

Analyzing the effects of tourism entrepreneurship on the reconstruction of rural spaces (Case Study: Rural Settlements of Avaj township, Qazvin Province)

Manijeh Ahmadi ^{1*}, Jamshid Einali ² and Saeid Shahsavand Inanlou ³

1. Assistant Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran

2. Associate Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran

3. M.A, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran

* Corresponding Author, ahmadi.manijeh@znu.ac.ir

Received Date:
11/03/2024

Revise Date:
21/12/2024

Accepted Date:
27/12/2024

Published Date:
20/03/2025

Article Info Abstract


Research Paper
Volume 5, Issue 18, winter 2024
Pages 80-94

Tourism Entrepreneurship as a Key Factor in the Economic and Social Development of Rural Areas A Study on the Reconstruction of Rural Spaces Tourism entrepreneurship, as one of the main pillars of economic and social development in rural areas, plays a significant role in the reconstruction and improvement of rural spaces. This study aims to analyze the affecting tourism entrepreneurship and the reconstruction of rural spaces. The research is applied in its objectives and descriptive-analytical in terms of its nature and methodology. Data were collected through both library and field studies. The spatial scope of the study includes 11 tourist-oriented villages in Avaj County. The statistical population consists of 2,546 rural households residing in these villages, with a sample of 250 households selected based on the adjusted Cochran formula. The main research instrument was a questionnaire, whose validity was tested using Cronbach's alpha ($\alpha = 0.81$). Data analysis was conducted using one-sample t-tests, Friedman tests, and path analysis. The results of the study indicate that tourism entrepreneurship significantly influences the physical, socio-cultural, environmental, and economic dimensions. The most important factors affecting the physical dimension include the use of new architectural styles and technologies in housing, as well as increased competition for the ownership of pristine and scenic lands in the foothills and riverbanks. Furthermore, the results of path analysis reveal that the socio-cultural index has the highest impact on tourism entrepreneurship, with a standardized beta coefficient of (0.293).

Keywords: Tourism entrepreneurship, Restructure, Rural development, Qazvin province.

Cite this article:

Ahmadi, M., Einali, J., & Shahsavand Inanlou, S. (2024). Analyzing the effects of tourism entrepreneurship on the reconstruction of rural spaces (Case Study: Rural Settlements of Avaj township, Qazvin Province). *Journal of Economic Geography Research*, 5(18), 80-94.

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2024618.1160>



2821-2266 © University of Zanjan.

This is an open access article under the CC BY-NC/4.0 License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

One of the most important aspects of tourism entrepreneurship in rural areas is the use of cultural heritage and natural resources as tourist attractions. This process can help in the reconstruction of rural areas, as tourist demand for experiencing local cultures, handicrafts, traditional architecture, and natural attractions creates an incentive for the preservation and revitalization of these resources. Specifically, tourism projects can assist in the protection of the environment and natural resources such as forests, mountains, and lakes.

Accordingly, this study aims to examine the effects of tourism entrepreneurship on the reconstruction of rural spaces in the Avaj district of Qazvin province, providing an image of rural reconstruction through tourism entrepreneurship. The rural settlements in this region, due to their natural (e.g., pristine beauty, hot springs, mineral springs, caves, etc.) and cultural attributes, have high potential for attracting tourists. On the other hand, these capabilities have led to the expansion of villa and second-home construction in the studied villages, which has created employment opportunities for locals in various sectors of the construction industry. This has resulted in extensive reconstruction transformations in these areas in terms of economic, social, and other dimensions.

Methodology

This study is applied in terms of its objective and descriptive-analytical in terms of its nature. The geographical scope of the research includes 11 tourism-oriented villages with attractions in the Avaj district (Qazvin province). The statistical population consists of 2,546 rural households residing in these villages, and the sample size, based on Cochran's adjusted formula with a sampling error of 0.05, was determined to be 250 households. The main research tool is a

questionnaire, with both open and closed-ended questions. Open-ended questions include items such as gender, age, education, and similar aspects, while closed-ended questions use a five-point Likert scale (ranging from very low to very high) to measure the impacts of tourism on the reconstruction of the studied villages. The validity of the research tool was confirmed through feedback from university professors, following necessary revisions. The reliability of the questionnaire, measured using Cronbach's alpha, was found to be 0.81, indicating a high level of confidence. Given the number of households in the studied villages and the calculated sample size, approximately one questionnaire was distributed for every ten households. Finally, the collected data were analyzed using SPSS software, with descriptive and inferential statistical methods (one-sample t-test, Friedman test, and path analysis) employed for data analysis.

Results and discussion

The reconstruction of rural spaces in the studied region, due to the development of tourism entrepreneurship, as revealed by the one-sample t-test, indicates that the calculated mean across all dimensions (economic, socio-cultural, physical, and environmental) is higher than the desired threshold value (3). The results of ranking the examined dimensions (economic, socio-cultural, physical, and environmental) using the Friedman test show that the physical dimension, with a mean rank of 4.93, and the socio-cultural dimension, with a mean rank of 3.95, are the most significant indicators of the impact of tourism entrepreneurship on the reconstruction of the studied villages.

Furthermore, the results of regression analysis indicate a significant relationship between tourism entrepreneurship and the reconstruction of rural spaces in the studied settlements. The regression model results show that tourism entrepreneurship explains

71.3% of the changes in rural reconstruction. Additionally, the explained variance results for the linear regression model suggest that all four components (economic, socio-cultural, physical, and environmental) exhibit significant differences at the 99% confidence level. Among the dimensions, the socio-cultural component, with a beta coefficient of 0.293, has the most direct impact on rural reconstruction in the region, while the economic component, with a beta coefficient of 0.093, has the least impact.

Conclusion

The findings of the research indicate that the greatest impact of tourism entrepreneurship is observed in the physical dimension. The main reason for this can be attributed to the development of road infrastructure and increased interactions between the tourist-friendly villages of the region and urban areas, as well as the growing attention these villages have received from migrants over the years for leisure purposes. This has led to an increase in the construction of second homes for tourism and their impact on attracting infrastructural services such as road improvement and asphaltting, water and gas pipeline installation, and similar developments. Finally, the results of ranking the sample villages based on the significance of tourism entrepreneurship components, using the Kruskal-Wallis test, indicate that the villages of Mashaneh, Arteshabad, and Hesar Vali-Asr have the highest mean ranks across all dimensions of tourism entrepreneurship among the studied villages. In contrast, the villages of Abbasabad and Mansour have the lowest mean ranks.

Funding

There is no funding support

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

The authors of the article thank the villagers for their responses to the research questionnaires.

تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری بر بازساخت فضاهای روستایی (مطالعه موردی: سکونتگاه‌های روستایی شهرستان آوج، استان قزوین)

منیژه احمدی^{۱*}، جمشید عینالی^۲ و سعید شاهسوند اینانلو^۳

۱. استادیار، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

۲. دانشیار، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

۳. کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

تاریخ انتشار:

۱۴۰۳/۶/۳۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۰/۰۷

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۰/۰۱

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۱۲/۲۱

اطلاعات مقاله چکیده

کارآفرینی گردشگری به‌عنوان یکی از ارکان اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی در مناطق روستایی، نقش مهمی در بازسازی و بهبود فضاهای روستایی ایفا می‌کند. پژوهش حاضر به تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری و بازساخت فضاهای روستایی می‌پردازد و به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و از نظر ماهیت و روش در زمره تحقیقات توصیفی-تحلیلی محسوب می‌شود. برای گردآوری داده‌ها از مطالعات کتابخانه‌ای و میدانی استفاده گردید. قلمرو مکانی آن ۱۱ روستای هدف گردشگری، شهرستان آوج است. جامعه آماری پژوهش ۲۵۴۶ خانوار روستایی ساکن در این روستاها می‌باشند که نمونه‌گیری آن‌ها بر اساس فرمول اصلاح شده کوکران برابر با ۲۵۰ خانوار به دست آمد. ابزار اصلی پژوهش پرسشنامه‌ای بود که روایی آن از طریق آلفای کرونباخ بررسی شد ($\alpha = 0.81$). تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای، فریدمن و تحلیل مسیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، کارآفرینی گردشگری به ترتیب در ابعاد کالبدی، اجتماعی-فرهنگی، زیست محیطی و اقتصادی مؤثر است. مهمترین گویه‌های مؤثر بر ابعاد کالبدی شامل استفاده از سبک‌های معماری و فناوری‌های جدید در بخش مسکن، افزایش رقابت برای تملک اراضی بکر و زیبا در دامنه‌ها و حاشیه رودخانه می‌باشد. علاوه بر این نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد، شاخص اجتماعی-فرهنگی با مقدار بتای (۰,۲۹۳) بالاترین اثر را در کارآفرینی گردشگری داشته است.

دوره ۵، شماره ۱۸، زمستان ۱۴۰۳
صص ۸۰-۹۴
مقاله پژوهشی

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی گردشگری، بازساخت، توسعه روستایی، استان قزوین.

ahmadi.manijeh@znu.ac.ir

*نویسنده مسئول:

ارجاع به این مقاله: احمدی، منیژه؛ عینالی، جمشید؛ و شاهسوند اینانلو، سعید. (۱۴۰۳). تحلیل اثرات کارآفرینی گردشگری بر بازساخت فضاهای روستایی (مطالعه موردی: سکونتگاه‌های روستایی شهرستان آوج، استان قزوین)، فصلنامه پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، ۱۸(۵)، ۸۰-۹۴

 <https://doi.org/10.30470/jegr.2024.2024618.1160>



2821-2266 © University of Zanjan.

This is an open access article under the CC BY-NC/4.0/License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

بیان مسئله

پایداری سکونتگاه‌های روستایی به خصوص در عرصه‌های اقتصادی از مسایل مهم کشورهای در حال توسعه محسوب می‌گردد. مناطق روستایی در این کشورها برای بقاء خود با محدودیت‌های متعددی در زمینه اقتصادی مواجه هستند، زیرا اشتغال و درآمدهای حاصل از فعالیت‌های کشاورزی به تنهایی توانایی نگه‌داشت و تثبیت جمعیت در حال رشد روستایی را ندارد (Zamora, 2011). این مقوله منجر به آسیب‌پذیری و شکننده بودن شرایط اقتصادی، کاهش کیفیت معیشت ساکنان، نارسایی‌ها و عدم سازماندهی زیرساخت‌های خدماتی در مناطق روستایی می‌شود. به همین دلیل امروزه بازنگری در بازساخت فضاهای روستایی ضروری است و این موضوع نیازمند بررسی گونه‌های جدیدی به کمک بهره‌برداری از منابع محلی (نظیر جاذبه‌ها و میراث‌های تاریخی- فرهنگی، طبیعی و...) در این مناطق است. در چند دهه اخیر به منظور غلبه بر مسایل اقتصادی- اجتماعی پیش روی جوامع روستایی، کارآفرینی به عنوان یکی از راهبردهای مهم توسعه روستایی مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفته است (Chowdhury, 2007)، به طوری که از دیدگاه اغلب صاحب‌نظران، این راهبرد به عنوان موتور رشد و توسعه اقتصاد روستایی معرفی شده و عامل مؤثری در بازساخت و پویایی اقتصاد محلی به شمار می‌آید (Gürol & Atsan, 2008).

