پژوهش‌های جغرافیایی انسانی، شماره ۶۷، صص: ۹۹-۱۱۳، بهار.
- شاپلی، ریچارد. (۱۳۸۰). گردشگری روستایی، ترجمه منشی‌زاده رحمت‌اله و فاطمه نصیری، انتشارات منشی، چاپ اول، تهران.
- مطیعی لنگرودی، حسن. نصرتی، ماهره. (۱۳۹۰). «امکان‌سنجی توسعه گردشگری در نواحی روستایی از دیدگاه گردشگران در بخش کرگانرود شهرستان تالش»، جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، شماره ۲۲، صص: ۸۴-۶۹.
- Bartlett, J. E.; J. W. Kotrlik & C. C. Higgins. (2001). Organizational research: Determining appropriate sample size in survey research, Information Technology, Learning, and Performance Journal, 19(1): 43- 50.
- Bobochiaris, K. (2013). Ecological Parks in Evritania, adskarpenisi.blogspot.(transcend 25/8/2013).
- Christos, A. Panayiotis, R. Maria T. (2014). Tourism Entrepreneurship and the Adoption of Sustainable Resources. The Case of Evritania Prefecture. Procedia - Social and Behavioral Sciences 148 (2014) 378 – 382.
- Crane/F./ and Meyer/M. (2009). The entrepreneurial climate in canada: the entrepreneurs viewpoint, Journal of small business and entrepreneurship/19(3): 223-231.

- Doyle, A. B., & McGehee, N. G. (2002). Case Statement for the Development of Agri-Tourism in the Commonwealth of Virginia. Unpublished document. Blacksburg, VA: Virginia Tech.
- Heilig, K., and Gerhard, M. (2002). European Rural Development, International Institute for Applied Systems Analysis, Luxembourg, Austria.
- Kala, C. P., & Maikhuri, R. K. (2011), Mitigating people-park conflicts on resource use through ecotourism: A case of the Nanda Devi Biosphere Reserve, Indian Himalaya, Journal of Mountain Science, 8(1), 87-95.
- Kamani, A. (2013). A look at the status of agritourism in the world and Iran. Jam-e-Jam Newspaper, 29th of Mordad.
- Lauros, P. (1999). Encyclopedia of Science. Gotenborg Press, vol: 33, 209 pp.
- Lordkipanidze, M., Brezet, H., Backman, M., 2005, The Entrepreneurship Factor in Sustainable Tourism Development, Journal of Cleaner Production No.13, PP. 787- 798.
- McGehee, N.G. (2007). An Agritourism Systems Model: A Weberian Perspective, Journal of Sustainable Tourism, 15(2): 111-124.
- Nawaz, F. (2009). Critical Factors of Women Entrepreneurship Development in Rural Bangladesh. U.S.A: Bangladesh Development Research Center (BDRC).
- Perales, R. (2002). Rural Tourism in Spain. Annals of Tourism Research, 29(4): 1101-10.
- Reinhold Tk. diara A., (2000), the role of the Tourism in development planning, Department of Business management.
- Russel, S., Kerry, A. (2008). Dose School Choice Increase the Rate of Youth Entrepreneurship? Economic of Education Review, 27, PP. 429-438.
- Su, B. (2011). Rural Tourism in China. Tourism Management, 32(6): 1438-41.
- Yang, L. (2012). Impacts and Challenges in Agritourism Development in Yunnan, China, Tourism Planning & Development, 9(4): 369-381.