کارآفرینی گردشگری می‌تواند نقش بسیار مهمی در بازساخت و توسعه فضاهای روستایی ایفا کند. با توجه به پتانسیل‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی و اجتماعی موجود در روستاها، گردشگری می‌تواند به ابزاری برای بازآفرینی و بهبود این فضاها تبدیل شود. در این زمینه، کارآفرینی گردشگری می‌تواند از طریق فرآیندهای مختلف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به بازساخت روستاها کمک کند. ادامه‌چندین راه که کارآفرینی گردشگری می‌تواند با بازساخت فضاهای روستایی ارتباط داشته باشد، آورده شده است، یکی از مهم‌ترین ابعاد کارآفرینی گردشگری در فضاهای روستایی، استفاده از میراث فرهنگی و منابع طبیعی به‌عنوان جذابیت‌های گردشگری است. این روند می‌تواند به بازسازی فضاهای روستایی کمک کند، زیرا تقاضای گردشگران برای تجربه فرهنگ‌های محلی، صنایع دستی، معماری سنتی و جاذبه‌های طبیعی، انگیزه‌ای برای حفظ و احیای این منابع ایجاد می‌کند. به‌طور خاص، پروژه‌های گردشگری می‌توانند به حفاظت از محیط‌زیست و منابع طبیعی، مانند جنگل‌ها، کوه‌ها و دریاچه‌ها، کمک کنند (سیر و همکاران، ۲۰۲۰). کارآفرینی گردشگری می‌تواند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم فرصت‌های شغلی جدیدی برای ساکنان روستاها ایجاد کند. با توجه به رشد گردشگری، نیاز به خدمات مختلفی مانند اقامتگاه‌ها، رستوران‌ها، راهنمایان تور، حمل‌ونقل و فروشگاه‌های محلی بیشتر می‌شود. این موضوع می‌تواند به کاهش بیکاری و ارتقای سطح زندگی روستائیان منجر شود. علاوه بر این، کارآفرینان محلی می‌توانند به تولید و عرضه محصولات محلی، صنایع دستی و غذاهای سنتی پرداخته و به افزایش درآمد خود و دیگر اعضای جامعه کمک کنند (توماس و هینس، ۲۰۱۶). حضور گردشگران و کارآفرینان در مناطق روستایی می‌تواند باعث توسعه زیرساخت‌ها و خدمات عمومی شود. برای جذب گردشگران، نیاز به بهبود و توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، آب و برق، ارتباطات اینترنتی و خدمات بهداشتی وجود دارد. این پیشرفت‌ها نه تنها به بهبود تجربه گردشگری کمک می‌کند بلکه کیفیت زندگی ساکنان محلی را نیز افزایش می‌دهد. این به‌ویژه در روستاهای کم‌برخوردار می‌تواند تأثیرات مثبتی داشته باشد (چن و همکاران، ۲۰۱۹). کارآفرینی گردشگری به توسعه اجتماعی و فرهنگی جوامع روستایی نیز کمک می‌کند. از آنجا که گردشگران تمایل دارند با فرهنگ‌های مختلف آشنا شوند، کارآفرینی گردشگری می‌تواند فرصتی برای ساکنان روستایی باشد تا مهارت‌های جدیدی در زمینه‌های مختلف گردشگری، میزبانی، خدمات مشتری و ارتباطات بین‌فرهنگی کسب کنند. علاوه بر این، این نوع کارآفرینی می‌تواند به تقویت هویت محلی و اجتماعی در برابر تهدیدات جهانی شدن کمک کند (کیم و همکاران، ۲۰۱۸). در فرآیند کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی، توجه به اصول گردشگری پایدار بسیار مهم است. گردشگری پایدار به معنای استفاده بهینه از منابع بدون آسیب به محیط‌زیست و فرهنگ‌های محلی است. کارآفرینان گردشگری می‌توانند مدل‌های کسب‌وکار خود را طوری طراحی کنند که به حفاظت از محیط‌زیست و بهبود کیفیت زندگی روستائیان کمک کند، و در عین حال گردشگران را به تجربه‌ای اصیل و مسئولانه دعوت کنند (هندرسون و مک‌لیود، ۲۰۱۷). کارآفرینی گردشگری می‌تواند به‌عنوان ابزاری مؤثر در بازساخت فضاهای روستایی عمل کند. با ایجاد فرصت‌های اقتصادی، حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، بهبود زیرساخت‌ها و توسعه اجتماعی، گردشگری نه تنها می‌تواند باعث رشد اقتصادی در روستاها شود، بلکه به حفظ هویت فرهنگی و ایجاد زندگی پایدار در این مناطق کمک کند. پژوهش در زمینه گردشگری چه به منظور شناساندن جاذبه‌ها و پتانسیل‌ها و چه به منظور پرداختن به پیامدها و اثرات آن در زمینه‌های مختلف در مناطق شهری و روستایی کشور طی سال‌های گذشته انجام شده است. همین‌طور به

خصوص در دهه اخیر پژوهش در زمینه کارآفرینی گردشگری مورد توجه محققان کشور بوده است. هرچند که کارآفرینی و گردشگری اثرات متفاوت بر تغییرات جوامع شهری و روستایی داشته اند اما آنچه که در این مطالعات انجام شده، تغییر بوده است نه بررسی بازساخت. از این رو پژوهش حاضر با هدف بررسی اثرات کارآفرینی گردشگری در بازساخت فضاهای روستایی شهرستان آوج در استان قزوین، سعی در ارائه تصویری از بازساخت مناطق روستایی توسط کارآفرینی گردشگری را دارد. سکونتگاه‌های روستایی این منطقه به دلیل دارا بودن قابلیت‌ها و ویژگی‌های طبیعی (طبیعت بکر و زیبا، چشمه های آب گرم و معدنی، غارها و...) و فرهنگی پتانسیل بالایی جهت جذب گردشگر دارند. از سوی دیگر همین توانمندی‌ها سبب گسترش ساخت ویلاها و خانه های دوم در روستاهای مورد مطالعه شده است که این امر زمینه را برای اشتغال روستاییان در بخش‌های مختلف صنعت ساختمان فراهم نموده است به گونه‌ای که تحولات بازساختی وسیعی در این مناطق در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و ... به وجود آمده است. بر این اساس، پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال است که «مهمترین عوامل موثر بر کارآفرینی گردشگری در بازساخت فضاهای روستایی چیست؟»

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کارآفرینی گردشگری و بازساخت فضاهای روستایی مفهومی پیچیده و چندبعدی است که به فرآیند استفاده از پتانسیل‌های گردشگری به‌عنوان ابزاری برای بازسازی، توسعه و احیای فضاهای روستایی و محلی اشاره دارد. این فرآیند نه تنها بر جنبه‌های اقتصادی تأثیر می‌گذارد، بلکه جنبه‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و کالبدی فضاهای روستایی را نیز در بر می‌گیرد. بازساخت فضاهای روستایی فرآیندی است که در آن از ابزارها و استراتژی‌های مختلف برای بهبود و احیای ساختارهای کالبدی، اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در مناطق روستایی استفاده می‌شود. این فرآیند می‌تواند شامل بازسازی و نوسازی زیرساخت‌های موجود، احیای میراث فرهنگی، ارتقای کیفیت زندگی ساکنان روستایی و ایجاد فرصت‌های شغلی از طریق توسعه کسب‌وکارهای محلی باشد (دوران و همکاران، ۲۰۱۶). بازساخت فضاهای روستایی با هدف بهبود شرایط معیشتی و اجتماعی ساکنان روستا و همچنین جذب گردشگران برای توسعه اقتصادی انجام می‌شود. طرح پدیده بازساخت در علوم جغرافیا به طور خاص در جغرافیای انسانی ریشه در تغییرات و دگرگونی‌هایی دارد که محیط‌های قلمرو مناطق روستایی و شهری طی دهه های اخیر تجربه کرده است. هرچند طرح این مفهوم در اواخر دهه ۱۹۷۰ با محتوی اقتصادی و در راستای بهبود عملکرد سازمانهای تولیدی به خصوص در شرایط دگرگونی‌های جدید در سیستم اقتصاد جهانی مطرح گردید؛ اما نگرش‌های مختلف به این مفهوم توانست در عمقی فراتر از تحلیل‌های اقتصادی، ارتباط متقابل خصوصیات اجتماعی و فرهنگی و مکان‌های جغرافیایی را بر فرآیند عملکرد بازساخت نشان دهد (Shuangshuang, 2018). بازساخت روستایی یک سیستم باز با عناصر خاص می باشد که دارای یک ساختار و عملکرد است با توجه به عناصر موجود در قلمرو مناطق روستایی که شامل منابع طبیعی، شرایط جغرافیایی، منابع اقتصادی، منابع انسانی، آداب و رسوم فرهنگی و غیره است (Tu, 2017). ساختار سیستم روستایی از سیستم هسته‌ای (داخلی) و سیستم خارجی تشکیل شده است (Long & u, 2018; Tu, 2017) که تحت تأثیر نیروهای درونی و بیرونی سیستم قرار دارد. نیروهای درونی شامل منابع طبیعی، محیط زیست، توسعه اقتصادی و اجتماعی، مسیر توسعه روستایی را تعیین می کند (Wu, 2001). به طور کلی، بازساخت روستایی یک فرآیند پیچیده و جامع انسانی است که همراه با ایجاد تغییرات کیفی در این نواحی است (Tu, 2017; Long & liu, 2016). عناصر در سیستم حوزه روستایی تحت تأثیر متقابل عوامل داخلی و خارجی که در نهایت بهینه سازی ساختاری، افزایش عملکرد و تعامل فضیلت آمیز میان نواحی شهری و روستایی را منجر می شود؛ شکل می گیرد (Long et al, 2018; Ge et al, 2018; Hoggart & Paniagua, 2001). بر این اساس، یکی از رویکردهای اساسی جهت بازساخت نواحی روستایی، گردشگری می باشد. گردشگری یک عامل تغییر و یک گزینه مهم توسعه اقتصادی است. با این حال، توسعه گردشگری همواره منجر به شکل گیری بازساخت نواحی روستایی نمی شود. به طور خاص، توسعه گردشگری و توسعه های وابسته به آن، گاهی منجر به بازساخت جوامع می‌گردد (Su et al., 2017). این بازساخت می تواند همراه با اختلال در سیستم های اقتصادی، فرآیندهای اجتماعی و سیاسی نیز باشد (Sirima & Backman, 2013). در فرآیند بازساخت به عنوان وسیله ای برای رشد و تنوع اقتصادی، گردشگری می تواند از طریق ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی، به ویژه در نواحی روستایی (Sharpley, 2002) به عنوان وسیله‌ای برای رشد اقتصادی و تنوع بخشی نقش مهمی ایفا نماید و در بخش های کشاورزی، ماهیگیری، جنگلداری، پرورش دام، صنایع غذایی و صنایع دستی مؤثر باشد (Muresan et al., 2016; Su et al., 2017). بر این اساس در حوزه جغرافیا تغییر الگوهای مکانی - فضایی به دنبال تغییر در ساختار و کارکردهای فضایی است و تغییرات مذکور نتیجه

تغییر نیروهای درونی، بیرونی، فرایندها و در نهایت فرماها است (Qin & Yi, 2017). فرایندهای بازساخت فضاهای روستایی از قبیل جهانی شدن، مدرنیته و تحول اجتماعی، تحول بخش کشاورزی به کشاورزی تجاری و سرمایه داری، تغییر اقتصاد روستایی، گسترش زیرساخت‌ها به خصوص حمل و نقل، تحول اجتماعی و جمعیتی، تغییرات اجتماعات محلی (تشکیل NGO و گروه‌ها)، تغییرات سبک زندگی و تغییرات زیست محیطی می‌توانند از دلایل مهم و اصلی در بازساخت جوامع روستایی باشند. آشکار است که فرایندهای یاد شده تغییر و تحول در چشم اندازهای روستایی را موجب می‌شوند. کارآفرینی گردشگری به فرآیند ایجاد، توسعه و مدیریت کسب‌وکارهای مرتبط با صنعت گردشگری گفته می‌شود که هدف آن استفاده از منابع طبیعی، فرهنگی و اجتماعی یک منطقه برای جذب گردشگر و ایجاد درآمد است. این نوع کارآفرینی می‌تواند شامل انواع مختلفی از کسب‌وکارها از قبیل هتل‌داری، رستوران‌داری، حمل‌ونقل، راهنمایی تور و سایر خدمات مرتبط با گردشگری باشد (مارتین و بوچ، ۲۰۱۹). کارآفرینی گردشگری به‌ویژه در مناطق روستایی می‌تواند نقش مهمی در تقویت توسعه اقتصادی، حفظ منابع طبیعی و فرهنگی و ایجاد فرصت‌های شغلی ایفا کند.

نظریه‌های توسعه گردشگری به طور ضمنی بیان می‌کنند که تابع کارآفرینی در گردشگری کشورهای توسعه نیافته ممکن است به عنوان نظریه مرحله توسعه (Butler, 1980)، تئوری انتشار (Bryden, 1973) و تئوری وابستگی (Britton, 1980) ظهور کنند (Sojasi Qeydari et al., 2016). کارآفرینی به رشد گردشگری و افزایش تقاضاهای جدید نسبت به انواع مختلف گردشگری وابسته است. کارآفرینان نقش مهمی در پایداری گردشگری روستایی و شکل‌گیری استراتژیهای پایدار که ابتکار عمل کسب و کار گردشگری و موتور توسعه محلی را تشکیل می‌دهند، ایفا می‌کنند (Sharif & Lonik, 2017). کارآفرینی راه حلی مؤثر در جهت افزایش سرزندگی، افزایش درآمد و ارتقای سطح معیشت روستاییان دارد (Ping et al, 2017: 743). در این راستا شرکت‌های کوچک اغلب می‌توانند واکنش سریعی نسبت به نیازها و بازارهای جدید بدهند و این مقدماتی برای انواع نوآوری‌ها می‌شود. مشخصه بارز کارآفرینان کوچک به خصوص در مناطق روستایی این است که خلاءها را پر می‌کنند. آنها توانایی شناسایی فرصت‌های بارز و توسعه محصولات یا خدمات جدیدی که مورد تقاضای بازار باشد را دارند. کارآفرینان همچنین فرصت‌های به کارگیری منابع جدید اقتصادی را نیز فراهم می‌کنند. بنا به اعتقاد محققان درک یک محیط حمایتی و پر از منبع در تصمیم کارآفرینان جهت پیگیری فرصت‌ها بسیار مهم است (Najafi & Azadi, 2012). بر این اساس، سیاستگذاران، گردشگری را به عنوان یکی از رهیافتهای مؤثر در تجدید حیات مناطق روستایی معرفی نموده اند اما نوع فعالیتهای گردشگری باید با ساختار و علایق خانواده‌های روستایی منطبق باشد (Rezvani et al, 2017). در این راستا، صاحب نظران توسعه روستایی با در نظر گرفتن مزیتها و اثرات مثبت فعالیتهای گردشگری در ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی به عنوان یک گزینه جدید، معتقدند که گردشگری روستایی توانایی بالایی برای ارتقای شیوه‌های زندگی روستایی داشته و به ایجاد تغییرات مثبت در توزیع درآمد در این مناطق می‌انجامد و به عنوان ابزاری کارآمد، نقش ویژه‌ای در ایجاد ارزش افزوده تجاری برای تولیدکنندگان محلی نقش مهمی ایفا می‌کند (Ghorbani, 2014; Liu, 2016; Pivčević, 2005). گردشگری روستایی به عنوان یک فعالیت چند کارکردی، شبکه‌ها و ارتباطات بین فعالیتهای متعدد موجود در مناطق روستایی از قبیل کشاورزی، اوقات فراغت، صنایع دستی و محلی، نوآوری‌های فرهنگی و نظایر آن را تقویت می‌کند که این ارتباطات می‌تواند به متنوع سازی اقتصادی و در نهایت توسعه جوامع محلی کمک کند (Figueiredo & Raschi, 2013). از این رو، به عنوان یک فعالیت جایگزین به دو دلیل مورد توجه برنامه‌ریزان قرار گرفته است (Drăgulănescu & Druțu, 2012): الف) توانایی گردشگری در کمک به حل مسایل و چالشهای پیش روی مناطق روستایی از قبیل برنامه‌ریزی، تعادل روستا-شهری، زمینه‌سازی برای تغییرات اجتماعی، و ب) زمینه‌سازی برای توسعه اقتصادی و زیرساختی و دسترسی بهتر به فرصت‌های اشتغال و درآمد؛ که هر دوی این اهداف به ساکنین روستایی برای ماندگاری در روستا کمک می‌کند (Akbarpour Saraskanroud, 2011). بر این اساس، کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی می‌تواند محرک توسعه و بازساخت اجتماعی-اقتصادی جوامع روستایی گردد. با توجه به اینکه فعالیتهایی مانند کشاورزی، جنگل‌داری، معدن داری بطور سنتی در روستاها استقرار یافته‌اند و با کاهش این فعالیت‌ها با توجه به پیشرفت‌های فنی که باعث کاهش تقاضا برای نیروی انسانی می‌شود، بعضی از مسئولان سعی می‌کنند که جامعه خود را به سمت ارائه خدماتی مانند گردشگری سوق دهند (Faraji Sabokbar, 2014). در واقع در این رویکرد، گردشگری به عنوان سیاستی برای بازسازی ساختار نواحی روستایی در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند از اتکا بیش از حد تولید کنندگان روستایی به کشاورزی بکاهد. بر این اساس، در این رویکرد تلاش می‌شود تا از گردشگری به عنوان ابزاری برای بازسازی مناطق روستایی در فرایندهای اجتماعی و اقتصادی استفاده شود. این رویکرد از

طریق زیر دنبال می‌شود (Rukn al-Din Eftekhari & Ghaderi, 2002): الف) گردشگری روستایی به مثابه سیاست بازساخت، ب) بازسازی در برابر افول کشاورزی پ) توسعه فرآورده‌ها و محصولات گردشگری.

بر این اساس، عوامل محیطی مناسب شامل محیط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مناسب، زمینه ایجاد کارآفرینی گردشگری و در نهایت بازساخت مناطق مستعد روستایی را فراهم می‌نماید که خود می‌تواند منجر به ایجاد بازساخت در عرصه‌های مختلف روستایی گردد. به عنوان مثال، در بازساخت اجتماعی کاربرد گردشگری به عنوان ابزاری برای تولید، اشتغال و فقرزدایی روستایی در نظر گرفته می‌شود.

در رابطه با موضوع مورد مطالعه و به عنوان اشاره و مروری بر برخی کارهای مشابه انجام شده، مواردی به شرح مختصر در ادامه قابل ذکرند.

روزبهایی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهش خود در بخش سامن شهرستان ملایر به این نتیجه دست یافتند که کارآفرینان توانسته‌اند به عنوان یک حلقه گمشده در مکان‌های جغرافیایی با توجه به نیازهای اقتصادی منطقه و کنش‌های نوآورانه خود به انتظام بخشی فضای اقتصادی روستاها کمک کند و در راستای بازساخت فضایی بنیان‌های کارآفرینی گردشگری در منطقه و افزایش جریان‌های فضایی ثروت، جمعیت، تولید، توزیع و مصارف در نواحی روستایی شهرستان، اقداماتی را از طریق سوق و شرکت‌ها و ایجاد کارگاه‌های خرد و متوسط انجام دهند.

بابایی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیق خود در نواحی روستایی کرمانشاه به این نتایج دست یافتند، بیانگر آن است که متنوع‌سازی فعالیتهای اقتصادی در جوامع روستایی از طریق افزایش اشتغال نقشی مستقیم در کاهش فقر و امرار معاش پایدار فقرای روستایی دارد. همچنین، به طور غیرمستقیم از طریق نقشی که در توسعه اقتصادی روستاها دارند، زمینه‌ساز توسعه روستایی و کاهش فقر در مناطق روستایی باشند. در پژوهش دیگر یوسف زاده و همکاران (۱۴۰۲) به این نتایج دست یافتند که با رشد گردشگری در روستاها، تقاضا برای محصولات محلی و صنایع دستی افزایش می‌یابد و این امر منجر به ارتقای وضعیت اقتصادی و اشتغال‌زایی می‌شود. در این راستا، کارآفرینان گردشگری می‌توانند به‌طور مستقیم بر بهبود شرایط معیشتی و افزایش رفاه اقتصادی روستاییان تأثیرگذار باشند.

Johnson et al. (۲۰۲۳) در پژوهش خود به این نتایج دست یافتند که گردشگری می‌تواند موجب ارتقای فرهنگ محلی، تقویت هویت اجتماعی و افزایش همکاری‌های اجتماعی در میان ساکنان روستایی شود و کارآفرینی گردشگری می‌تواند باعث تغییرات مثبت در ساختار اجتماعی و فرهنگی جوامع روستایی شود (Frederick et al., ۲۰۲۳). یک مطالعه جامع بر روی گردشگری پایدار در مناطق روستایی انجام شد که نشان داد استفاده مسئولانه از منابع طبیعی در گردشگری می‌تواند به حفظ محیط‌زیست و تنوع زیستی کمک کند. از آنجا که بسیاری از جاذبه‌های گردشگری در مناطق روستایی، منابع طبیعی و زیست‌محیطی مانند جنگل‌ها، کوه‌ها و دریاچه‌ها هستند، استفاده نادرست از این منابع می‌تواند به تخریب محیط‌زیست و از بین رفتن جاذبه‌های گردشگری منجر شود. بنابراین، مدیریت کارآفرینی گردشگری به‌صورت پایدار و در چارچوب اکوتوریسم می‌تواند به حفظ این منابع کمک کند.

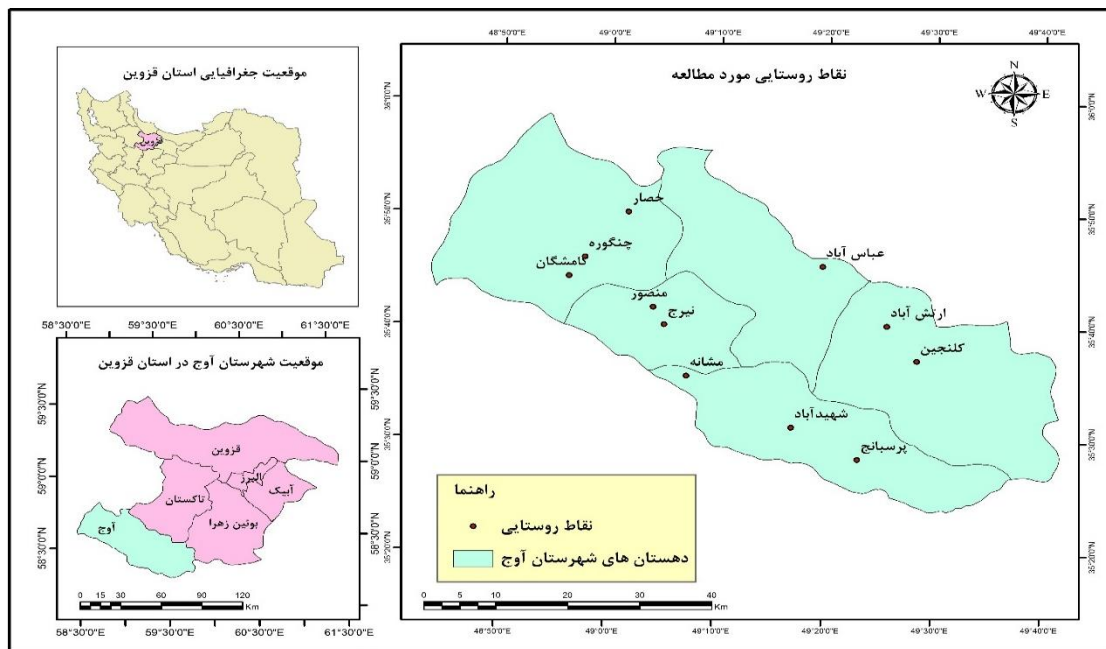
در تحلیل نقش گردشگری در توسعه ویژگی‌های کارآفرینانه و گرایش به کارآفرینی در بین جوانان روستایی در دو روستای کندوان و اسکندران شهرستان اسکو به این نتایج دست یافتند که ویژگی‌های کارآفرینی در بین جوانان روستای کندوان (روستای گردشگرپذیر) در مقایسه با جوانان روستای اسکندران (روستای معمولی) بالاتر است و دلیل آن تعاملات فرهنگی در اثر حضور گردشگران و همچنین شکل‌گیری زیرساخت‌های اولیه و وجود فرصت‌های جدید در اثر گردشگری است. (Giulia & Silva, 2014)، به بررسی ارتباط خود اشتغالی و کارآفرینی در مناطق شهری و روستایی پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد رویکرد خود اشتغالی و ایجاد کسب و کار کوچک در مناطق شهری و روستایی به عنوان دو پدیده اقتصادی مجزایی است که تنها در مناطق روستایی می‌تواند به عنوان یک کارآفرینی واقعی ظهور کند اما در نواحی شهری به دلیل وقوع پدیده تصرف، نتایج رضایت بخشی نداشته است. مطالعه (2015) Ghanbari et al., در روستاهای بخش مرکزی شهرستان انار نشان می‌دهد قرار گرفتن منطقه بر سر راه مواصلاتی کشور در میان نقاط قوت و فرهنگ ضعیف کارآفرینی در میان ساکنان منطقه و قصور و کوتاهی مسئولین و دست‌اندرکاران در میان نقاط ضعف بیشترین اهمیت را در کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی داشته است. بررسی (Sojasi Qeydari et al., 2016)، نیز در رابطه با تحلیل عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی گردشگری روستایی در روستاهای واقع در موقعیت رود دره ای استان تهران، نشان می‌دهد چهار عامل اقتصادی، اجتماعی، نهادی و محیطی در کارآفرینی گردشگری اثرگذار هستند که در این میان سهم عامل اقتصادی بیش از

سایر عوامل است. در همین راستا (Hesam et al., 2016)، با مطالعه وضعیت توسعه کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی شهرستان آمل، به این نتیجه رسیدند که شاخص‌های دسترسی به زیرساختهای فیزیکی، فضای اجتماعی و میزان اعتماد به نفس از مطلوبیت بالایی در روستاهای مورد مطالعه برخوردارند اما شاخصهای دسترسی به آموزش، مشاوره و تجربیات، مهارت و دانش، دسترسی به سرمایه، نوآوری و خلاقیت، آینده نگری، تولید، فروش و بازاریابی تولیدات، در وضعیت مناسبی نیستند. Wu et al., (2017) به بررسی نقش سیاست‌های دولت در نظام ملی نوآوری، توسعه کارآفرینی و اثرات آن در افزایش رشد اقتصادی بخش‌های روستایی در کشور چین پرداختند. نتایج مطالعه حاکی از تأثیر مثبت نظام ملی نوآوری در رشد اقتصاد روستایی و تحرک نیروی کار است با این تفاوت که مبحث افتراق مکانی در مناطق ساحلی و داخلی روستایی چین در این مطالعه لحاظ شده است.

مرور پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که از دیدگاه پژوهشگران، پرداختن به موضوع کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی در گام اول به منظور پاسخ دهی به نیازهای عمدتاً اقتصادی جوامع میزبان صورت پذیرفته است. همچنین دیدگاه حاکم بر پژوهشهای صورت گرفته، غالباً، تنوع بخشی به اقتصاد نواحی روستایی است. ضمن اینکه در پژوهشهای انجام یافته، به آثار و پیامدهای کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی در زمینه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، محیطی، نهادی و کالبدی پرداخته شده است. پژوهش حاضر به طرح پدیده بازساخت سکونتگاه‌های روستایی در فرآیند کارآفرینی گردشگری در نواحی روستایی می‌پردازد تا ضمن توجه به «تغییر» و در برخی زمینه‌ها «تحول»، اثرات کارآفرینی گردشگری در تسریع پدیده بازساخت فضاهای روستایی را تشریح نماید.

روش پژوهش

شهرستان آوج یکی از شهرستان‌های استان قزوین و به مرکزیت شهر آوج می‌باشد. این شهرستان با مساحت ۲۷۷۶ کیلومترمربع در طول جغرافیایی ۶ دقیقه و ۴۹ درجه تا ۴۹ درجه و ۴۵ دقیقه شرقی و عرض جغرافیایی ۳۵ درجه و ۲۵ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۴۷ دقیقه شمالی قرار دارد (Qazvin Province Planning and Budget Organization, 2015). این شهرستان با شهرستان‌های تاکستان و بوئین‌زهرا و با استان‌های زنجان، همدان و مرکزی همسایه می‌باشد و دارای دو بخش به نام‌های آوج و آبگرم و ۴ دهستان (شهیدآباد، خرقان غربی، حصار و لیبصر، خرقان شرقی) است.



شکل ۲. موقعیت جغرافیایی روستاهای مورد مطالعه

پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع تحقیقات کاربردی و به لحاظ ماهیت از نوع تحقیقات توصیفی و تحلیلی است. قلمرو مکانی این تحقیق ۱۱ روستای هدف گردشگری و دارای جاذبه شهرستان آوج (استان قزوین) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش ۲۵۴۶ خانوار روستایی ساکن در این روستاها می‌باشند که نمونه‌گیری آن‌ها بر اساس فرمول اصلاح شده کوکران با خطای نمونه‌گیری ۰/۰۵ برابر با ۲۵۰ خانوار به دست آمد. سهم هر یک از روستاها از نمونه بر اساس تعداد خانوار موجود در روستاهای مورد مطالعه تعیین گردید (جدول ۱). ابزار اصلی تحقیق پرسش‌نامه است که سؤالات آن به صورت باز و بسته مطرح شد. در سؤالات باز، سؤالاتی نظیر جنس، سن، تحصیلات و نظایر آن مطرح شده و در سؤالات بسته از مقیاس پنج قسمتی لیکرت (از طیف خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) برای سنجش اثرات گردشگری در بازساخت روستاهای مورد مطالعه استفاده شده است. روایی ابزار تحقیق با کسب نظر اساتید دانشگاهی و پس از انجام اصلاحات لازم، در چند مرحله تأیید شد. سطح پایایی پرسش‌نامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد که بیانگر ضریب اعتماد بالایی آن است. به طوری که با توجه به تعداد خانوار ساکن در روستاهای مورد مطالعه و تعداد نمونه محاسبه شده، تقریباً برای هر ده خانوار یک پرسشنامه در نظر گرفته شده است. در نهایت داده‌های به‌دست‌آمده با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

جدول ۱. تعداد نمونه روستاهای مورد مطالعه

نام روستا	تعداد خانوار	تعداد نمونه
حصارولیعصر	۲۵۸	۲۵
کامشکان	۱۳۱	۱۳
چنگوره	۱۴۱	۱۴
منصور	۱۹۶	۱۹
نیریچ	۲۵۸	۲۵
ارتش آباد	۳۲۱	۳۲
کلنجین	۳۴۵	۳۴
عباس آباد	۱۵۳	۱۵
شهیدآباد	۴۳۵	۴۳
پرسپانچ	۲۷۷	۲۷
مشانه	۳۱	۳
جمع	۲۵۴۶	۲۵۰

برای انجام هر پژوهشی، انتخاب شاخص‌ها می‌باید بر اساس شیوه مناسب انجام شود و ویژگی‌هایی مانند مشخص بودن، قابلیت اندازه‌گیری، قابلیت کاربرد، حساسیت و قابلیت دسترسی آسان به داده‌های مورد نیاز مورد توجه قرار گیرند. به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش‌های کمی مبتنی بر آمار توصیفی و استنباطی (آزمون t تک نمونه‌ای، آزمون فریدمن و تحلیل مسیر) استفاده شده است. بر این اساس، شاخص‌های مورد بررسی در تحقیق به شرح جدول ۲ می‌باشند.

جدول ۲. شاخص‌های به کار رفته جهت بررسی وضعیت بازساخت فضاهای روستایی

شاخص‌ها	گویه‌ها
اقتصادی	ایجاد انگیزه جهت بهبود وضعیت کار و فعالیت اقتصادی، سرمایه‌گذاری در جهت گسترش و توسعه فعالیت‌های فردی و خانوادگی، میزان توجه به پذیرش خطرات احتمالی و عدم موفقیت در فعالیت‌ها، افزایش سرمایه‌گذاری در توسعه زیرساخت‌های عمومی سرمایه‌گذاری در بهبود زیرساخت‌های رفاهی، سرمایه‌گذاری فردی در ساخت و ساز در مناطق روستایی، همکاری و مشارکت افراد دارای خانه‌های دوم در تأمین هزینه‌های خدمات روستایی، کسب درآمد از طریق فروش محصولات محلی به گردشگران، اشتغال در ساخت و ساز خانه‌های دوم و مسکن در روستا، استفاده از وام‌ها و تسهیلات بانکی در گسترش فعالیت‌های اقتصادی، استفاده از تسهیلات بانکی در بهسازی مسکن، افزایش قیمت مسکن و زمین در روستا به‌ویژه در محدوده ساخته‌شده آن، کاهش مهاجرت از روستا به‌ویژه در بین جوانان، افزایش قیمت ارزش اراضی کشاورزی در روستا، تشویق به ایجاد اشتغال جدید با توجه به نیاز گردشگران، افزایش سرمایه‌گذاری بخش دولتی و غیردولتی و تأثیر آن در اشتغال جوانان، ...
اجتماعی	احساس امنیت برای ساکنین و گردشگران، تقویت نهادهای محلی روستا، میزان مشارکت و همدلی میان اهالی روستا به دلیل منافع مشترک، تغییر ارزش‌های و سنت‌های مشترک ساکنین محلی در طی زمان، دسترسی به فناوری و اطلاعات و ارتباطات، میزان جرایم،

شاخص‌ها	گویه‌ها
	ناسازگاری و ناهنجاری در روستا به دلیل حضور گردشگران، تغییر در شیوه‌های رفتار و پوشش در بین جوانان، ایجاد تغییر در میزان اعتماد و همکاری متقابل ساکنین، میزان تعامل و همکاری متقابل مردم محلی با گردشگران، رواج شیوه‌های زندگی شهری...
زیست‌محیطی	دسترسی به خدمات بهداشتی و سلامت در روستا، حفاظت از منابع طبیعی و پوشش گیاهی در محدوده روستا، میزان توجه گردشگران و مالکین خانه‌های دوم به میراث فرهنگی و تاریخی، توجه گردشگران به بهبود روش‌های دفع زباله و آشغال، تغییرات کاربری باغات در داخل بافت روستا، افزایش آسیب‌پذیری منابع طبیعی در ازدحام جمعیت، تغییرات کاربری در دامنه‌ها و مراعات محدوده بافت روستا، تخریب پوشش گیاهی به دلیل خاک‌برداری و ساخت خانه در دامنه‌های مجاور روستا، بهبود وضعیت فضاهای سبز در داخل بافت مسکونی...
کالبدی	بهسازی مسکن و استفاده از ترکیبی از مصالح بومی و صنعتی، استفاده از سبک‌های معماری و فناوری‌های جدید در بخش مسکن، استفاده از طرح و نقشه ساخت مسکن به تبعیت از خانه‌های دوم، رعایت اصول عرض معابر مطرح توسط گردشگران و ساخت خانه‌های دوم، بهبود کیفیت معابر روستا، افزایش روند بلندمرتبه سازی در روستا بازسازی خانه‌های قدیمی توسط مالکان و مهاجران خارج شده از روستا، توسعه ساخت و ساز در حاشیه روستا به دلیل دارا بودن جاذبه و ارزانی زمین، ایجاد محلات جدید در حاشیه بافت اصلی روستا...

منبع: یافته‌های تحقیق بر اساس مبانی نظری تحقیق، ۱۳۹۸

یافته‌ها و بحث

یافته‌های آمار توصیفی (جدول شماره ۳) نشان می‌دهد که از ۲۵۰ نفر پاسخگو ۶۶ درصد مرد و ۳۴ درصد زن بوده‌اند. بیشترین تعداد پاسخگویان به سوالات تحقیق در گروه سنی ۲۰-۳۰ سال بوده که ۴۰/۴ درصد از اعضای نمونه را در برمی‌گیرد. از نظر وضعیت سواد، بیشترین تعداد پاسخگویان با ۳۶ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم و بالاتر و کمترین درصد پاسخگو نیز متعلق به سطح خواندن و نوشتن با ۱۱/۲ درصد است. همچنین از کل تعداد پاسخگویان، ۱۳/۲ درصد ابتدایی، ۳۹ درصد دارای تحصیلات راهنمایی و دبیرستان هستند. نتایج حاصل از جمع‌آوری داده‌های مربوط به سابقه سکونت در منطقه ۳/۶ درصد کمتر از ۵ سال، ۹/۶ درصد بین ۵ تا ۱۰ سال و ۸۶/۶ درصد بیشتر از ۱۰ سال در روستاها ساکن هستند.

جدول ۳. ویژگی‌های فردی پاسخ‌دهندگان

متغیر	-	تعداد	مجموع تعداد	درصد	مجموع درصد
جنسیت	زن	۸۵	۲۵۰	۳۴	۱۰۰
	مرد	۱۶۵		۶۶	
وضعیت تأهل	مجرد	۷۲	۲۵۰	۲۸/۸	۱۰۰
	متاهل	۱۷۸		۷۱/۲	
	۲۰-۳۰	۱۰۱		۴۰/۴	
سن	۴۰-۳۱	۸۵	۲۵۰	۳۴	۱۰۰
	۴۱-۵۰	۴۹		۱۹/۶	
	۵۱ و بالاتر	۱۵		۶	
تحصیلات	بیسواد	۲۸	۲۵۰	۱۱/۲	۱۰۰
	ابتدایی	۳۳		۱۳/۲	
	راهنمایی	۲۵		۱۰	
	دیپلم	۷۴		۲۹/۶	
	فوق دیپلم و بالاتر	۹۰		۳۶	

یافته‌های آمار استنباطی نشان می‌دهد که تفاوت‌های موجود در میانگین عددی مؤلفه‌های موردنظر تحقیق با استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای مبین بالا بودن میزان تمامی ابعاد چهارگانه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و محیطی بالاتر از میزان میانگین عددی مورد آزمون یعنی عدد ۳ ارزیابی شده است (جدول ۴). به علاوه تفاوت معناداری آن‌ها نیز برای همه شاخص‌ها در سطح اطمینان ۹۵٪، کاملاً معنادار است؛ به طوری که یافته‌های تحقیق نشان‌دهنده نقش تعیین‌کننده کارآفرینی گردشگری در بازساخت فضاهای روستایی در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیست‌محیطی و کالبدی به ویژه در زمینه توسعه پایدار روستاهای نمونه بوده است.

پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۵، شماره ۱۸، ۸۰-۹۴، زمستان ۱۴۰۳.

جدول ۴. معناداری تفاوت از حد مطلوب مولفه‌های مورد مطالعه

مؤلفه‌ها	میانگین	آماره آزمون t	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت از حد مطلوب	فاصله اطمینان ۹۵ درصد
					پایین تر	بالا تر
اقتصادی	۳/۱۵	۱۰/۳۷۹	۲۴۹	۰/۰۰۰	۰/۱۵۱۹	۰/۱۸۰۸
اجتماعی فرهنگی	۳/۳۹	۲۲/۳۵۹	۲۴۹	۰/۰۰۰	۰/۳۹۴۵	۰/۴۲۹۳
کالبدی	۴/۸۹	۱۰۴/۲۰۰	۲۴۹	۰/۰۰۰	۱/۸۹۱۸	۱/۹۲۷۷
زیست محیطی	۳/۳۷	۲۳/۰	۲۴۹	۰/۰۰۰	۰/۳۵۵	۰/۵۱۴۴

در ادامه، برای رتبه‌بندی شاخص‌ها از آزمون فریدمن استفاده شده است. آزمون فریدمن تفاوت معناداری را در میان میانگین رتبه‌ای هر یک از ابعاد کارآفرینی گردشگری و بازساخت فضاهای روستایی در بین خانوارهای مورد مطالعه در روستاهای نمونه با توجه به سطح آلفای ۰/۰۱ نشان می‌دهد. بر این اساس، شاخص کالبدی با میانگین رتبه ای ۴/۹۳ و شاخص اجتماعی فرهنگی با میانگین ۳/۹۵ مهم‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار کارآفرینی گردشگری در بازساخت فضاهای روستایی مورد مطالعه است (جدول ۴). از جمله عوامل اثرگذار در کسب بالاترین میزان میانگین در رابطه با مؤلفه‌های فوق می‌توان به عملکرد مطلوب کارآفرینی در زمینه استفاده از سبک‌های معماری و فناوری‌های جدید در بخش مسکن، افزایش رقابت برای تملک اراضی بکر و زیبا در دامنه‌ها و حاشیه رودخانه، احساس امنیت برای ساکنین و گردشگران، افزایش جمعیت روستا در ایام تعطیلات و فصول گرم سال، رواج شیوه‌های زندگی شهری شامل ساخت مسکن، فرهنگ زندگی، دکوراسیون و ... دانست. کم‌اثرترین شاخص نیز شاخص اقتصادی می‌باشد. از جمله عوامل اصلی در پایین بودن نسبی مقدار میانگین عددی در مؤلفه مذکور (با توجه به سطح معناداری آزمون) را می‌توان به میزان توجه به پذیرش خطرات احتمالی و عدم موفقیت در فعالیت‌های اقتصادی دانست.

جدول ۵. رتبه‌بندی شاخص‌های تأثیرگذار کارآفرینی گردشگری روستایی

شاخص	تعداد	میانگین عددی	میانگین رتبه‌ای
اقتصادی	۲۵۰	۳/۱۵	۱/۸۴
اجتماعی فرهنگی	۲۵۰	۳/۳۹	۳/۹۵
کالبدی	۲۵۰	۴/۸۹	۴/۹۳
زیست محیطی	۲۵۰	۳/۳۷	۲/۲۸
درجه آزادی		۳	
کای اسکویر		۵۷۹/۹	
معناداری		۰/۰۰۰	

به منظور بررسی میزان تأثیر متغیرهای کارآفرینی گردشگری (به عنوان متغیر مستقل) بر بازساخت فضاهای روستایی (به عنوان متغیر وابسته)، از روش تحلیل مسیر استفاده شد. برای انجام تجزیه و تحلیل به شیوه تحلیل مسیر و محاسبه اثرات مستقیم و غیرمستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، ابتدا باید نمودار مسیر که بیانگر روابط و اثرات مستقیم و غیرمستقیم هر متغیر بر متغیر دیگر است رسم گردد. در این روش، در هر مرحله یکی از متغیرها به عنوان متغیر وابسته و سایر متغیرها به عنوان متغیر مستقل در تحلیل رگرسیون مورد استفاده قرار می‌گیرند. نتایج واریانس توجیه شده برای مدل رگرسیون خطی (جدول ۶) نشان می‌دهد که تمامی مؤلفه‌های چهارگانه (اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، کالبدی و زیست محیطی) در سطح ۹۹ درصد دارای تفاوت معناداری هستند.

جدول ۶. ضریب همبستگی توجیه شده برای مدل رگرسیون

ضریب همبستگی R	ضریب تعیین R	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف استاندارد
۰/۷۱۳	۰/۵۰۸	۰/۵۰۰	۰/۴۸۱۶۱

همچنین نتایج جدول (۷) نشان می‌دهد مؤلفه اجتماعی- فرهنگی با ضریب بتای ۰/۲۹۳ بیشترین تأثیر مستقیم را در بازساخت فضاهای روستایی منطقه داشته و مؤلفه اقتصادی با ضریب بتای ۰/۰۹۳ کمترین تأثیر را داشته است.

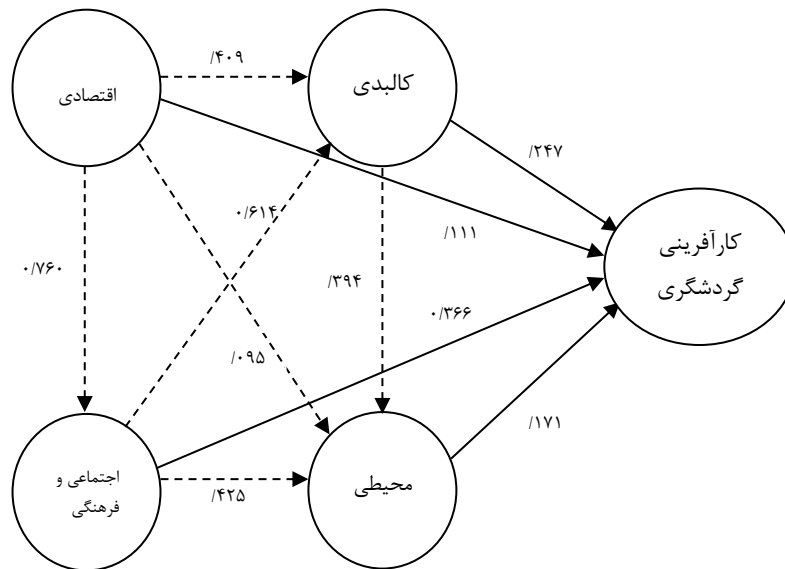
تحلیل اثرات کارآفرینی ... / احمدی و همکاران

جدول ۷. واریانس توجیه شده برای مدل رگرسیون خطی

مجموع مربعات	درجه آزادی	مربع میانگین	F	معناداری
۵۸/۷۲۸	۴	۱۴/۶۹۲	۶۳/۲۹۸	/۰۰۰
۵۶/۸۲۸	۲۴۵	۲۳۲	-	-
۱۱۵/۵۵۶	۲۴۹	-	-	-

جدول ۸. رگرسیون خطی برای تعیین اثرات مستقیم کارآفرینی گردشگری

مؤلفه‌ها	رگرسیون غیر استاندارد		رگرسیون استاندارد		معناداری
	B	خطای انحراف معیار	Beta	T	
اقتصادی	/۱۱۱	/۰۹۵	/۰۹۳	۱/۱۷۳	/۲۴۲
اجتماعی فرهنگی	/۳۶۶	/۱۱۲	/۲۹۳	۳/۲۸۱	/۰۰۱
زیست محیطی	/۱۷۱	/۰۸۶	/۱۵۵	۱/۹۸۴	/۰۴۸
کالبدی	/۲۴۷	/۰۹۰	/۲۳۶	۲/۷۴۱	/۰۰۷



شکل ۳. تأثیر عوامل و متغیرهای مختلف بر کارآفرینی گردشگری

در ادامه بر اساس مقادیر به دست آمده برای ضریب بتا، نمودار تحلیل مسیر ترسیم می‌گردد. براساس یافته‌های به دست آمده و ترسیم نمودار مربوط به تحلیل مسیر می‌توان نتیجه گرفت که متغیرهای اجتماعی- فرهنگی بیشترین تأثیر مثبت را بر کارآفرینی داشته است (جدول ۹).

جدول ۹. سنجش میزان اثرات مستقیم و غیر مستقیم و کلی متغیرها بر بازساخت فضاهای روستایی

متغیرها	اثر مستقیم	اثر غیر مستقیم	اثر کلی	اولویت‌ها
اقتصادی	/۱۱۱	/۶۱۶	/۶۲۷	۲
اجتماعی فرهنگی	/۳۶۶	/۲۶۶	/۶۳۲	۱
زیست محیطی	/۱۷۱	-	/۱۷۱	۴
کالبدی	/۲۴۷	/۰۶۷	/۳۱۴	۳

برای سنجش تفاوت معناداری مؤلفه‌های کارآفرینی گردشگری از آزمون کروسکال والیس استفاده شده است. نتیجه جدول ۱۰ بیانگر این نکته است که در مؤلفه اقتصادی به ترتیب روستاهای مشانه با میانگین رتبه ای ۱۷/۱۸۰، چنگوره با میانگین رتبه

پژوهش‌های جغرافیای اقتصادی، دوره ۵، شماره ۱۸، ۸۰-۹۴، زمستان ۱۴۰۳.

ای ۱۴۶/۵۴، حصار ولیعصر با میانگین رتبه ای ۱۴۳/۶۰؛ در مؤلفه اجتماعی-فرهنگی به ترتیب روستاهای مشانه با میانگین رتبه ای ۱۶۱/۳۳، ارتش آباد با میانگین رتبه ای ۱۵۹/۰۳، حصارولیعصر با میانگین رتبه ای ۱۵۴/۴۸؛ در مؤلفه زیست محیطی به ترتیب روستاهای مشانه با میانگین رتبه ای ۱۶۲/۰۰، حصارولیعصر با میانگین رتبه ای ۱۵۰/۳۰، ارتش آباد با میانگین رتبه ای ۱۵۰/۱۹، در مؤلفه کالبدی به ترتیب روستاهای ارتش آباد با میانگین رتبه ای ۱۵۱/۶۳، شهیدآباد با میانگین رتبه ای ۱۵۰/۷۴، المکی با میانگین رتبه ای ۱۳۷/۵۳ و در مؤلفه اجتماعی به ترتیب روستاهای بوئین با میانگین رتبه ای ۱۹۵/۰۶، حصارولیعصر با میانگین رتبه ای ۱۴۶/۴۸ بیشترین میانگین رتبه‌ای را در ابعاد کارآفرینی مورد بررسی از دیدگاه پاسخگویان نمونه را به خود اختصاص داده است. همچنین بر اساس جدول ذیل روستاهای مشانه با میانگین رتبه‌ای ۱۶۲/۰۰، روستای ارتش آباد با میانگین رتبه ای ۱۵۲/۰۸ و روستای حصارولیعصر با ۱۴۸/۶۶ بالاترین میانگین رتبه‌ای را در کل ابعاد کارآفرینی در بین روستاهای مورد بررسی به خود اختصاص داده است. به طور کلی روستاهای مشانه، ارتش آباد، حصار ولیعصر و شهیدآباد در بالاترین رتبه و روستاهای کلنجبین، منصور و عباس آباد پایین‌ترین رتبه را کسب نموده اند. روستای مشانه با وجود جمعیت کم به دلیل داشتن شرایط خاص طبیعی مثل کوه های زیبا، آبشارهای متعدد در فصل بهار، منطقه حفاظت شده در زمینه حیات وحش مانند بز و کل، کبک، قرقاول و همچنین گیاهان محلی و دارویی و ارائه آن به گردشگران درآمد مناسبی را کسب می‌کنند. روستای ارتش آباد به دلیل داشتن جاذبه‌های طبیعی مانند چشمه های متعدد و آب فروان به خصوص چشمه علی در فصل تابستان گردشگر زیادی را به خود جذب می‌کند. از طرف دیگر روستای ارتش آباد به دلیل داشتن زیرساختهای مناسب فرهنگی، داشتن درمانگاه شبانه روزی، سالن ورزشی و فروشگاههای عرضه کننده خدمات به گردشگران منجر به افزایش کارآفرینی برای عده ای از ساکنان روستا شده است. روستای حصار ولیعصر به خاطر موقعیت ارتباطی مناسب و قرار گرفتن درراه ارتباطی روستاهای خرقان غربی مثل چنگوره، کامشگان و اسماعیل آباد که همه این روستاها دارای خانه‌های دوم و ویلایی می‌باشد و اکثرا خدمات خود را از روستای حصار ولیعصر تأمین می‌کنند. همچنین این روستا در مسیر ارتباطی شهر آبگرم به نور آباد و قیدار می‌باشد که خود عاملی برای درآمد روستاییان هست، برجهای دوقلوی خرقان باعث جذب گردشگران داخلی و حتی خارجی شده و راهی برای ارائه خدمات به گردشگران و کسب در آمد در این زمینه برای اهالی روستا شده است. روستای شهیدآباد با جاذبه‌های طبیعی، باغات در زمینه فروش محصولات محلی و باغی در منطقه مشهور است. روستاهای کلنجبین، منصور و عباس آباد با توجه به پتانسیل های متعدد در جذب گردشگر و ایجاد اشتغال در این زمینه چندان موفق نبوده‌اند، علت آن را می‌توان در نبود زیرساخت‌ها، کمبود امکانات و دور بودن از شهر، ناشناخته ماندن و عدم تبلیغ جاذبه های گردشگری این روستاها دانست.

جدول ۱۰. رتبه‌بندی ابعاد کارآفرینی گردشگری در منطقه مورد مطالعه

روستا	تعداد نمونه	اقتصادی	اجتماعی- فرهنگی	زیست محیطی	کالبدی	کل ابعاد
حصارولیعصر	۲۵	۱۴۳/۶۰	۱۵۴/۴۸	۱۵۰/۳۰	۱۴۶/۴۸	۱۴۸/۶۶
کامشگان	۱۳	۱۰۳/۲۷	۱۱۱/۸۱	۱۱۴/۳۱	۱۰۴/۹۶	۱۰۶/۸۸
چنگوره	۱۴	۱۴۶/۵۴	۱۰۸/۷۹	۱۲۴/۳۲	۱۰۸/۵۷	۱۲۴/۷۱
منصور	۱۹	۹۷/۲۱	۹۶/۰۰	۱۰۲/۲۶	۱۰۴/۱۱	۹۷/۰۳
نیربج	۲۵	۱۱۶/۰۸	۱۲۵/۸۶	۱۱۹/۹۲	۱۳۴/۰۸	۱۲۳/۵۰
ارتش آباد	۳۲	۱۴۴/۷۰	۱۵۹/۰۳	۱۵۰/۱۹	۱۵۱/۶۳	۱۵۲/۰۸
کلنجبین	۳۴	۱۱۳/۰۱	۹۱/۸۷	۹۹/۷۸	۹۹/۴۱	۱۰۱/۵۹
عباس آباد	۱۵	۸۷/۷۰	۱۰۸/۴۰	۱۱۱/۴۰	۱۰۰/۸۷	۹۶/۰۷
شهیدآباد	۴۳	۱۴۱/۸۷	۱۴۹/۴۸	۱۴۳/۹۳	۱۵۰/۷۴	۱۴۷/۸۷
پرسپانچ	۲۷	۱۱۸/۹۸	۱۰۴/۳۰	۱۰۷/۶۱	۱۰۶/۵۰	۱۱۰/۵۹
مشانه	۳	۱۸۰/۱۷	۱۶۱/۳۳	۱۶۲/۰۰	۱۳۲/۰۰	۱۶۲/۰۰
کای اسکوتر		۱۸/۸۳۴	۳۱/۳۲۵	۱۹/۲۴۵	۲۳/۴۴۹	۲۲/۹۵۵
درجه آزادی		۱۰	۱۰	۱۰	۱۰	۱۰
معناداری		/۰۴۲	/۰۰۱	/۰۳۷	/۰۰۹	/۰۱۱

در محدوده مورد مطالعه گردشگری در وابستگی تام با ویژگی های شهری بوده که باعث شده است فضای جغرافیایی مربوطه در فرایند اثرات گردشگری در بازساخت روستاهای مورد مطالعه مؤثر باشد. در بعد اجتماعی فرایند بازساخت از طریق برخورد گردشگر و میزبان به صورت پدیده‌ای قابل شناسایی و با شماری از پیامدهای مثبت و منفی رخ می دهد. به گونه ای که تلفیق کردن عناصر مختلف جامعه‌ی جهانی و در ادامه تغییری که به عنوان پیامد مستقیم گردشگری- نظیر رفتار اخلاقی، زبان و بهداشت- تجربه شده است. از جنبه فرهنگی در محدوده مورد مطالعه نفوذ گردشگر در بازنگری مهارتها و رسوم سنتی مانند صنایع دستی و همچنین پوشش ظاهری مؤثر بوده است. بررسی ها نشان می دهد ابتدا مردم محلی نسبت به نوع و تفاوت های پوششی گردشگران واکنش نشان می دهند و در وهله ی اول مقاومت می کنند و در برخی از موارد با گذشت زمان از الگوهای رفتاری و پوشاکی گردشگران تقلید می کنند و با بیشتر شدن تبادلات میان گردشگران و مردم محلی، سبب بروز رفتار ضد اجتماعی از طرف جوانان روستایی می گردد. به طوری که در روستاهای هدف گردشگری مشاهده شد تمامی ساکنان به جز افراد سالخورده از پوشش شهری استفاده می کنند و استفاده و دوخت-تولید لباس های سنتی و محلی در روستا دیده نمی شود. بازدید گردشگران از مناطق روستایی به یک تجربه گردشگری منتهی می گردد. نوع و نحوه برخورد میزبان- گردشگر را در یک منطقه می توان از سه دیدگاه مورد توجه قرار داد نخستین دیدگاه شیوه برخورد بین گردشگر-میزبان را به صورت پدیده ای قابل شناسایی با شماری از پیامدهای مثبت و منفی به تصویر می کشد (نگرش تعاملی). دومین دیدگاه، دیدگاه کارکردی عناصر مختلف جامعه است که ممکن است تغییری را به عنوان نتیجه مستقیم گردشگری-نظیر رفتار اخلاقی، زبان و بهداشت- تجربه کند (نگرش گسستی). سومین دیدگاه عمدتاً جنبه های تغییر فرهنگی را در نظر می گیرد که ناشی از نفوذ گردشگران در بازنگری مهارت ها و رسوم سنتی مانند صنایع دستی است (نگرش پیوستی). گردشگری به عنوان یک امر فرهنگی، یک جریان دوسویه می باشد که در یک مکان تعامل ها و تبادل هایی را سبب می-شود. مصاحبه شوندگان اظهار داشتند اغلب گردشگران به روستاهای هدف گردشگری استان را گردشگران انبوه تشکیل می دهد و تعداد محدودی از آنان، درک درستی از ارزش مناطق روستایی ندارند. ادراک درست گردشگر از یک مقصد، در ترغیب و جذب گردشگران بالقوه مؤثر است. اطلاعاتی که افراد در مورد مقصدی خاص قبل از سفر به مقصد دارند، بر شکل گیری تصویر ذهنی آنان از مقصد اثر فراوانی دارد. حس خشنودی و رضایت یا عدم آن از مقصد گردشگری سبب شکل گیری تصویرذهنی از مقصد در گردشگر می-شود. درک گردشگر از مقصد طیف دوسویه دارد که از ادراک گردشگر و شرایط مقصد تأثیر می پذیرد. تصویر ذهنی مقصد موجب رفتارهای جاری گردشگر و شکل دادن به نگرش و رفتارهای جدید می شود. تصویر مقصد دو نقش مهم در رفتار گردشگران ایفا می کند. تصویر بر فرایند رفتار تصمیم خرید و شرطی کردن رفتار پس از خرید تأثیر می گذارد این رفتار شامل درگیر شدن (تجربه)، ارزیابی (رضایت)، و نیت رفتاری (قصد بازدید مجدد و توصیه به دیگران) است. در بعد اقتصادی فرایند بازساخت از طریق تنوع بخشی به اقتصاد روستاهای مورد مطالعه و به ویژه در بخشهای عرضه کننده کالا همانند تولیدات کشاورزی، شیلات و صنایع دستی و اشتغال در بخش ساختمان و اشتغال القایی که شامل کسانی است که از درآمد افرادی که به طور مستقیم و غیرمستقیم در صنعت گردشگری فعالیت می کنند، پشتیبانی می شوند.

نتیجه گیری

رونق گردشگری در گرو فراهم آمدن شرایط مناسب در قطب‌های جغرافیایی و مراکز سکونتی مقصد و مبدأ است. در قطب مقصد وجود جاذبه‌های گردشگری، زیرساختها، عناصر خدماتی، تبلیغات مناسب و سیاست‌گذاری کارآمد الزامی است. در قطب مبدأ و مولد گردشگر، بالا رفتن سطح درآمد، آگاهی و ارتقا فرهنگ گردش، سیستم حمل‌ونقل مناسب، آژانس‌های گردشگری ضروری است. گردشگری امروزه یکی از بخش‌های اقتصادی است که در مقایسه با سایر بخش‌های اقتصادی (صنعت، کشاورزی و...) به درجه بالایی از مشارکت فعالیت‌های کارآفرینانه نیاز دارد زیرا پاسخگویی به تقاضای روزافزون و نیازهای گردشگری، نیازمند تنوع خدمات و محصولات توریستی است. از این رو، نتایج حاصل از تحلیل داده های گردآوری شده نشان می دهد که:

بازساخت فضاهای روستایی در منطقه مورد مطالعه در اثر توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از آزمون پارامتریک t تک نمونه‌ای بیانگر آن است که میانگین عددی محاسبه شده در تمامی ابعاد مورد بررسی (ابعاد چهارگانه اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و محیطی) بالاتر از میزان مطلوبیت عددی مورد آزمون (۳) گزارش شده است (تأیید یافته های افتخاری و همکاران). بیشترین تأثیر کارآفرینی گردشگری در بعد کالبدی می باشد که دلیل اصلی آن را می توان در توسعه زیرساخت های ارتباطی جاده ای و افزایش تعاملات روستاهای گردشگرپذیر منطقه با مناطق شهری و مورد توجه قرار گرفتن این روستاها توسط مهاجران سالهای قبل برای

گذران اوقات فراغت و افزایش ساخت و ساز خانه های دوم گردشگری و تأثیر آنها در جذب خدمات زیرساختی از قبیل بهسازی و آسفالت کردن راه ها، لوله کشی آب و گاز و نظایر آن دانست (تأیید یافته‌های حسام و همکاران (۱۳۹۵)، قنبری و همکاران (۱۳۹۵) و دادور خانی و همکاران (۱۳۹۰)). از طرفی دیگر، توجه گردشگران به روستاهای نمونه باعث شده است تا دانش محیطی گروه های ساکن و نیز اهتمام آنها در کنار گردشگران برای حفاظت از زیبایی های منطقه افزایش یابد و به ایجاد اشتغال و متنوع سازی آن و در نهایت پویایی روستاهای مورد مطالعه منجر شود (تأیید یافته های گیلیا و سیلوا (۲۰۱۴)، لورد کیپانیدزه و همکاران (۲۰۰۵)، غنیان و همکاران (۱۳۹۰)). همچنین توسعه گردشگری و به تبع آن بهبود زمینه های کارآفرینی در این فعالیت ها به افزایش میزان مشارکت و همدلی میان اهالی روستا به دلیل منافع مشترک (تأیید یافته‌های حسام و همکاران (۱۳۹۵) و دادور خانی و همکاران (۱۳۹۰)، رواج فرهنگ مصرفی در روستا به تبعیت از گردشگران در بین برخی از افراد، افزایش جمعیت روستا در ایام تعطیلات و فصول گرم سال انجامیده است (تأیید یافته‌های حسام و همکاران (۱۳۹۵) و دادور خانی و همکاران (۱۳۹۰)).

نتایج رتبه‌بندی ابعاد مورد بررسی (اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کالبدی و محیطی) با استفاده از آزمون فریدمن نشان می‌دهد که شاخص کالبدی با میانگین رتبه‌ای ۴/۹۳ و شاخص اجتماعی فرهنگی با میانگین ۳/۹۵ مهم‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار کارآفرینی گردشگری در بازساخت روستاهای مورد مطالعه بوده است. از جمله عوامل اثرگذار در کسب بالاترین میزان میانگین در رابطه با مولفه های فوق می‌توان به عملکرد مطلوب کارآفرینی در زمینه استفاده از سبک‌های معماری و فناوری های جدید در بخش مسکن، افزایش رقابت برای تملک اراضی بکر و زیبا در دامنه‌ها و حاشیه رودخانه، احساس امنیت برای ساکنین و گردشگران، افزایش جمعیت روستا در ایام تعطیلات و فصول گرم سال، رواج شیوه‌های زندگی شهری شامل ساخت مسکن، فرهنگ زندگی و ... دانست (تأیید یافته های گیلیا و سیلوا (۲۰۱۴) و بارلی بیو و همکاران (۲۰۰۹) در ارتباط با گسترش نوآوری). بر این اساس، با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت نتایج به دست آمده از نمونه آماری قابلیت تعمیم به کل جامعه آماری (روستاهای هدف و نمونه) را دارد.

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون نشان می‌دهد که بین کارآفرینی گردشگری و بازساخت فضاهای روستایی در سکونتگاه‌های مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد. نتایج مدل برازش رگرسیونی نشان می‌دهد کارآفرینی گردشگری به میزان ۰/۷۱۳ درصد از تحولات بازساخت روستایی را تبیین می‌کند. همچنین نتایج واریانس توجیه شده برای مدل رگرسیون خطی نشان می‌دهد که تمامی مولفه‌های چهارگانه (اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، کالبدی و زیست‌محیطی) در سطح ۹۹ درصد دارای تفاوت معناداری هستند. به طوری که از بین ابعاد مورد بررسی، مؤلفه اجتماعی- فرهنگی با ضریب بتای ۰/۲۹۳ بیشترین تأثیر مستقیم را در بازساخت روستایی در منطقه داشته و مولفه اقتصادی با ضریب بتای ۰/۰۹۳ کمترین تأثیر را داشته است (تأیید یافته های رکن الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۳) و سجاسی قیداری و همکاران (۱۳۹۳) در ارتباط با تأثیر عوامل اقتصادی، اجتماعی، و محیطی).

نتایج حاصل از رتبه بندی روستاهای نمونه با استفاده از معناداری مولفه های کارآفرینی گردشگری مبتنی بر آزمون کروسکال والیس بیانگر این نکته است که روستاهای مشانه، ارتش‌آباد و روستای حصار ولیعصر بالاترین میانگین رتبه ای را در کل ابعاد کارآفرینی گردشگری در بین روستاهای مورد بررسی به خود اختصاص داده است و در مقابل روستاهای عباس‌آباد و روستای منصور پایین‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده اند.

با توجه به نتایج به دست آمده، پیشنهادات زیر ارائه می‌گردد:

- اطلاع رسانی درباره زمینه های جدید کارآفرینی گردشگری در میان روستائیان با توجه به مزیت های منطقه؛ در این راستا با توجه به پتانسیل‌های منطقه، کارآفرینی فعالیتهای مرتبط با گردشگری کشاورزی به خصوص در زمینه محصولاتی مانند انگور می‌تواند گامی مؤثر در این زمینه باشد.
- گسترش کسب و کارهای خانوادگی، خانگی یا کوچک مقیاس در زمینه تولید و فرآوری صنایع دستی و یا محصولات کشاورزی در بین روستاهای مورد مطالعه؛
- برگزاری دوره‌های آموزشی جهت آشنایی و تشویق روستائیان به یادگیری فرآیند و چگونگی ایجاد کسب و کارهای جدید در گردشگری؛
- تقویت فرهنگ و روحیه کارآفرینی در بین ساکنین روستا و در عین حال حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط کارآفرینی گردشگری از طریق اعطای اعتبارات متوسط و خرد کم بهره؛

تحلیل اثرات کارآفرینی ... / احمدی و همکاران

- فراهم کردن بستر جذب سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری به جهت همجواری منطقه مورد مطالعه و در مجموع استان قزوین با کانونهای جمعیتی مهم (تهران و البرز) و نقش منطقه مورد مطالعه به عنوان منطقه گذار به شمال و شمال غرب کشور و دارا بودن پتانسیل در زمینه گسترش انواع فعالیتهای جدید گردشگری.

حامی مالی

این مقاله حامی مالی نداشته است.

سه‌م نویسنده‌گان در پژوهش

سه‌م نویسنده‌گان در پژوهش مساوی است.

تضاد منافع

نویسنده‌گان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منفعی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسنده‌گان مقاله از همه روستاییان عزیز که با سعه صدر پرسشنامه‌های پژوهش را پاسخ دادند تشکر و قدرانی می‌نمایند.

منابع

- اکبریور سراسکانرود، محمد؛ رحیمی، محسن؛ و محمدی، فاضل. (۱۳۹۰). «سنجش تأثیرات استقرار گردشگری در توسعه پایدار مطالعه موردی شهرستان هشتروند»، مجله برنامه ریزی منطقه ای، شماره ۳، صص: ۹۴-۱۰۳.
- حسام، مهدی؛ رضوانی، محمدرضا؛ فرجی سبکبار، حسنعلی و باستانی، سوسن. (۱۳۹۶). «بررسی توسعه کارآفرینی گردشگری در مناطق روستایی (مطالعه موردی: روستاهای لاریجن)»، جغرافیای انسانی، دوره ۴۸، ش ۴، صص: ۶۰۳-۶۱۶.
- رضوانی محمد رضا، نجارزاده، محمد. تراپی. ذبیح الله. (۱۳۹۶). «چالش‌ها و بحث‌های توسعه گردشگری کشاورزی مطالعه موردی دهستان شاهرود»، مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۱۱، ش ۳۶، صص: ۶۱-۸۴.
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، قادری، اسماعیل (۱۳۸۱). «نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی»، مجله مدرس، دوره ۶، ش ۱، صفحات ۲۳-۳۰.
- سازمان برنامه و بودجه استان قزوین (۱۳۹۴). «مجله آماری استان قزوین»، قزوین، انتشارات سازمان برنامه و بودجه.
- سجاسی قیداری، حمدالله، رکن الدین افتخاری، عبدالرضا، مهدوی، داوود. (۱۳۹۵). توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری با تاکید بر مناطق روستایی، تهران، سمت.
- صفری، سعید، محمد میرزایی بافقی، ملیحه. (۱۳۹۳). شناسایی و اولویت بندی فرصت های کارآفرینی در صنعت گردشگری (مطالعه موردی: شهر یزد)، مطالعات مدیریت گردشگری، دوره ۹، ش ۲۶، صص ۱۲۷-۱۴۹.
- فرجی سبکبار، حسن، مطیعی لنگرودی، حسن، یداللهی فارسی، جهانگیر، کریم زاده، حسین. (۱۳۹۳). «شناسایی و تحلیل فضایی بسترهای مناسب برای فرصت های کارآفرینی در گردشگری روستایی مطالعه موردی: مناطق روستایی شهرستان ورزگان»، فضای جغرافیا، جلد ۱۴، ش ۴۵، صص: ۴۶-۱۹.
- قربانی، رسول، زادولی، فاطمه، زادولی خواجه، شاهرخ. (۲۰۱۴). «توجه به اثرات منفی توسعه گردشگری بر جذب گردشگران در روستاها (مطالعه موردی: روستای کندوان شهرستان اسکو)»، مجله برنامه ریزی منطقه ای، شماره ۱۴، صص: ۱۰۳-۱۰۸.
- قنبری، سیروس. دهقان، محمد. حسین. میرکی اناری، حسین (۱۳۹۴). عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی در گردشگری روستایی، مطالعات گردشگری، ۳۲، صص: ۱-۲۰.
- نجفی خوشکده تاوه، پری، آزادی، سیامک. (۱۳۹۱) اهمیت ارتقای کارآفرینی در صنعت گردشگری، همایش ملی کارآفرینی و مدیریت کسب و کار دانش بنیان، دانشگاه مازندران، آبان ۱۳۹۱.

Alston, M. (2007), "Globalization, rural restructuring and health service delivery in Australia: policy failure and the role of social work?" Health Soc Care Community, 15(3):195-202. August, 2013.

- Babaei, M. H., Afsharzadeh, N., Ghasemi, J., & Karimian, N. (2023). Analysis of the Effects of Tourism Entrepreneurship on Rural Development (Case Study: Rural Areas of Rijab District in Kermanshah Province). *Journal of Entrepreneurship Research*, 2(3), 89-111. doi: 10.22034/jer.2023.1985978.1020
- Butler, R. W. (1980). "The Concept of a Tourist Area Cycle of Revolution: implications for the management of resources", *Canadian Geographer*, 14: 5-12.
- Cambridge. (2004). "Cambridge advanced learner's dictionary", Third edition, Cambridge publication.
- Chowdhury, M.S. (2007). "Overcoming Entrepreneurship Development Constraints: The Case of Bangladesh", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 1, No 3, pp: 240-251.
- Dees, G. (2001). "The meaning of social entrepreneurship", Stanford Graduate Business School.
- Drăgulănescu, I.V.; Druțu M. (2012). "Rural Tourism for Local Economic Development", *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Volume 2, Special Issue 1, pp. 196-203.
- Figueiredo, E., Raschi, A. (2013). "Trekking out of the crisis: is there a role for rural
- Frederick Dayour Elizabeth Agyeiwaah, , Felix Elvis Otoo & Ben Goh,(2023)"Sustainable tourism entrepreneurship and environmental impact in rural areas." *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 211-227.
- Ge, D., Long, H., Zhang, Y., Ma, L., Li, T.(2018b). "Farmland transition and its influences on grain production in China". *Land Use Pol.* 70, 94–105.
- Ge, D., Long, H., Zhang, Y., Tu, S. (2018a). "Analysis of the coupled relationship between
- Giulia, F. Silva, O. (2014). "Self-employment and entrepreneurship in urban and rural labor -markets", *Journal of Urban Economics*, No. 84 pp 67–85.
- grain yields and agricultural labor changes in China". *J. Geogr. Sci.* 28, 93–108.
- Gürol, Y. and N. Atsan, (2008). "Entrepreneurial Characteristics among University Students and -Training in Turkey", *Education and training*, Vol. 48, Issue. 1, pp: 25-38.
- Hall, C. M., Page, S, J. (2010). "The Geography of Tourism and Recreation - Environment, Place- and Space", Rutledge, London.
- Hoggart, K., Paniagua, A. (2001). "What rural restructuring?" *Journal of Rural Studies*, 17 (1), 41–62.
- Johnson, K.R., Huang, T., & Doyle, A. (2023) "Social impacts of tourism entrepreneurship in rural communities." *Tourism Review*, 78(1), 105-119.
- Long, H. L., Tu, S. S., Ge, D. Z., Li, T. T., & Liu, Y. S. (2016). "The allocation and management of critical resources in rural China under restructuring: Problems and prospects", *Journal of Rural Studies*, 47, 392–412.
- Long, H., Liu, Y. (2016) "Rural restructuring in China", *Journal of Rural Studies*, 47, 387–391.
- Long, H., Qu, Y. (2018). "Land use transitions and land management: a mutual feedback perspective", *Land Use Pol.* 74, 111–120.
- Md Sharif, N., Tuan Lonik, T. (2017). "Sustaining the Entrepreneurship in Rural Tourism Development", *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, Volume 4, Issue 6, pp: 31-42.
- Muresan, I.C., Oroian, C.F., Harun, R., Arion, F.H., Porutiu, A., Chiciudean, G.O. (2016). "Local resident's attitude toward Sustainable rural tourism development", *Sustainability*, 8(1), 100. <https://doi.org/10.3390/su8010100>
- Ping, Y. Yanbin, L., Fanghui, J., Xingsen, L. (2017). "A Study on Farmers' Agriculture related Tourism Entrepreneurship Behavior", *Information Technology and Quantitative Management (ITQM 2017)*, *Procedia Computer Science* 122 (2017), pp: 743–750.
- Pivčević, S. (2005). "Constraints and Opportunities of Agro-Tourism Development in Republic of Croatia with the Special Stress on Sinj Region", *Sixth International Conference on Enterprise in Transition*, Bol, island of Brač, May 2005.
- Qin, W. G; Ye P. (2017) "Reconstruction in the cold area based on the background of "beautiful countryside"—A case study of Wang Hongzhen village in Baicheng City, Jilin Province Di, 2nd International Conference on Architectural Engineering and New Materials (ICAENM 2017), ISBN: 978-1-60595-436-3 (Research on Rural Space).
- Roobahani, A., Moradi, H., & Abassi, H. (2023). Analysis of Spatial Reconstruction Capacity of Tourism Entrepreneurship in Rural Area Development (Case study; Samen district of Malayer county). *Geography and Development*, 21(70), 27-51. doi: 10.22111/gdij.2023.7402
- Sharpley, R. (2002). *Rural Tourism and The Challenge of to Urism Diversication the Case of Cyprus*, Tourism Management.
- Shuangshuang Tua, Hualou Longb, Yingnan Zhangb, Dazhuan Geb, c, d, Yi Qu. (2018). Rural restructuring at village level under rapid urbanization in metropolitan suburbs of China and its implications for innovations in land use policy, *Habitat International*, 77, 143-152.
- Sirima, A. & Backman, K. (2013) "Communities' Displacement from National Park and Tourism Development in the Usangu Plains, Tanzania". *Current Issues in Tourism*, 16, 719-735.

- Su, M.M., Wall, G., & Wang, S.G. (2017). " fishing tourism and island development in Changshan Archipelago, Changdao, China". *Island Studies Journal*, 12(2), 127–142.
- tourism?" Working group number: 17, XXV ESRS Congress, Florence, Italy, 29 July- 1
- Tu, S. S., & Long, H. L. (2017). "Rural restructuring in China: Theory, approaches and research prospect". *Journal of Geographical Sciences*, 27(10), 1169–1184.
- Tu, S., Long, H., Zhang, Y., Ge, D., Qu, Y., (2018). "Rural restructuring at village level under rapid urbanization in metropolitan suburbs of China and its implications for innovations in land use policy". *Habitat International*, 77, 143–152.
- Wu, C. J. (2001). "Problems of the sustainable development of agriculture and rural economy in China: Case studies of agricultural area of different types, Beijing, China Environmental Science Press.
- Wu, J. Zhuo, S. Wu, Z. (2017). "National innovation system, social entrepreneurship, and rural economic growth in China", *Technological Forecasting and Social Change*, Vol.121, PP: 238-250.
- Yousefzadeh, Ramin. Bodaghikhajeh Noubar, Hossin, Alavimatin. Yaghob, (2023) "Rural entrepreneurship and the role of tourism in economic revitalization." *Journal of Rural Development*, 41(2), 89-102
- Zamora, O. M. (2011). "Development Instruments for the Cross-Border Cooperation in Ukraine, In: Problems of tourism development on rural areas", Krystyna Krzyżanowska (ed.), Warsaw University of Life Sciences Press, Warsaw, pp: 109- 121.
- Zhang, Y., Li, X. B., Song, W., & Zhai, L. (2016). "Land abandonment under rural restructuring in China explained from a cost-benefit perspective". *Journal of Rural Studies*, 47, 524–532.